REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2016

COMPAÑÍA CERVECERA DE NICARAGUA S.A.

90 años 1926-2016

¿CÓMO LEER ESTE REPORTE?

Este reporte está integrado por seis secciones. En cada una de ellas podrá encontrar información relacionada con:

I. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN
Se presenta a la empresa y los contenidos básicos generales del reporte.

II. NUESTRO NEGOCIO
Se desarrollan los aspectos relacionados con nuestro desempeño en la dimensión económica.

III. LA FAMILIA CERVECERA
Podrá encontrar aspectos relacionados con la dimensión social interna y nuestros trabajadores.

IV. NUESTRA COMUNIDAD
Se desarrollan los aspectos relacionados con la dimensión social externa.

V. NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE
Se presenta lo relacionado con el desempeño medioambiental.

VI. DATOS Y CORRESPONDENCIAS GRI
Sección de anexos en los que podrá ver las correspondencias de la información presentada con los indicadores del Global Reporting Initiative en su versión G4 y los principios del Pacto Mundial de la ONU.

En la parte superior de cada página encontrará resaltada la sección específica en la que se encuentra.
Por ejemplo en la sección **"Perfil de la Organización"** observará resaltado su título.

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | DIMENSIÓN ECONÓMICA | DIMENSIÓN SOCIAL INTERNA | DIMENSIÓN SOCIAL EXTERNA | DIMENSIÓN AMBIENTAL | ANEXOS

Si tiene consultas, sugerencias o comentarios sobre este reporte puede comunicarse al correo **contacto@ccn.com.ni**

Este reporte está disponible en nuestro sitio web y el sitio web del Pacto Mundial de las Naciones Unidas **www.unglobalcompact.org**

Reporte de Sostenibilidad 2016, Compañía Cervecera de Nicaragua S.A

Guía para la elaboración:
GRI G4 opción Exhaustiva y los principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas

Período de reporte:
1 de Enero —31 de Diciembre 2016

Fecha de Publicación:
Abril 2017
REPORTE NO VERIFICADO POR TERCERAS PARTES

ÍNDICE

¡Queremos ser siempre tu mejor opción!

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN — PÁGINA 5

NUESTRA COMUNIDAD — PÁGINA 61

NUESTRO NEGOCIO — PÁGINA 26

MEDIO AMBIENTE — PÁGINA 67

LA FAMILIA CERVECERA — PÁGINA 44

DATOS Y CORRESPONDENCIAS GRI — PÁGINA 82

90 años
1926-2016

MENSAJE DE NUESTRO GERENTE GENERAL

Jaime Rosales Pasquier
Gerente General CCN

Hace noventa años, en marzo de 1926, Compañía Cervecera de Nicaragua S.A comenzó sus operaciones, producto de la decisión de emprendedores nicaragüenses y alemanes de crear la primera industria cervecera en el país. Desde entonces el camino no ha sido fácil, sin embargo, nuestra visión y valores nos han permitido vencer las adversidades, creando una historia de éxito que nos ha llevado a transformarnos continuamente para llegar a ser una empresa moderna y dinámica, que trabaja con seriedad y consistencia hacia el logro de sus objetivos.

Hoy día, además de ser el líder de la industria cervecera nacional y propietaria de marcas icónicas en el país como cerveza Toña, cerveza Victoria y agua mineral natural Fuente Pura, invertimos en el desarrollo constante de productos de calidad como la nueva cerveza Toña Lite, la organización de experiencias enfocadas en nuestros consumidores como el Festival Cervecero, y la introducción de nuevos sabores de la bebida refrescante D'Frutta, lo que nos ha convertido en uno de los principales motores del desarrollo económico y social del país.

Durante los últimos tres años hemos invertido más de US$ 100 millones en Nicaragua, tanto en tecnología de punta e infraestructura, como en la capacitación de nuestra gente, el apoyo a la educación técnica a través de la Fundación Victoria y la protección del medio ambiente.

El 2016 fue sin duda un año lleno de retos. Entre los principales logros se destaca un crecimiento económico importante respecto al año anterior. El desempeño obtenido es reflejo de una filosofía arraigada en la cultura interna, la cual alienta a los trabajadores a la búsqueda constante de nuevos esquemas de hacer las cosas y generar sostenidamente valor a cada grupo de interés.

Por segundo año consecutivo mantuvimos la categoría de empresa Agua Neutral, única en el país en compensar el cien por ciento del agua que utiliza en sus procesos productivos gracias a la alianza con propietarios de fincas ubicadas en nuestra zona de recarga hídrica.

Para continuar llevando el mejor producto hasta nuestros clientes y consumidores invertimos en la construcción de dos centros de distribución foráneos en los departamentos de Estelí y Matagalpa. Nos certificamos en las normas HACCP de inocuidad alimentaria e ISO 9001:2015 de calidad del producto.

Con el fin de fortalecer los espacios de diálogo que nos permitiesen identificar puntos de mejora hacia la excelencia y la transparencia de nuestras operaciones, realizamos la primera consulta para conocer las expectativas y necesidades de nuestros clientes, consumidores, proveedores, trabajadores y otros grupos de interés que han hecho posible el éxito de nuestra compañía. Esta dinámica nos permite orientar nuestra estrategia para la generación valor económico, social y ambiental.

Con la publicación de este segundo reporte de sostenibilidad reafirmamos el compromiso de ser una empresa de clase mundial, que reporta y rinde cuentas a la sociedad de los impactos del negocio en el contexto de sus operaciones, con el propósito de compartir con nuestros grupos de interés este camino hacia la sostenibilidad.

FILOSOFÍA DE EMPRESA

NUESTRA VISIÓN

Ser reconocida como una empresa de clase mundial, ejemplo en Nicaragua en la generación de valor económico, social y ambiental.

NUESTRA RAZÓN DE SER

Refrescar constantemente a Nicaragua trabajando por su preferencia, confianza y disfrute.

¿QUIÉNES SOMOS?

Compañía Cervecera de Nicaragua S.A (CCN) es una empresa que desarrolla, produce y distribuye cerveza. Además produce agua mineral y bebidas refrescantes. CCN pertenece al grupo INCECA (Inversiones Cerveceras Centroamericanas).

Sus principales instalaciones de producción de cerveza y bebidas están ubicadas en Managua y posee una planta de llenado de agua en Rivas.

Desde el 2002 inició un proceso de diversificación de su producción con la adquisición de Fuente Pura, y en el 2003, incursionó en el mercado norteamericano y costarricense con la exportación de Cerveza Toña.

A partir del 2013 estableció su estrategia de triple utilidad que consiste en la generación de valor económico, social y ambiental para sus grupos de interés.

En 2016 CCN continuó su diversificación y lanzó al mercado nuevas presentaciones de sus productos. Creció en capacidad logística con la construcción de los centros de distribución foráneos de Estelí y Matagalpa y se certificó con las normas HACCP e ISO 9001:2015.

HISTORIA DE CCN

1926

Nace Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.

1929

Con el nombre de XOLOTLÁN sale a la venta la primera cerveza producida por esta empresa

1945

En celebración por el triunfo de los Aliados en la Segunda Guerra Mundial, Cerveza Xolotlán toma el nombre de Victoria

1975

Inversionistas nicaragüense vinculados a Nicaragua Sugar Estates Limited, S.A., fundaron Industrial Cervecera, S.A. (ICSA) y lanzan la marca Toña en 1977

1976

Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. adquirió la franquicia para la fabricación local de la marca Löwenbrau

1994

Accionistas de CCN e ICSA, constituyen la sociedad Consorcio Cervecero Centroamericano, S.A., (COCECA), que pasa a operar administrativamente ambas plantas industriales

90 años
1926-2016

HISTORIA DE CCN

1995

La empresa inició un plan fuerte de inversión en nuevas instalaciones y modernos equipos por 82 millones de dólares

2000

Lanzó al Mercado la marca "Premium", dirigida a un público joven, dinámico, moderno, actualizado

2002

Premium ganó en los Estados Unidos la Medalla de Plata en el World Beer Cup alcanzando el reconocimiento en la categoría "Tropical – Style light lager".

2002

CCN adquiere la empresa de agua mineral Fuente Pura. Ese mismo año la empresa se certificó en ISO 9001: 2000 y el 03 de Abril de 2003 lo hizo en NSF

2003

Llevó al mercado VICTORIA LIGHT. En ese mismo año se realiza la primera exportación de TOÑA a Estados Unidos

2008

Sale al mercado la Marca VICTORIA FROST, cerveza joven e innovadora de Nicaragua que refresca y satisface por su proceso único de micro filtrado en frio

HISTORIA DE CCN

2010

El Centro de Formación Técnica y Profesional CCN da paso a la creación de Fundación Victoria que ofrece becas en carreras técnicas

2011

Incluye en el portafolio de sus productos: BRISA, agua mineral natural empacada en bolsa; YUPPI, bebida refrescante y SELECCIÓN MAESTRO, la primera cerveza 100% malta de Nicaragua

2013

Establece sus estrategia de triple utilidad

2014

Amplía el portafolio con la entrada de D'Frutta, con distintos sabores y Cerveza MYTOS, la primera línea de cerveza tipo artesanal hecho en producciones exclusivas y limitadas.

2015

Primera empresa Agua Neutral de Nicaragua

2016

Invertimos para crecer en nuestra capacidad logística y de almacenamiento. La empresa cumple con su estrategia de crecimiento y desarrollo sostenible

90 años 1926-2016

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Compañía Cervecera de Nicaragua S.A (CCN) es una empresa de capital privado constituida como sociedad anónima que opera en Nicaragua. Su estructura organizativa es funcional y flexible para responder a las necesidades de una moderna empresa industrial, con un sólido compromiso con la sostenibilidad.

Una Asamblea General de Accionistas y la Junta Directiva respectivamente constituyen la máxima autoridad de la compañía y estas delegan la administración en la Gerencia General la cual se apoya en el Comité Ejecutivo, conformado por los gerentes de la organización. La Junta Directiva está compuesta por cuatro miembros, dos accionistas y dos representantes de sociedades accionistas. El presidente de la Junta Directiva no ocupa un cargo ejecutivo dentro de CCN. También existe un Comité de Auditoría responsable de velar por la integridad de los procesos de transparencia de la gestión de la organización y gestión financiera, la cual responde directamente a la Junta Directiva.

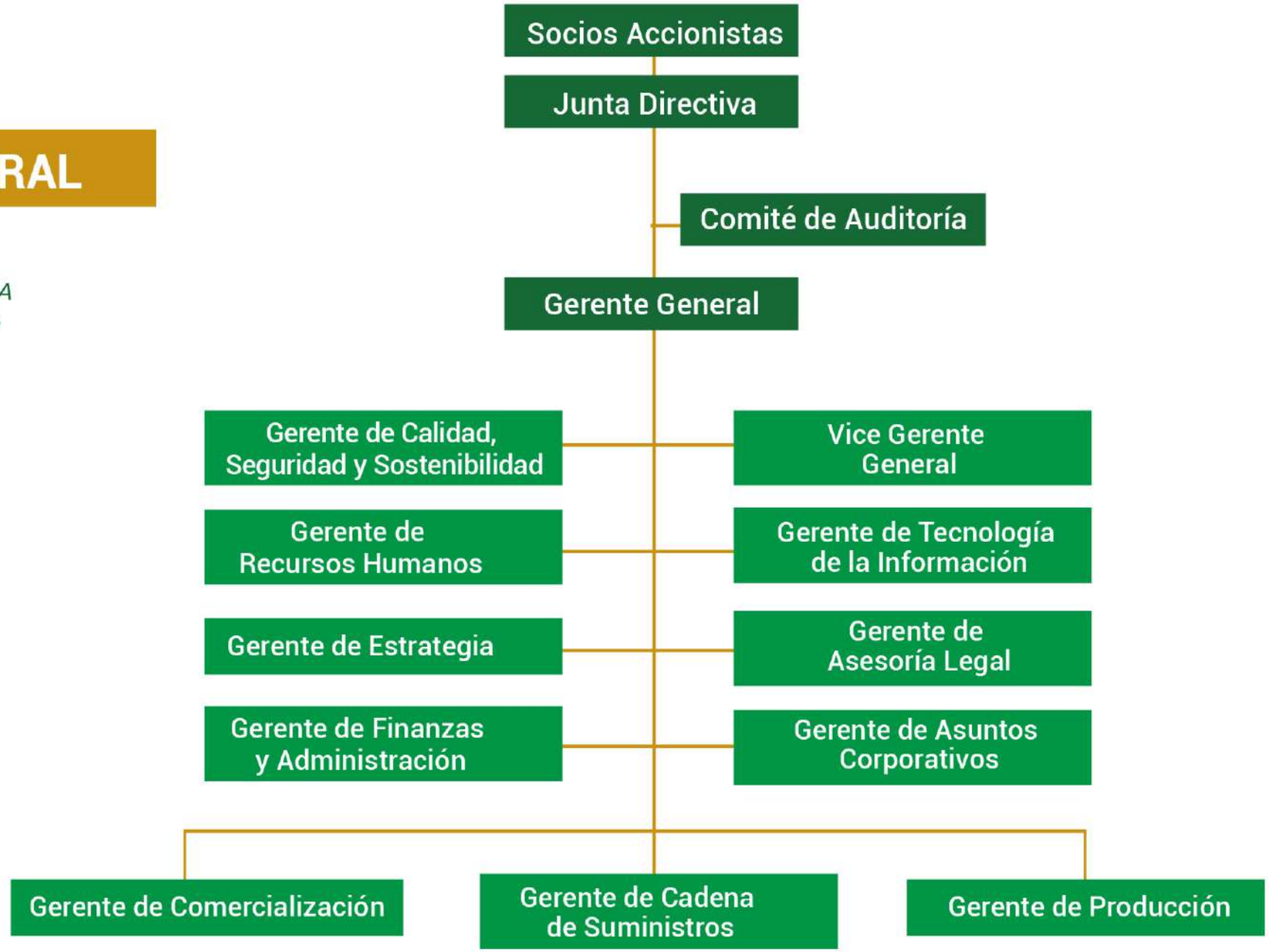
La Asamblea General de Accionistas nombra a los miembros de la Junta Directiva basados en la participación accionaria y en las calificaciones profesionales y personales de sus miembros. También autoriza las políticas de remuneración. Ante posibles conflictos de interés prevalecen los intereses del negocio.

La Gerencia General informa mensualmente a la Junta Directiva sobre el desempeño estratégico de la organización en los ámbitos económico, social y ambiental. En este espacio se discuten las nuevas metas y resultados, el contexto, los riesgos y las oportunidades asociadas a sus operaciones.

Actualmente la estrategia de CCN está orientada a convertirse en una empresa sostenible, es decir generar valor no sólo económico, sino también social y ambiental.

ORGANIGRAMA GENERAL

COMPAÑÍA CERVECERA DE NICARAGUA S.A.



COMITÉ EJECUTIVO CCN

Jaime Rosales Pasquier	Gerente General CCN
Henry del Carmen Gutiérrez	Vice Gerente General
Edgar Quintana Salinas	Gerente de Cadena de Suministros y TI
Mateo Lesizza Betancourt	Gerente de Estrategia
Rüdiger Adelmann	Gerente de Producción
Franco Chamorro Duquestrada	Gerente de Finanzas y Administración
Nidia Rivas Jimenez	Gerente de Recursos Humanos
Ernesto Narváez González	Gerente de Calidad, Seguridad y Sostenibilidad
Ramón Ordoñez Prado	Gerente de Asesoría Legal
Yamil Zúñiga Núñez	Gerente General CDN

ESTRATEGIA DE TRIPLE UTILIDAD

DIMENSIÓN	MACRO-OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
ECONÓMICA	Generar valor económico para nuestros accionistas y demás grupos de interés	Incrementar NOPAT Gestionar eficientemente el capital invertido Fortalecer posición competitiva de los negocios y marcas gestionados por INCECA		
SOCIAL INTERNA	Mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias	Lograr que los colaboradores sean un vivo reflejo de la filosofía de la empresa	Fomentar en nuestros colaboradores la adopción de un estilo de vida saludable	Facilitar las condiciones para mejorar la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables de la organización
SOCIAL EXTERNA	Tener un impacto positivo en la sociedad	Contribuir al desarrollo de la formación técnica - profesional de Nicaragua	Fomentar el consumo responsable	
AMBIENTAL	Mejorar el desempeño ambiental de INCECA	Usar eficientemente el recurso hídrico Usar eficientemente la energía y disminuir emisiones de gases de efecto invernadero Manejar adecuadamente los residuos sólidos		

Para ser una empresa sostenible, CCN, ha definido su Estrategia de Triple Utilidad con objetivos en las dimensiones económica, social y ambiental que se despliegan en la organización a través de metas de cumplimiento grupales e individuales.

Las metas son establecidas considerando el contexto, riesgos e impactos de la organización así como las expectativas de los grupos de interés de la compañía. La Junta Directiva revisa y aprueba las metas anuales, el Comité Ejecutivo da seguimiento y garantiza su cumplimiento.

Mediante el sistema integrado de gestión empresarial se revisa mensualmente el avance del cumplimiento de las metas a través de los indicadores de gestión.

¨Yo transmito los valores con mis acciones, haciendo todo correctamente en la empresa y con mi familia¨

Isidro Loáisiga,
Comercialización

¡VIVIENDO NUESTROS VALORES!

INTEGRIDAD

INTEGRIDAD:
Ser la misma persona siempre y en todo lugar.

PROACTIVIDAD /FLEXIBILIDAD

PROACTIVIDAD/ FLEXIBILIDAD:
Anticiparse a las cosas y buscar nuevas y mejores formas de hacer lo que hacemos.

CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN

CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN:
Saber qué es lo que se espera de nosotros y cumplirlo.

Disfrute del Trabajo

DISFRUTE DEL TRABAJO:
Disfrutar lo que hacemos.

CÓDIGO DE ÉTICA

Además de los valores que promueve CCN que representan las conductas que se espera que vivan y exhiban los trabajadores para avanzar hacia la sostenibilidad, el Código de Ética tiene como finalidad establecer las normas de conducta ética aplicables al relacionamiento con los grupos de interés de la compañía y las consideraciones para su implementación y seguimiento.

En el presente año continuamos con la revisión del Código para adaptarlo a la estrategia actual y los compromisos suscritos por CCN y consideraciones como el cumplimiento legal, la lucha anticorrupción, buenas prácticas laborales, respeto por los derechos humanos, sostenibilidad ambiental, desarrollo de la comunidad, prácticas justas de operación y comunicación.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El Reglamento Interno del Trabajo es un instrumento de relación entre el empleador y los trabajadores en el que se definen las relaciones laborales que conlleven a mantener un clima de estabilidad, paz y armonía.

El Código de Ética y el Reglamento Interno de Trabajo son comunicados a todos los trabajadores de la organización cuando comienzan su relación laboral.

90 años 1926-2016

INTEGRIDAD

PROACTIVIDAD /FLEXIBILIDAD

CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN

Disfrute del Trabajo

NUESTRAS MARCAS PRODUCIDAS

CERVEZA Toña NICARAGUA

Marca líder de Compañía Cervecera de Nicaragua nacida en 1976. Es la cerveza tipo lager con excelente balance entre cuerpo y sabor suave que representa las tradiciones y costumbres nicaragüenses.

Toña LITE

Es la primera cerveza Lite de Nicaragua, con una receta de elaboración única, con ingredientes naturales que garantizan una cerveza de Gran Sabor y Muy Fácil de Tomar.

Victoria Clásica

Surge en 1926 bajo el nombre de Cerveza Xolotlán. Es la representante del sabor auténtico de la cerveza con una fórmula única que ofrece un carácter y sabor inigualable. Su nombre actual, hace honor a la victoria obtenida por los aliados en la II Guerra Mundial.

Cerveza PREMIUM

Marca de alto prestigio y calidad a nivel nacional, con estándares internacionales. Es una cerveza con sabor suave, fino y ligero. Solo los más finos lúpulos y cereales hacen la calidad de Cerveza Premium.

Victoria Selección Maestro

Es la primera cerveza 100% malta de Nicaragua, la cual cuenta con una fórmula especializada que refleja el arte y tradición en la elaboración de una cerveza de alta calidad.

Victoria frost

Es la cerveza joven e innovadora de Nicaragua, que refresca y satisface por su proceso único de micro filtrado en frío, entregándote un cuerpo, sabor y carácter definido. Llega al mercado desde el año 2008.

cerveza Mytos

Es la primera línea de cervezas tipo artesanal de CCN hecha en producciones exclusivas y limitadas. Mytos embarca al consumidor en una aventura para deleitar el paladar con su celebración de una intensidad sin precedentes y sin concesiones.

+18 INPRODERE

MARCAS IMPORTADAS

Heineken®

Es la cerveza de calidad mundial nacida en Holanda en 1864. Su contenido 100% malta y su levadura patentada, permiten un sabor único que la hacen la cerveza más vendida en Europa y la marca más valiosa de cerveza Premium internacional.

TECATE LIGHT

Es la primera ceveza light de México que tiene un proceso de elaboración único que garantiza un sabor para ser disfrutado por mucho más tiempo.
La combinación de maltas importadas y el sofisticado proceso de variación de temperaturas son el secreto de este sabor ligero pero aguerrido, noble y audaz.

SOL

Sol es la auténtica cerveza mexicana, tipo lager, nacida en 1899. Ofrece a los consumidores un sabor suave, ligero con aroma a malta y notas herbales. Probarla es descubrir el espíritu libre de México.

Miller Genuine Draft

Miller Genuine Draft es la única cerveza que es 4 veces filtrada en frío para crear un único sabor suave de cerveza de barril en una botella. Con su botella transparente, atractiva etiqueta dorada y negra e incomparable color dorado es una cerveza dinámica y confiada que verdaderamente se destaca en la multitud.

TSINGTAO 青島啤酒

Esta cerveza tipo Lager es la #1 exportada de China. Es producida con las más finas maltas, arroces y agua de la Montaña Laoshan en China. Tiene presencia en más de 85 países a nivel mundial, pero sigue siendo producida 100% en China, asegurando el mismo exquisito sabor y calidad característico de Cerveza Tsingtao.

SMIRNOFF ICE

Es una deliciosa bebida lista para tomar a base de Vodka Smirnoff®. Es ligeramente carbonatada y refrescante. Con variedad de deliciosos sabores: Smirnoff Ice Original (sabor refrescante cítrico con toque de limón), Green Apple Bite (Sabor manzana verde), Black Ice (Similar al sabor Orignal pero con un toque menos dulce) y Smirnoff Ice Guaraná (Sabor misterioso e interesante).

Bliss

Es ahora parte de nuestro portafolio de marcas. Bliss ofrece una nueva y diferente variedad de sabores en cocteles listos para tomar.

+18 INPROCERES

NUESTRAS MARCAS DE BEBIDAS PRODUCIDAS

FUENTE PURA: Es el agua mineral natural, sinónimo de calidad, herencia y prestigio que te da bienestar físico y mental para fluir en tu vida.

BRISA: Es el agua mineral natural en bolsa, líder en su segmento que brinda confianza a los consumidores.

HIDRAMAX: Es una bebida formulada para reponer los fluidos y electrolitos perdidos durante la actividad física, recibiendo una máxima hidratación.

D'Frutta: Bebida refrescante de alta calidad desarrollado cuidadosamente para satisfacer el paladar de los nicaragüenses con deliciosos sabores: naranja, manzana, uva y sandía y en la categoría de tés el té frío limón. Todos los productos contienen complejos de vitamina B.

YUPI: Bebida refrescante en bolsa para los más pequeños. Empaques con atractivos y divertidos colores, brinda Vitamina C y calcio.

NUESTRAS CERTIFICACIONES

Renovamos nuestro compromiso con la calidad de los productos y la satisfacción de los clientes al certificarnos en la nueva versión 2015 de la norma ISO 9001.

El sistema de gestión integrado de la compañía comparte su razón de ser, que se resume en el imperativo

¡Queremos ser siempre tu mejor opción!

El sistema también tiene como objetivos mantener ambientes de trabajo seguros y saludables a través de la prevención de accidentes y enfermedades laborales con la norma OHSAS 18001:2007, garantizar la inocuidad de nuestros productos según el estándar HACCP, y finalmente prevenir riesgos en materia medioambiental con la implementación del sistema de gestión ambiental siguiendo los lineamientos de la norma ISO 14001:2015.

LOGRO 2016

Logramos certificarnos en la norma HACCP o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control según el Codex Alimentarius cuya finalidad es identificar, evaluar y controlar peligros significativos para la inocuidad de los alimentos.

Lloyd's Register
LRQA

Certificamos que el Sistema APPCC de:

COMPAÑÍA CERVECERA DE NICARAGUA S.A.
Km 6 ½ Carretera Norte Cruz Lorena 600 mts al lago
Managua
Managua, Nicaragua

ha sido evaluado por Lloyd's Register Quality Assurance Limited según:

Codex Alimentarius Annex to CAC/RCP 1-1969 (2009)

El Sistema es aplicable a:

Elaboración y Almacenamiento de Cerveza.
Elaboración y Almacenamiento de Agua Mineral y Aguas Saborizadas.

Aprobación
Certificado Nº: SAC 0712002

Fecha de evaluación: 01 de Diciembre 2016
Fecha de emisión: 01 de Diciembre 2016
Fecha de caducidad: 30 de Noviembre 2019

Emitido por: Lloyd's Register Central & South America Limited
en nombre de Lloyd's Register Quality Assurance Limited

Blanco 625, of. 112, Valparaíso Chile
En nombre de: 1 Trinity Park, Bickenhill Lane, Birmingham, B37 7ES, United Kingdom

POLÍTICA INTEGRADA DE GESTIÓN

En 2016 establecimos nuestra Política Integrada de Gestión a partir de las políticas previas de Calidad, Seguridad y Salud Ocupacional y Gestión Medioambiental e incluimos los lineamientos para garantizar la inocuidad de nuestros productos.

Compañía Cervecera de Nicaragua S.A., empresa que desarrolla, produce y distribuye cerveza, bebidas a base de malta, agua mineral natural y agua saborizada, reconoce su compromiso con la Calidad, la Inocuidad, el Medio Ambiente y la Seguridad y Salud de sus trabajadores, a través de la presente Política Integrada:

- Desarrollamos y controlamos eficazmente procesos y servicios que satisfagan las expectativas de nuestros Clientes y demás Partes Interesadas de acuerdo al Contexto de la Organización.
- Cumplimos con responsabilidad las disposiciones legales vigentes de los territorios en los que operamos y los otros compromisos suscritos por la organización.
- Protegemos el medio ambiente y hacemos uso racional de los recursos naturales mediante el establecimiento de programas ambientales.
- Prevenimos accidentes y enfermedades laborales brindando un ambiente de trabajo seguro a todos los colaboradores.
- Comunicamos nuestros compromisos de calidad, inocuidad, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional a nuestras Partes Interesadas Pertinentes.
- Fomentamos la mejora en nuestros procesos, productos y servicios en los que prevalece el principio de prevención y mejora continua.

Esta política de calidad, inocuidad, ambiente, seguridad y salud ocupacional deber ser conocida y practicada por todos los trabajadores, por lo cual será actualizada, divulgada y comunicada de forma permanente y estará disponible para todas nuestras Partes Interesadas Pertinentes.

ORGANIZACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS

CCN es miembro y participa en las siguientes organizaciones:

ADIPRONIC
Asociación de Distribuidores de Productos de Consumo Masivo de Nicaragua

AMCHAM
Cámara de Comercio Americana de Nicaragua *www.amcham.org.ni/*

CANATUR
Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua *www.canatur-nicaragua.org/*

CADIN
Cámara de Industrias de Nicaragua *www.cadin.org.ni/*

CCSN
Cámara de Comercio y Servicios de Nicaragua *www.ccsn.org.ni/*

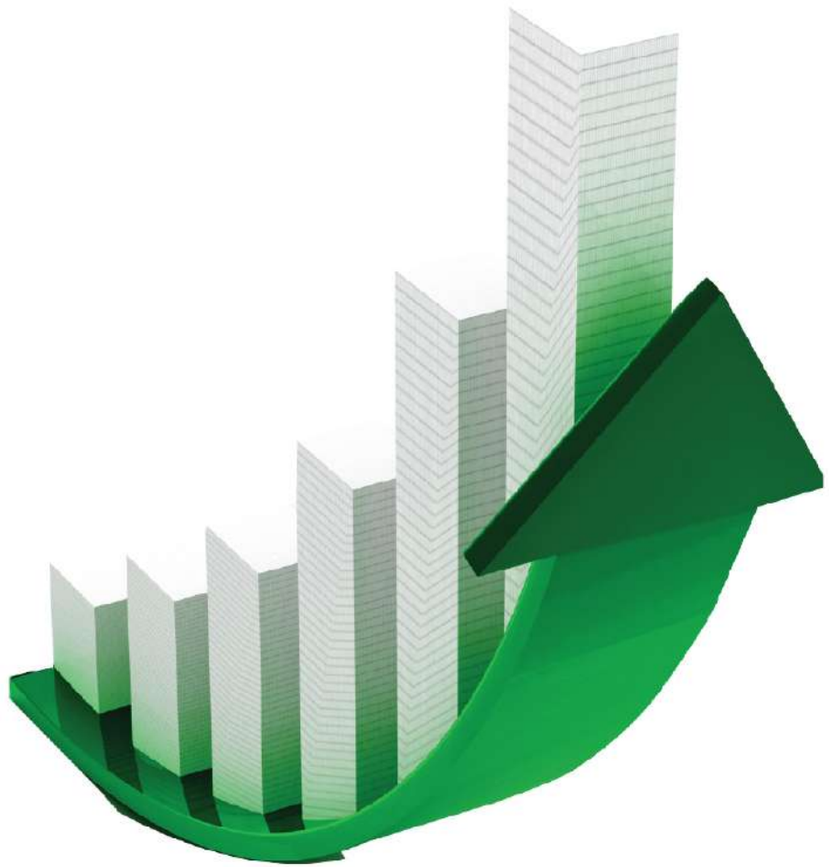
COSEP
Consejo Superior de la Empresa Privada www.cosep.org.ni/

FUNIDES Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social *http://funides.com/*

INDE
Instituto Nicaragüense de Desarrollo *www.inde.org.ni/*

PACTO GLOBAL
Pacto Global de las Naciones Unidas y Red de Pacto Global Nicaragua *www.unglobalcompact.org/*

UNIRSE
Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial *www.unirse.org/*



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En 2016 realizamos el ejercicio de identificar quiénes son nuestros grupos de interés. El estudio estuvo a cargo del Comité Ejecutivo con acompañamiento de una asesoría externa. Identificamos un total de sesentaidós subgrupos que finalmente quedaron agrupados en doce grupos de interés, los que también pudieron clasificarse analizando cuánta influencia pueden tener sobre nuestras operaciones y cuánto dependen directa o indirectamente de la compañía. Estos grupos de interés son los siguientes:

MATERIALIDAD

Los grupos de interés fueron consultados a través de entrevistas individuales y colectivas para identificar los temas más importantes que deben ser considerados en la gestión de CCN. En total se identificaron treinticinco temas de las categorías: Medio Ambiente, Salud y Seguridad, Consumo Responsable, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Proveedores, Comunicación, Relaciones con la comunidad, Clientes e Innovación.

La consulta finalmente concluyó en veintiún temas relevantes o materiales que son:

- Comunicación
- Transparencia y Anticorrupción
- Mecanismos de denuncia
- Consumo Responsable
- Derechos Humanos
- Relaciones con la Comunidad
- Gestión Ética de los Puntos de Venta
- Desarrollo de Clientes
- Desarrollo de Proveedores
- Prácticas Laborales en la Cadena
- Innovación de procesos y materiales
- Gestión del Recurso Hídrico
- Gestión de Residuos
- Gestión de Emisiones y Eficiencia Energética
- Beneficios para los Trabajadores
- Atracción y Retención de Talento
- Balance Trabajo/Familia
- Evaluación de Competencias y de Desempeño
- Desarrollo de Carrera y Planes de Sucesión
- Salud y Seguridad en el Trabajo
- Seguridad y Cultura Vial.

De estos temas los que se describen a continuación destacan tanto para los grupos de interés como para la compañía:

Gestión del recurso hídrico: El recurso hídrico es el recurso natural por excelencia que debe ser cuidado y protegido en el proceso productivo ya que el mismo es intensivo en su uso. Como tema material hace referencia al uso, calidad y riesgo de escasez del recurso y a cómo la organización gestiona estos elementos. En este marco es fundamental incorporar a otros para trabajar en alianza y ampliar el marco de protección de las cuencas hídricas.

Consumo Responsable: Es un tema fundamental en toda la cadena de suministro desde tres puntos de vista: La identificación de hábitos que promuevan el consumo responsable de los consumidores; evitar el consumo en menores de edad y otros grupos de riesgo; educar sobre el consumo de alcohol en los trabajadores de CCN.

Comunicación: Hace referencia no sólo a los procesos de comunicación e información tradicional en los que se comunican algunas de las acciones y hechos de la organización, sino a la necesidad fundamental de establecer procesos de relacionamiento con los diferentes grupos de interés donde se establezcan propuestas de valor a cumplir con cada uno de ellos.

También hace referencia a la manera en la que la organización rinde cuentas a sus grupos de interés sobre cómo está abordando los retos generados por los impactos que tienen sus actividades.

MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES

DIÁLOGO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Al finalizar el ejercicio de identificación de nuestros grupos de interés y determinar los temas más importantes para la gestión de la sostenibilidad en CCN, también identificamos las formas de diálogo existentes que son: grupos focales, líneas de atención telefónica, correo electrónico, encuesta de satisfacción del cliente, encuesta 360, buzones de sugerencia, reuniones de diálogo, estudios/consultas específicas y auditorías, y reporte de sostenibilidad.

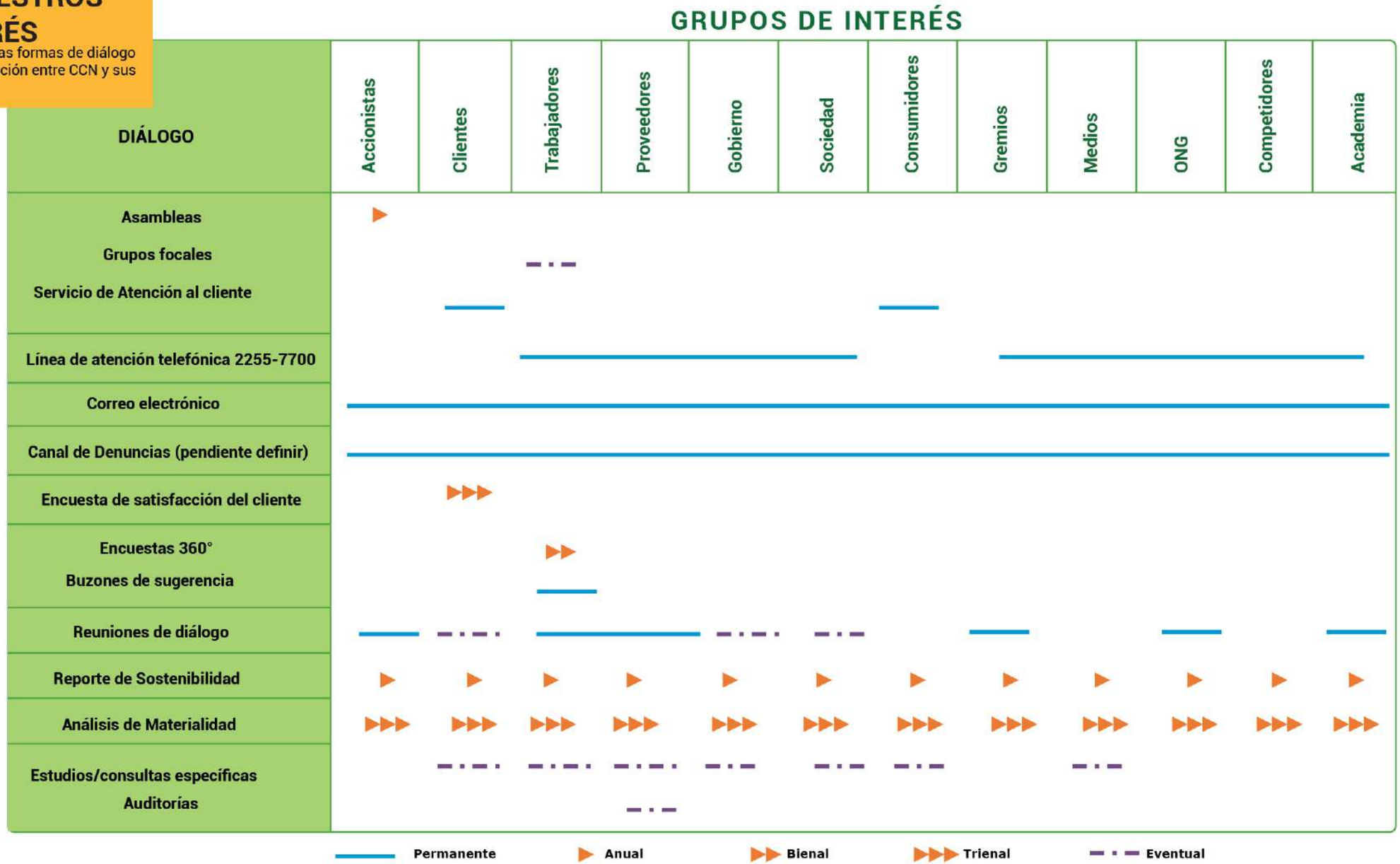
Con la revisión del Código de Ética se está gestionando la apertura de un canal de denuncias independiente para poder dar un tratamiento adecuado a las quejas y denuncias de cualquier índole tanto de trabajadores como de personas ajenas a la organización.

En 2017 se comenzará a trabajar en la implementación del ciclo de gestión del diálogo de CCN que permita un relacionamiento con nuestros grupos de interés directo, abierto y transparente que coadyuve a crear relaciones de largo plazo basadas en confianza.

Con la publicación de este segundo reporte de sostenibilidad esperamos por lo tanto contar con su retroalimentación a través del correo *contacto@ccn.com.ni*

DIÁLOGO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En el siguiente cuadro se muestran las formas de diálogo existentes y en proceso de formalización entre CCN y sus grupos de interés.



NUESTRO NEGOCIO

CONTEXTO ECONÓMICO 2016

Durante los últimos años la situación del país ha venido mejorando con crecimientos promedio superiores al 4% desde 2011. Sin embargo Nicaragua[1] es un mercado vulnerable, con una de las economías más pequeñas de la región y una población de poco más de seis millones de personas, en la que cerca del 30% se encuentra en situación de pobreza general, y un 8.3% está en situación de pobreza extrema, lo que incrementa los riesgos de generación de valor económico para una empresa de la envergadura de CCN.

Para contribuir al desarrollo de Nicaragua, CCN se ha fijado metas de generación de valor económico en función de un crecimiento interno superior al de la economía nacional.

Nuestro objetivo nos llevó en 2016 a realizar un análisis de contexto, riesgos y oportunidades del negocio. Se evaluó el contexto corporativo, económico, de mercado, regulatorio, proveedores, capital humano, tecnología de la información, seguridad y salud, medioambiente y procesos operativos. Las acciones propuestas derivadas del análisis contemplan entre otros aspectos la gestión de los temas relevantes identificados por los grupos de interés.

En 2017 CCN continuará apostando por su razón de ser:

"Refrescamos constantemente a Nicaragua, trabajando por su preferencia, confianza y disfrute".

1. Instituto Nacional de Información de Desarrollo INIDE. Encuesta de Medición de Nivel de Vida EMNV 2014

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

En 2016, CCN generó un total de C$ 5013165,894 córdobas netos. Los ingresos de CCN provienen en su totalidad de la venta de sus productos y servicios, no hay otras fuentes de ingreso.

Las inversiones sociales y ambientales distribuidas ascendieron a un 1.6% de sus utilidades netas. Si además consideramos los beneficios a los trabajadores este valor es del 5.6%.

Sumado a las inversiones sociales y medioambientales, en promociones y regalías para sus clientes CCN invirtió C$71780,820, quienes en promedio tuvieron ingresos de ciento dos córdobas por cada caja vendida.

La compañía no realiza contribuciones políticas.

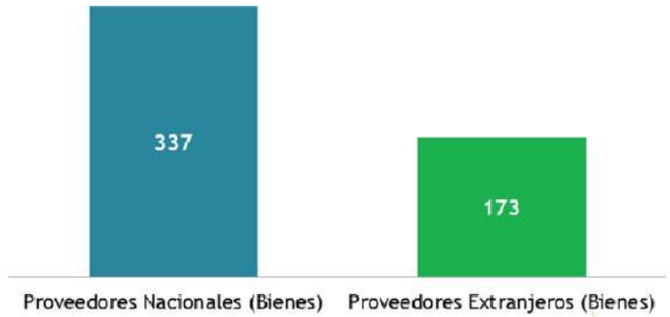
GASTO EN LUGARES DE OPERACIONES SIGNIFICATIVAS

En 2016 un 66% de proveedores nacionales y 34% de proveedores extranjeros abastecieron a CCN con los bienes necesarios para hacer posible sus operaciones.

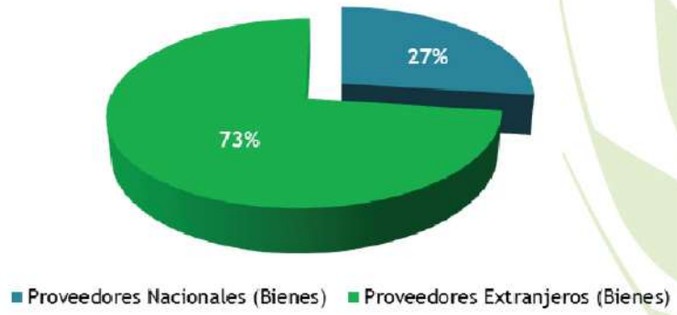
El gasto total fue de C$1656,196,197 córdobas, distribuidos en 27% para los proveedores nacionales y 73% para los proveedores extranjeros respectivamente. La naturaleza del producto y las materias primas inexistentes en el país contribuyen a que el gasto se comporte de esta manera.

Desde el año 2014 comenzó un proceso de revisión de las políticas de aprovisionamiento de la compañía.En consulta con los grupos de interés de CCN se identificó que el tema de desarrollo de proveedores es un tema relevante. Para dar respuesta a esta necesidad continúa en proceso de revisión y elaboración el "Manual de Compras Sostenibles".

Número de proveedores de bienes



% de valores comprados



INVERSIONES SIGNIFICATIVAS

CCN invirtió en 2016
C$ 1036,443,047

Las inversiones más significativas en infraestructura fueron:

- **Ampliación de la sala de fermentación**
- **Ampliación de CEDIS y Almacén**
- **Ampliación de la planta de bebidas**
- **Plan maestro eléctrico**
- **Finalización del nuevo centro de distribución Estelí.**
- **Finalización del nuevo centro de distribución Matagalpa.**

Las ampliaciones de 2016 tanto en maquinaria de producción como en infraesrtuctura para el almacenamiento de materias primas y productos responden a la necesidad de crear las capacidades logísticas para continuar satisfaciendo a nuestros clientes y consumidores con productos y servicios de la más alta calidad de una manera más eficiente.

Estas inversiones a la vez, por tratarse de tecnología de punta e infraestructura moderna, permiten minimizar los impactos ambientales de nuestras operaciones al reducir los consumos de agua y energía requeridos para los procesos.

Festival CERVECERO Toña
CELEBRANDO QUE SOMOS NICAS

BRINDEMOS
POR NUESTRO

23,000 ASISTENTES!

EL CONSUMO EXCESIVO DE ESTE PRODUCTO ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS +18 INPRCORES SOLO PARA MAYORES DE 18 AÑOS

HITOS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS PRODUCIDAS EN CCN

Continuamos creciendo en capacidad para la producción de bebidas refrescantes e innovando nuestros productos. Este año lanzamos al mercado nuevas presentaciones:

Fuente Pura	Presentación de 1 litro, Presentación de 600ml con tapa sportcap
D'Frutta	Té frío limón en presentación botella de 500 ml y 1.5 litros D'Frutta Sandía en presentación botella de 500 ml
Yupi	Yupi Chicle de Berries, Algodón de azúcar. Nueva categoría con el Té frío limón.
Hidramax	Nueva bebida hidratante en presentación bolsa.

PRODUCCIÓN BEBIDAS

CONFORMIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

CCN garantiza la conformidad de sus productos con estándares de clase mundial a través del cumplimiento de su Política Integrada de Gestión y su Estrategia de Triple Utilidad.

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS.

Todos los procesos productivos de CCN están certificados bajo la norma ISO 9001:2015 y HACCP, con el fin de lograr una mayor satisfacción de los clientes y la inocuidad de los productos.

Todos los productos que comercializa CCN cuentan con un registro sanitario y todas las operaciones se realizan en sitios con licencias de operación.

En 2016 no se registraron incidentes relacionados a la salud y seguridad de productos que resultaran en multas o sanciones.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

Los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes confirman que CCN es el líder en servicio al cliente en los diferentes canales de venta.

CCN se mantiene como líder en servicio al cliente.

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA.

El código de autorregulación publicitaria es un código voluntario suscrito desde el año 2006, bajo el que se rigen todas nuestras comunicaciones de publicidad.

El Código fue creado basado en principios para la promoción del consumo responsable, la protección a menores de edad, la ética publicitaria y el cumplimiento de la ley.

En el año 2016 no se registraron incumplimietos al Código de Autorregulación Publicitaria.

¡QUEREMOS SER SIEMPRE TU MEJOR OPCIÓN!

ATRIBUTOS	CERVEZA	AGUA	BEBIDAS REFRESCANTES
Origen	✓	✓	✓
Ingredientes	✓	✓	✓
Contenido neto	✓	✓	✓
Fecha de caducidad/Lote	✓	✓	✓
Instrucciones de seguridad	El consumo excesivo de este producto es perjudicial para la salud. Prohibida su venta para menores de 18 años.		Cantidades diarias orientativas (CDO)
Registro Sanitario	✓	✓	✓
Eliminación del envase		Logo reciclaje Logo deposite la basura en su lugar	Logo reciclaje Logo deposite la basura en su lugar
Información adicional	% de alcohol	Información nutricional	Información nutricional

CONFORMIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

CCN garantiza el Etiquetado Responsable de todos sus productos alcohólicos y no alcohólicos para que los consumidores puedan obtener información sobre los alimentos que deseen consumir.

En las etiquetas informamos sobre los riesgos asociados al consumo, de modo que si se sigue correctamente la información que aparece en las mismas como las fechas de caducidad, consumo en exceso, etc., pueden evitarse todos los posibles inconvenientes para la salud y la seguridad física.

En 2016 mejoramos el etiquetado de nuestras bebidas refrescantes colocando no sólo el contenido nutricional de las mismas sino las cantidades diarias orientativas (CDO) requeridas para lograr satisfacer una dieta sana y equilibrada.

Las CDO indican el porcentaje de nutrientes que contiene el producto comparado a los nutrientes recomendados para una persona adulta al día.

Información Nutricional

Tamaño de porción: 250 ml
Porciones por envase: 6

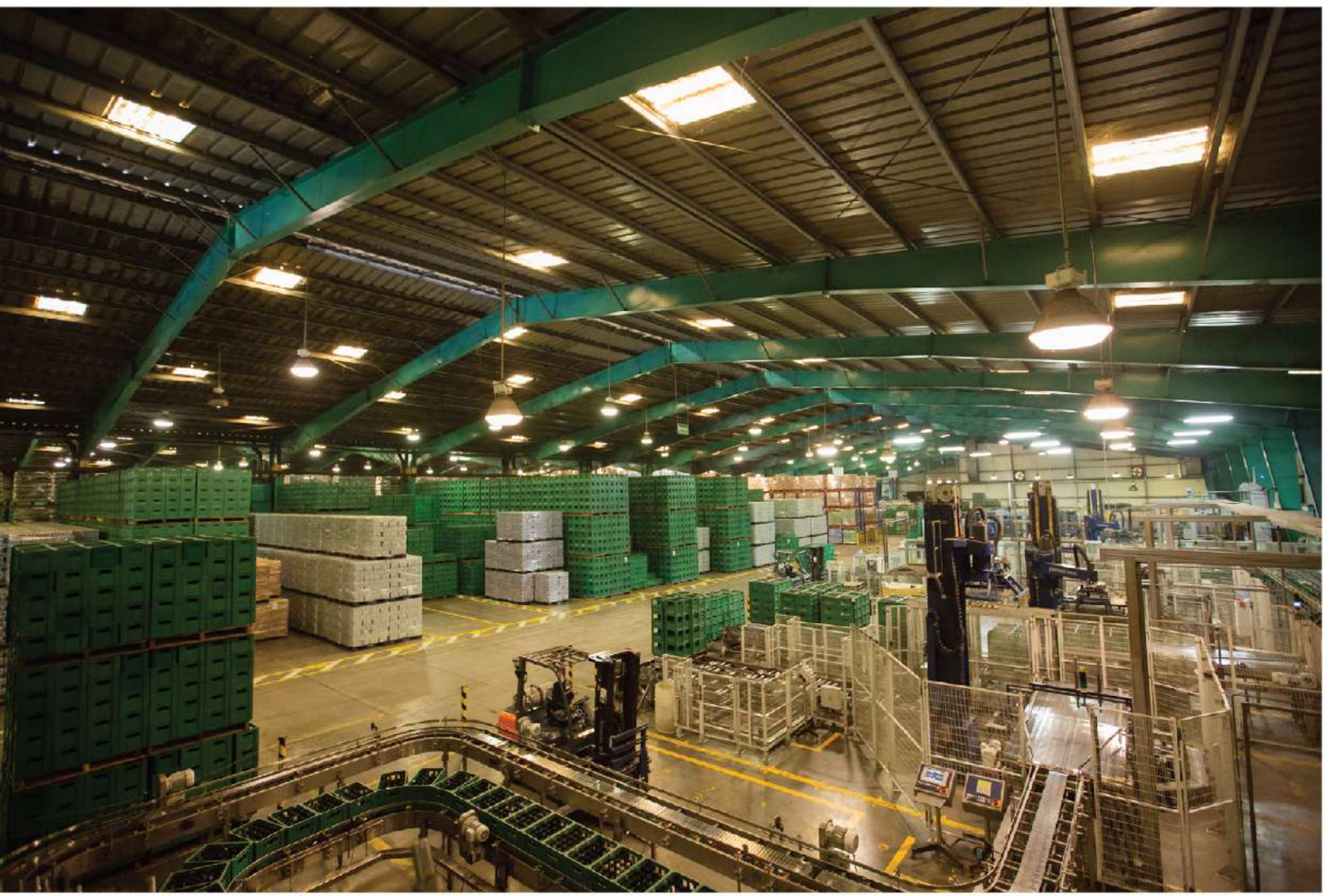
Cantidades por porción	% Valor Diario*
Energía: 477 kj (114 kcal)	**6%**
Proteína 0g	**0%**
Grasa Total 0g	**0%**
Grasa Saturada 0g	**0%**
Grasa Trans 0g	**0%**
Colesterol 0mg	**0%**
Sodio 20 mg	**1%**
Carbohidratos Totales 30g	**10%****
Fibra Dietética 0g	**0%**
Azúcares 30g	**34%*****

*Valor de referencia de nutriente calculado con base en una dieta de 2000 kcal (8400 kj) según las recomendaciones de la FAO/OMS. **Referenciade la FDA.*** Referencia de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria.

¡QUEREMOS SER SIEMPRE TU MEJOR OPCIÓN!

FLOTA DE DISTRIBUCIÓN

CADENA DE SUMINISTROS



En la Cadena de Suministro se implementó una serie de cambios en los procesos de logística que permitió fortalecer el manejo y control de los envases retornables, tanto de botellas de vidrio como de botellón plástico; y así se consiguió una mejora en la rotación y la utilización de estos activos.

La Cadena de Suministros de CCN comienza por sus Proveedores:

Proveedores de bienes nacionales y extranjeros

Proveedores de servicios en general

Proveedores de servicios profesionales

Proveedores de servicios de outsourcing

La relación con los proveedores de bienes está a cargo de la Gerencia de Compras que reporta a la Gerencia de Cadena de Suministros. La relación con los proveedores de servicios está a cargo de las gerencias que requieran de la contratación del servicio.

ALMACENES.

En las instalaciones se garantiza el resguardo de los materiales, equipos y repuestos que son adquiridos para las operaciones de CCN. Existen almacenes de materias primas y auxiliares, repuestos industriales y automotrices, almacenes de envases y materiales de empaques y almacenes de hidrocarburos.

Hay seis silos de granos para abastecer la producción en Managua y tres en el municipio de El Realejo, en los que se almacenan malta y granos cuando ingresan al país. Cuando el plantel no es utilizado para resguardar materia prima de CCN es dado en arriendo.

Los responsables de los almacenes reportan a la Gerencia Cadena de Suministros y los de silos a la Gerencia de Producción.

NUEVO ALMACÉN

CADENA DE SUMINISTROS

El Área de Producción se concentró en mejorar la flexibilidad de los procesos del área, aumentar la capacidad y asegurar la calidad.

Producción
La planta principal de producción está ubicada en Managua. Para la producción de cerveza existen las siguientes instalaciones y procesos:

Sala de Cocimientos:
En la que la materia prima y el adjunto se transforman en mosto.

Sala de Fermentación y Filtración: El mosto es fermentado y se obtiene cerveza la que posteriormente es filtrada.

Líneas de envasado y empaque:
Existen dos líneas de envasado en botellas de vidrio y una en envases de aluminio. También se envasa cerveza en sifones.

Finalmente el producto es empacado y almacenado en la bodega de producto terminado del Centro de Distribución de Managua.

Para soportar la producción el área de Mantenimiento y Servicios industriales cuenta con:

Sala de Máquinas y Calderas.
Garantizan la extracción y tratamiento de agua de procesos, el enfriamiento industrial, la generación de vapor y aire comprimido. Además se garantiza que el flujo elécrico sea permanente.

Mantenimiento industrial:
Contempla el mantenimiento eléctrico, mecánico, instrumentación y automatización.

Para la producción de agua mineral natural y bebidas refrescantes existen las siguientes instalaciones y procesos:

En Managua:

- Planta de purificación del agua
- Planta de jarabe para producir bebidas refrescantes.
- Sopladora de botellas PET
- Llenadora de agua y bebidas galón, PET y bolsa.

En Rivas:

- Planta de purificación del agua
- Llenadora de agua botellón

El producto es empacado y almacenado en la bodega de producto terminado del CEDIS Managua y Rivas hasta su distribución.

CADENA DE SUMINISTROS

Canales de distribución.

CCN atiende a toda Nicaragua a través de ocho centros de distribución foráneos y distribuidores.Tiene en total ochenta rutas de distribución propia.

CCN también exporta cerveza Toña a Costa Rica, donde es distribuida por Florida Ice and Farm Company, FIFCO.

Para que la venta y distribución sean posibles CCN posee su propia flota vehicular que incluye vehículos livianos, montacargas, camiones y cabezales.

Comercialización.
La comercialización la realiza la Gerencia de Comercialización. Organizativamente atiende bajo las subgerencias de Cuentas Claves, Eventos y Hogar, Trademarketing,

Ventas Managua y Ventas Foráneas.
El Departamento de Servicios Técnicos, también parte de la Gerencia de Comercialización, brinda el servicio de mantenimiento de los equipos de frío que son facilitados a los clientes.

¿DÓNDE OPERAMOS?

OCOTAL ENITEL 6.5 cuadras al norte. Teléfono 27322504

ESTELÍ Km. 154-155 Carretera Panamericana Norte, 5km al norte de Estelí. Teléfono 27132479

MATAGALPA Quebrada Honda, frente al beneficio de café La Esperanza. Teléfono 27754465

BOACO Bo. El Muñeco, frente al campo del Instituto Público de Boaco. Teléfono 25422326 | 25421573

OCCIDENTE km. 95.8 carretera León-Chinandega. Teléfono 23113411 | 23111772

SANTO TOMÁS km. 179 carretera al Rama, contiguo al Hotel Campo Seco. Teléfono 25192140|25192217

MANAGUA km. 6.5 carretera norte, 600 m al norte. Teléfono 22557700 | 22557777

MASAYA km. 29 carretera Masaya-Tipitapa. Teléfono 25227059

RIVAS km. 105.5 carretera Panamericana, entrada a Los Jiñotes. Teléfono 25633520

CEDIS OCCIDENTE

CADENA DE SUMINISTROS

Uno de los aspectos más destacados del desempeño de CCN son sus prácticas laborales, las que han sido evaluadas en todas sus operaciones. En sus contratos con proveedores y clientes (distribuidores) existe una cláusula en la que se incluyen los aspectos de cumplimiento legal relacionado a buenas prácticas laborales como el pago de la seguridad social y la protección de la salud y seguridad de los trabajadores.

La cadena de suministro no ha sido objeto de análisis en materia social ni de derechos humanos. Tampoco se han evaluado los impactos de nuestras operaciones sobre la comunidad.

El impacto ambiental ha sido analizado en las instalaciones de Managua y los centros de distribución foráneos. No se se han analizado los impactos ambientales con proveedores y clientes.

Mecanismos de denuncia y/o reclamos.

El único mecanismo formal de denuncia y/o reclamación en CCN es el que está disponible para los clientes y consumidores a través del Servicio de Atención al Cliente.

En materia de relaciones laborales según el Reglamento Interno de Trabajo, los trabajadores tienen derecho a presentar directamente sus puntos de vista ante un desacuerdo. Externamente la institución que recibe las reclamaciones y/o denuncias es el Ministerio de Trabajo bajo los mecanismos que estipula el Código del Trabajo.

Multas y sanciones

En el año 2016 se registraron:

- Cero multas o sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.
- Cero multas, demandas o sanciones en materia de cumplimiento regulatorio de prácticas de competencia desleal.
- Cero reclamaciones fundamentadas sobre prácticas de privacidad del cliente.
- Cero multas relacionadas con el suministro y el uso de productos y servicios.
- Cero multas o sanciones relacionadas con prácticas laborales.

LA FAMILIA CERVECERA

ESTRATEGIA SOCIAL INTERNA

"Mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias"

El compromiso y la entrega de nuestra fuerza laboral es la clave para el cumplimiento de las metas de la compañía. Creemos firmemente que las empresas exitosas son construidas por personas productivas apegadas a sólidos valores personales. Por esta razón el bienestar del personal de la compañía es el propósito fundamental en la dimensión social interna cuyos objetivos estratégicos son:

Lograr que los colaboradores sean un vivo reflejo de la filosofía de la empresa.

Se espera que los trabajadores impacten positivamente en la sociedad convirtiéndose en embajadores de los valores y comportamientos éticos que se viven en la compañía a través de su ejemplo, tanto en sus relaciones profesionales como en las personales.

Fomentar en nuestros colaboradores la adopción de un estilo de vida saludable .

Además de garantizar la gestión de la salud y seguridad ocupacional a través de los lineamientos de la norma OHSAS 18001:2007, se fomenta que todos los trabajadores tengan hábitos saludables como una adecuada alimentación, ejercitación física, atención médica y psicológica, entre otros.

Facilitar las condiciones para mejorar la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables de la organización.

Conociendo el entorno económico del país comprendemos que tener un empleo fijo no es garantía de tener la capacidad de sufragar todas las necesidades básicas, por lo que nos hemos propuesto conocer y apoyar a nuestros trabajadores en situación de vulnerabilidad económica para que puedan mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

NUESTROS TRABAJADORES

CCN cuenta con una planilla de un mil ciento diez trabajadores distribuidos en diez departamentos del país, incluidos los trabajadores que gozan de contrato por tiempo determinado e indeterminado.

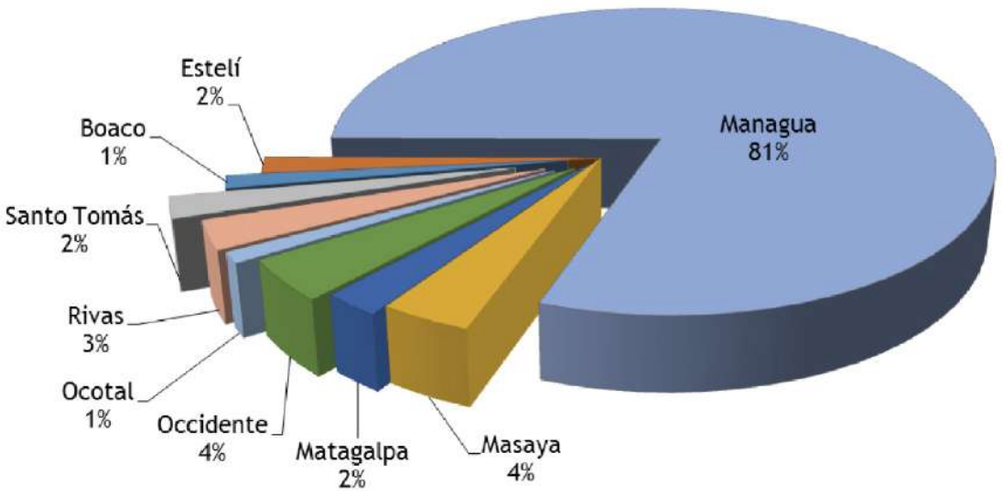
El 81% de los trabajadores está ubicado en Managua, un 11% en las agencias de Occidente, Masaya y Rivas, y el restante 8% está distribuido en las agencias de Estelí, Matagalpa, Santo Tomás, Boaco y Ocotal.

La mayor parte de la planilla, el 42%, está compuesta por personas cuyas edades oscilan entre los treinta y treinta y nueve años. Un 30% de personas tienen entre veinte y veintinueve años, el 19% entre cuarenta y cuarenta y nueve años y sólo el nueve por ciento es mayor a los cincuenta años.

Además de los trabajadores por tiempo determinado e indeterminado de CCN, existe personal que es subcontratado para realizar labores o servicios muy específicos como:

- Limpieza institucional y jardinería.
- Algunos mantenimientos de instalaciones, industriales y automotrices.
- Trabajos por destajo, personal eventual y auxiliar.

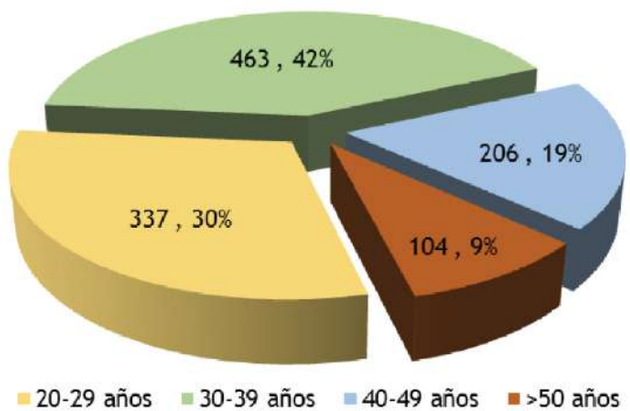
Distribución geográfica de los trabajadores CCN



Planilla de Trabajadores

Región	Femenino 20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Femenino	Masculino 20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Masculino	Total
Boaco	1	2	0	0	3	1	10	0	0	11	14
Estelí	0	1	0	0	1	1	14	2	0	17	18
Managua	72	61	27	21	181	220	274	142	76	712	893
Masaya	4	2	0	0	6	3	22	11	1	37	43
Matagalpa	2	1	0	0	3	4	13	4	3	24	27
Occidente	0	6	0	0	6	5	25	9	2	41	47
Ocotal	0	1	0	0	1	2	5	4	0	11	12
Rivas	2	2	0	0	4	10	12	5	1	28	32
Santo Tomás	3	1	0	0	4	7	11	2	0	20	24
Total	84	77	27	21	209	253	386	179	83	901	1,110

Trabajadores por rango de edad

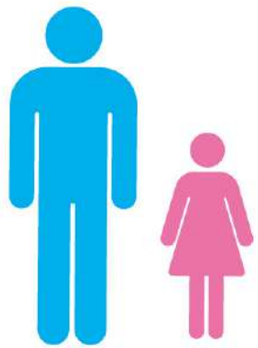


NUESTROS TRABAJADORES

Del total de la planilla de trabajadores el 76.8% trabaja en cargos Operativos, el 18.4% como Coordinadores y Supervisores, el 3.8% como Gerentes y Jefes y el 1% como Directores.

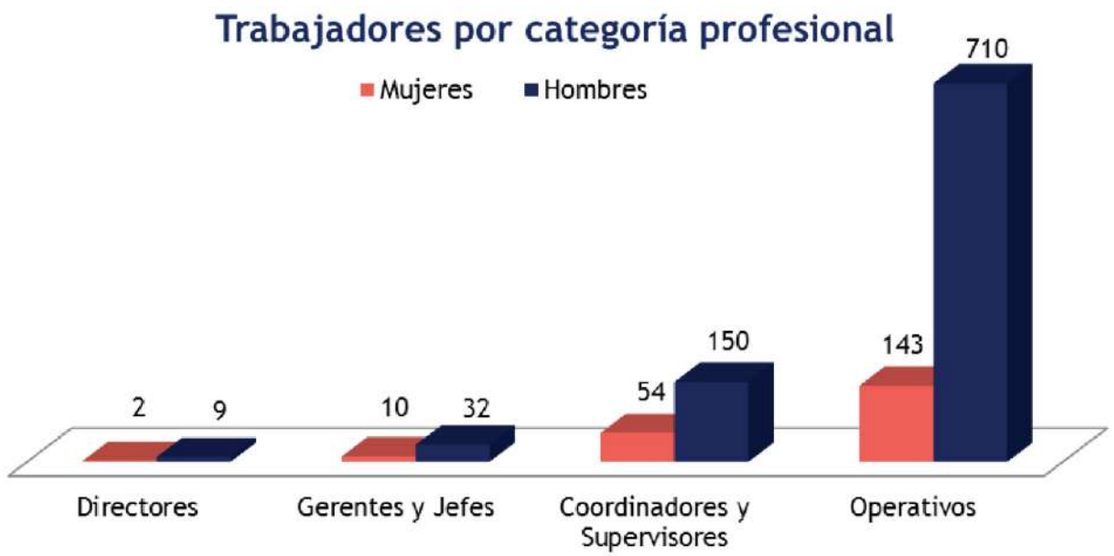
El 81% del personal son hombres y el 19% mujeres, sin embargo en las categorías Coordinadores y Supervisores y Gerentes y Jefes en promedio trabajan un 25% de mujeres. La retribución salarial promedio de los hombres equivale a un 95% del salario de las mujeres.

El 2.8% del total de la planilla o treinta y un trabajadores presentan algún tipo de discapacidad, de los cuales 0.4% son mujeres y 2.4% son hombres.



901 **209**
81% **19%**

Categoría Profesional	Relación Salario Hombres vs. Mujeres
Directores	162%
Gerentes y Jefes	146%
Coordinadores y supervisores	97%
Operativos	93%
Total	95%



Trabajadores por categoría profesional				
Categoría Profesional	Mujeres	Hombres	Total	Porcentaje
Directores	0.2%	0.8%	1.0%	1.0%
Gerentes y Jefes	0.9%	2.9%	3.8%	3.8%
Coordinadores y Supervisores	4.9%	13.5%	18.4%	18.4%
Operativos	12.9%	64.0%	76.8%	76.8%
Total	18.8%	81.2%	100%	100.0%

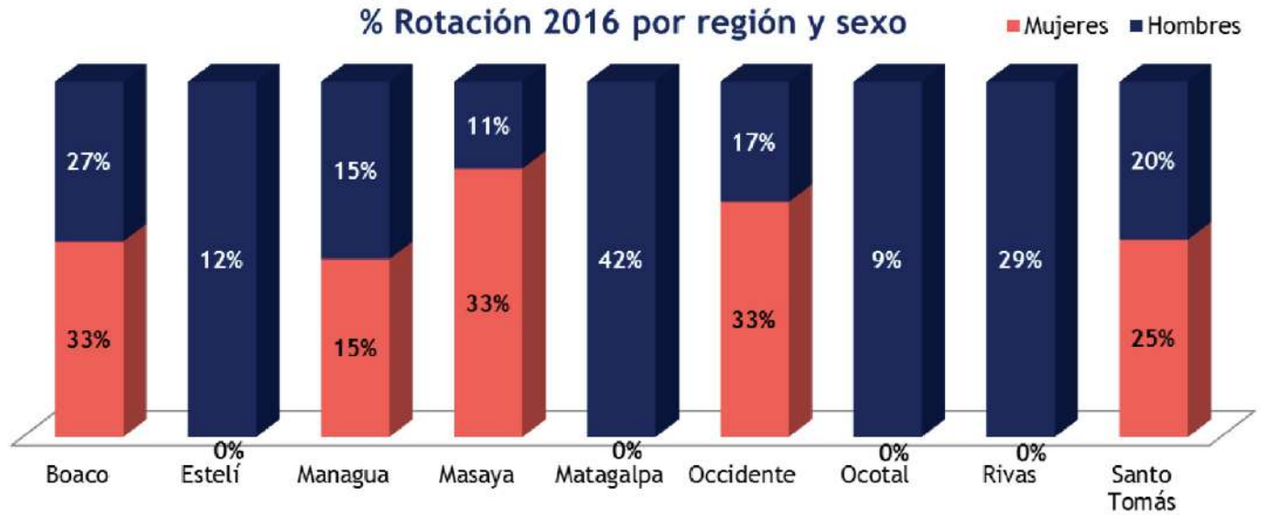
NUESTROS TRABAJADORES

La rotación de los trabajadores de CCN fue del 16%, cifra inferior a la rotación del período anterior. El 81% de la rotación correspondió a hombres pero además a personas con edades comprendidas entre los veinte y treinta y nueve años de edad.

Diecisiete trabajadoras recibieron subsidio por maternidad, las cuales se reincorporaron a sus labores en su totalidad. En este mismo período no se registraron los casos de subsidio por paternidad.

Veintiséis bajas fueron resultado de casos confirmados de corrupción cuya resolución fue el cese definitivo de la relación laboral con CCN.

La compañía ha operado ininterrumpidamente durante los últimos noventa años, es una empresa en la que los trabajadores gozan de una gran estabilidad laboral y de beneficios. Sin embargo si fuese necesario realizar cambios en las condiciones de operación de la empresa que impliquen recorte de personal, los trabajadores cubiertos por convenio colectivo tienen derecho a negociar a través del sindicato, caso contrario se deberá actuar conforme establece el código de trabajo vigente en el país.



Rotación 2016											
Región	Mujeres					Hombres					Total
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Mujeres	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Hombres	
Boaco	100%	0%	0%	0%	33%	200%	10%	0%	0%	27%	61%
Estelí	0%	0%	0%	0%	0%	100%	7%	0%	0%	12%	12%
Managua	15%	23%	7%	0%	15%	23%	11%	11%	13%	15%	30%
Masaya	0%	100%	0%	0%	33%	67%	9%	0%	0%	11%	44%
Matagalpa	0%	0%	0%	0%	0%	50%	54%	0%	33%	42%	42%
Occidente	0%	33%	0%	0%	33%	20%	20%	11%	0%	17%	50%
Ocotal	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	9%	9%
Rivas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	42%	60%	0%	29%	29%
Santo Tomás	33%	0%	0%	0%	25%	0%	36%	0%	0%	20%	45%
Total	15%	23%	7%	0%	16%	23%	15%	11%	13%	16%	16%

PROGRAMA DE BENEFICIOS

Gran parte del éxito de CCN se debe al esfuerzo y dedicación de sus trabajadores, quienes son su recurso más importante. Por ello laborar en CCN es una ventaja ya que además de contar con ambientes seguros y saludables, hay beneficios adicionales a las prestaciones laborales de ley, como alimentación, transporte y seguro de vida colectivo, entre otros. También existen oportunidades de crecimiento profesional y personal gracias a la gestión del talento del capital humano.

El 69.9% de los trabajadores está cubierto por el convenio colectivo, un beneficio para el personal operativo con contrato de tiempo indeterminado.

Los trabajadores bajo contrato de tiempo determinado o indeterminado reciben los beneficios generales siguientes: transporte, la alimentación, atención médica y retiro de medicamentos en el consultorio médico, entrenador personal en el gimnasio, actividades recreativas en el edificio de Salud y Recreación SARE como uso de mesas de ping pong, billar, canchas de fútbol y basquetbol.

CCN además permite días adicionales a los establecidos en la ley para atender el fallecimiento de miembros del núcleo familiar, y todos los trabajadores gozan del club de descuentos en diversos establecimientos comerciales y de entretenimiento.

PROGRAMA DE BENEFICIOS

Los trabajadores con contrato indeterminado también cuentan con los beneficios:

Alimentación: canasta básica, canasta infantil y vaso de leche a mujeres embarazadas.

Educación: becas a los hijos con excelencia académica, préstamos escolares.

Salud: financiamiento médico, subsidio de anteojos, seguro de vida. En caso de subsidio se garantiza el 100% del salario.

Préstamos: Préstamos personales y adelanto de salario

Obsequios: fiesta para niños o bono escolar, juguetes para niños menores de 12 años, obsequios por títulos académicos, matrimonio, años de servicio y celebraciones especiales como el día de la madre y día del padre. Bono de fin de año.

Otros: Uniformes para el personal cubierto por convenio colectivo y subsidio de uniforme al resto del personal con contrato por tiempo indeterminado. A los supervisores y jefes se les ofrece un seguro de gastos médicos y seguro de viajes adicional al seguro de vida colectivo.

PROGRAMA DE BENEFICIOS

Para CCN es sumamente importante que sus trabajadores gocen de estabilidad y seguridad financiera, por ello además de brindar beneficios competitivos a sus trabajadores posee formas adicionales de ahorro y crédito como la Cooperativa de Ahorro y Crédito y recientemente el Fondo de Ahorro y/o Pensiones.

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

La Cooperativa de Ahorros y Créditos R.L (COOPAYSEM) es una cooperativa de carácter voluntario formada por trabajadores con contrato indeterminado. Su objetivo es fomentar y crear una cultura de ahorro y entre otros beneficios los trabajadores obtienen:

- Mantenimiento de valor de su aporte ahorrado.
- Pago de utilidades anuales proporcional al monto ahorrado.
- Compra de artículos a bajos costos y financiamiento.
- Ayuda en caso de requerir hacer gastos médicos.
- CCN también aporta al fondo de la cooperativa.

FONDO DE PENSIONES

El Fondo de Pensiones es el más reciente beneficio creado por CCN para sus trabajadores con contrato indeterminado y al menos un año de antigüedad.

Este fondo también es de carácter voluntario y para aplicar el trabajador solicita destinar para ahorro un porcentaje o monto de su salario. CCN aporta un porcentaje a lo ahorrado y este fondo que goza de una deducción tributaria a favor del trabajador, es manejado bajo la figura bancaria de fideicomiso.

De este monto se obtienen beneficios anuales según lo establecido por la institución financiera contratante. El total ahorrado está disponible para los trabajadores una vez que finalizan su relación laboral con CCN por cualquier causa, que incluye el retiro por jubilación.

CCN PROGRESA CON VOS

Una de las acciones más importantes en la dimensión social interna para CCN ha sido su incorporación desde el año 2015 a la "Alianza de Empresas Sin Pobreza Extrema" que tiene como ejes de trabajo Salud, Educación, Vivienda y Economía.

Esta alianza tiene como objetivo contribuir a la erradicación de la pobreza extrema de los trabajadores y sus familias, entendiendo como pobreza extrema cuando el ingreso de un hogar es inferior al costo de la canasta básica alimenticia, por lo que sus miembros no pueden siquiera consumir la cantidad requerida de alimentos diarios.

Luego de conocer la realidad socioeconómica y las causas que generan esta situación de vulnerabilidad para nuestros trabajadores, nace el programa CCN progresa con vos, enfocado principalmente en Economía Familiar y Vivienda. Este programa está dirigido a treinta y siete trabajadores de distintas áreas de la empresa.

La primera acción que CCN tomó para hacer frente a esta problemática fue ajustar el salario mínimo de la empresa un 46.3% por encima del salario de ley para el sector económico al que pertenecemos, el que sumado al monto de la canasta básica entregada a los trabajadores cubiertos por convenio colectivo es equivalente al monto de la canasta básica alimenticia del país.

Durante 2016 como parte de las iniciativas del programa, se realizaron talleres de educación financiera para los trabajadores que de acuerdo al estudio socioeconómico se encuentran en vulnerabilidad económica. Ellos recibieron asesoría para administrar su ingreso familiar, elaborar y manejar su presupuesto y crear de una cultura de ahorro. Adicionalmente se les facilitaron asesorías personalizadas en acompañamiento con sus familiares para el análisis de gastos y deudas, identificación de cómo percibir otros ingresos o bien disponer de recursos para adquirir una vivienda.

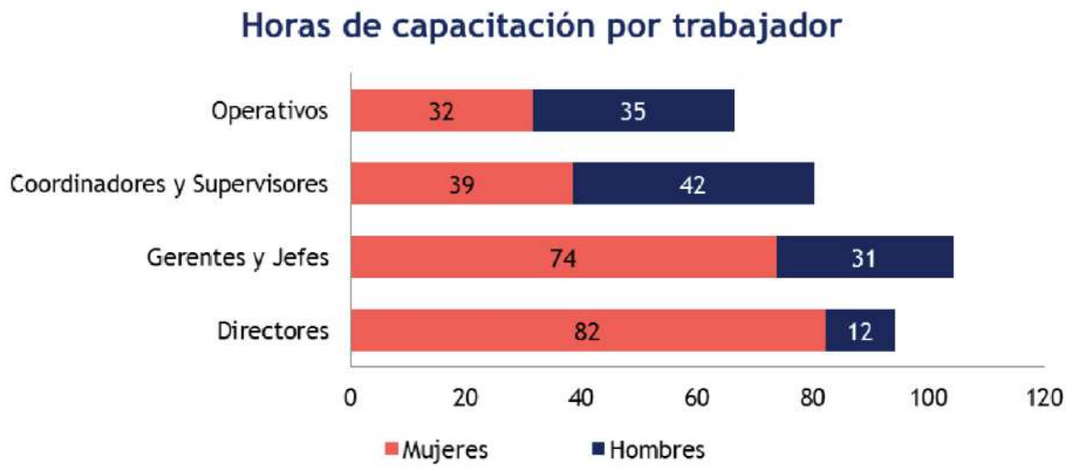
Para el año 2017 además de reforzar los hábitos de una buena educación financiera se tiene previsto implementar ayuda social y apoyar la gestión de financiamiento para la adquisición de viviendas de acuerdo a la capacidad financiera de cada trabajador.
www.empresassinpobrezaextrema.com/

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Capacitación y desarrollo del talento humano

Los trabajadores de CCN recibieron en promedio 35.7 horas de capacitación, cantidad similar a las horas recibidas en el período anterior. Los trabajadores que recibieron más capacitaciones fueron los Directores, Gerentes y Jefes mujeres con 82 y 74 horas de capacitación por persona respectivamente.

Gracias a los programas de desarrollo profesional y conductual los trabajadores tienen la oportunidad de crecer individualmente o dentro de planes de carrera y de sucesión de puestos. CCN también otorga financiamiento y becas directas para la continuación de estudios de los trabajadores que así lo requieran.



Programa de Outplacement por Jubilación

A los trabajadores en edad de pre-jubilación se les ofrece un programa de preparación para la nueva etapa de sus vidas llamado Outplacement, el cual ha sido diseñado para beneficio del personal con contrato indeterminado con edades comprendidas entre los 58 y 60 años.

Los trabajadores que son parte de este programa son capacitados en:

- Manejo de las finanzas personales
- Micro inversiones
- Taller de inserción psicosocial y familiar para adultos mayores pre-jubilación.

Se convocó a 6 trabajadores próximos a jubilarse. En 2015 se convocó a 11 trabajadores.

COMPENSACIÓN Y EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO

Toda labor realizada por los trabajadores de CCN es retribuida a través de salario y muchos beneficios adicionales a las prestaciones laborales contempladas en las leyes del país. La compensación del trabajo se realiza con la metodología de Hay Group que evalúa los cargos de la compañía según su grado de responsabilidad con el cumplimiento de la estrategia de la organización.

La evaluación al desempeño se realiza al personal con contrato indeterminado con el propósito de alinear el quehacer de la organización con sus objetivos y metas estratégicas. Si los resultados del período lo permiten, el desempeño de cada trabajador es incentivado a través del pago de un bono, sin embargo este incentivo no constituye un derecho adquirido de los trabajadores.

En 2016 en promedio un 78% de trabajadores fueron evaluados y compensados por su buen desempeño.

% de trabajadores con Evaluación al Desempeño			
Categoría Profesional	Mujeres	Hombres	Total
Directores	100%	100%	100%
Gerentes y Jefes	100%	100%	100%
Coordinadores y supervisores	100%	99%	100%
Operativos	59%	75%	72%
Total	72%	80%	78%

BRIGADA DE RESPUESTA ANTE EMERGENCIAS

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

La gestión de la Salud y Seguridad Ocupacional en CCN es clave para cumplir con el objetivo de fomentar la adopción de un estilo de vida seguro y saludable, y se realiza a través del cumplimiento de los requisitos de la norma OHSAS 18001:2007 al que se da seguimiento considerando los indicadores de seguridad:

Índice de frecuencia: registra la frecuencia promedio de accidentes por cada doscientas mil horas trabajadas.

Índice de gravedad: gravedad promedio de los accidentes en días por cada doscientas mil horas de trabajo.

Índice de incidencia: porcentaje de los trabajadores que ha sufrido accidentes.

Resultados 2016:

En el período ocurrieron un total de ochenta y seis accidentes, sesenta y dos leves y veinticuatro graves. No se registraron fatalidades ni en CCN ni en sus contratistas, sin embargo se perdieron mil quinientos diecinueve días de trabajo, trescientos cincuenta y ocho días a causa de los accidentes leves y el restante por los accidentes graves.

Los indicadores de gestión tuvieron una mejoría con respecto al período anterior:

- Índice de Frecuencia de Trabajo: **3.95**
- Índice de Gravedad de Trabajo: **37.88**
- Índice de Incidencia de Trabajo: **0.45**

En 2016 la mayoría de los accidentes ocurrieron por Atropellos o golpes por vehículos.

Para los grupos de interés consultados la Seguridad y Cultura Vial es también un tema relevante, por lo que en 2017 se trabajará en reforzar el proyecto de Seguridad Vial que impulsa CCN.

Causa de Accidentalidad	Cantidad de Accidentes
Accidentes causados por seres vivos	1
Asaltos	1
Atrapamiento por o entre objetos	1
Atropellos o golpes por vehículos	21
Caída a distinto nivel	11
Caída al mismo nivel	11
Caída de objetos desprendidos	2
Caída de objetos en manipulación	4
Contacto con sustancias agresivas o tóxicas	4
Contacto con objetos cortantes o punzantes	7
Golpes con objetos o herramientas	10
Proyección de fragmentos o partículas	4
Sobreesfuerzo	9
Total de Accidentes	**86**

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

El proyecto de seguridad vial está enfocado en reducir la mitad de los accidentes de la flota vehicular de la fuerza de ventas y distribución a través de una campaña de sensibilización a los conductores sobre la importancia de la prevención de accidentes de tránsito y las consecuencias de los mismos.

En 2016 se logró una reducción del 54% del total de los accidentes de tránsito y se espera que esta cifra mejore en 2017. Estos accidentes pueden causar daños a la salud de los conductores, a los vehículos y a terceras personas.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

De los ochenta y seis accidentes laborales ocurridos, la mayor parte tuvo como consecuencias contusiones, traumas y heridas.

Cabe destacar que en CCN contamos con atención inmediata para los accidentes a través de la Brigada de Respuesta Ante Emergencias y el Consultorio Médico, donde laboran un médico de salud ocupacional, un médico asistencial y dos enfermeras.

Posteriormente los trabajadores accidentados son remitidos a sus clínicas médicas previsionales para valoración y trámites correspondientes.

Tipo de lesiones	Cantidad de Accidentes	Tipo de lesiones	Cantidad de Accidentes
Celulitis tobillo derecho pos Trauma	1	Herida contusa	1
Conjuntivitis	1	Herida cortante	1
Conjuntivitis química	1	Herida en falange proximal 2do. Dedo mano derecha	1
Contusión	12	Herida superficial	1
Contusión antebrazo y rodilla izquierda + contusión mano derecha	1	Lumbalgia Post- Esfuerzo	6
Contusión de muneca derecha mas tendinitis del tendon supra espinoso	1	Luxación recidivente	1
Contusión en rodilla derecha	1	Policontusiones	1
Contusión hombro derecho	1	Policontuso trauma de cabeza, trauma de hombros y columna cervical y lumbar	1
Contusion Lumbar	1	Politraumatismo leve	1
Dorsalgia Postrauma	1	Quemadura quimica en rostro II grado	1
Efecto latigazo	1	Reacción alérgica a picadura de abeja	1
Enguince	5	Sin subsidio	7
Esguince grado 1	1	Trauma	10
Esguince tobillo derecho	2	Trauma cerrado	1
Fractura	3	Trauma craneal leve	2
Fractura + Contusión	1	Trauma Craneal mas herida	1
Fractura 4 y 5 metacarpiano y fractura falange proximal III dedo mano izq. + fractura nasal.	1	Trauma facial	1
Fractura abierta	1	Trauma Facial + Trauma toracoabdominal cerrado	1
Fractura compleja radio distal derecha mas RAFI de radio distal derecho	1	Trauma Torax + Fx. Tres costales	1
Herida	9	Total de Accidentes	86

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

CCN promueve hábitos de vida saludable a través de programas que se desarrollan en conjunto con el Consultorio Médico, que además de ser un beneficio para los trabajadores busca prevenir enfermedades laborales y mejorar su salud, y consecuentemente su calidad de vida.

Se realizan charlas de diferentes especialidades y riesgos, por ejemplo de nutrición, diabetes, cuidado dental, cáncer y otros padecimientos.

También se realizan jornadas de vacunación y concientización para evitar ambientes que propicien epidemias.

El cuido de la alimentación de los trabajadores es muy importante para la compañía que dispone de un menú saludable en el comedor y brinda la oportunidad de ejercitarse en el gimnasio o canchas de la empresa.

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

La Comisión Mixta de Higiene y Seguridad del Trabajo está conformada por representantes de la empresa y representantes de los trabajadores aglutinados en el sindicato, quienes evalúan, identifican, dan seguimiento y proponen mejoras para prevenir accidentes y enfermedades laborales.

En total tiene cuarenta y cuatro miembros, veinte en Managua y veinticuatro en los centros de distribución foráneos, lo que representa un 3.96% del total de los trabajadores.

NUESTRA COMUNIDAD

ESTRATEGIA SOCIAL EXTERNA

Además de los beneficios económicos de las operaciones de CCN, como la generación de empleo directo e indirecto, el pago de impuestos, pago a proveedores nacionales, etc., en materia social externa nos hemos propuesto tener un impacto positivo en la sociedad.

Para ello hemos establecido dos objetivos estratégicos, "Contribuir al desarrollo de la formación técnica-profesional de Nicaragua" y "Fomentar el consumo responsable".

En nuestro país existen grandes oportunidades para generar valor a través del incremento de la productividad y competitividad, las que se construyen sobre la base de una educación técnica de calidad. La Fundación Victoria (FUVI) es una organización sin fines de lucro creada para que jóvenes de escasos recursos tengan acceso a una formación técnica integral y contribuir así a mejorar la calidad de vida y bienestar de las familias nicaragüenses. En CCN estamos convencidos que la inversión en capital humano aporta a la empleabilidad de este sector poblacional que adquiere las competencias técnicas que demandan las empresas de la industria para cumplir con su desempeño económico y el del país.

Se trata de una alternativa de formación para que los jóvenes se desarrollen individualmente, se inserten con prontitud al campo laboral y adquieran autonomía económica.
www.fundacionvictoria.org.ni/

Conscientes de que el consumo inadecuado de nuestros productos con contenido alcohólico puede causar efectos no deseados en la sociedad, fomentamos a través del Instituto Nicaragüense para la Promoción del Consumo Responsable (INPROCRES), el consumo responsable de bebidas alcohólicas. Para el logro de este objetivo se desarrollan actividades de carácter informativo y educativo, dirigidos a públicos de interés.
www.inprocres.org

Existen muchos sectores en los cuales los ciudadanos pueden cooperar. Nuestros trabajadores también tienen la oportunidad de desarrollar jornadas voluntarias de apoyo a causas como la promoción y protección del medio ambiente, promoción de programas de salud, entrega de juguetes y útiles escolares, entre otros.

¡YO ME APUNTO!

Entrega de juguetes y Día de la Comunidad:

108 horas

Jornadas Ambientales:

868 horas

Jornadas de salud:

172 horas

Reforzamiento interno de valores e instructores:

672 horas

JUNTOS TRANSFORMAMOS EL PRESENTE Y ASEGURAMOS EL FUTURO

FUNDACIÓN VICTORIA E INSTITUTO TECNOLÓGICO VICTORIA

Fundación Victoria continúa siendo una de las principales iniciativas de responsabilidad social de CCN. La Fundación ejecuta un riguroso programa educativo complementado por una estrategia de colocación laboral de sus egresados, con lo cual consigue tener un fuerte impacto en la vida de cientos de jóvenes. Ellos, al incorporarse al mundo laboral, contribuyen al fortalecimiento de la capacidad productiva de las empresas, y así, al desarrollo económico de la nación.

Este año el programa de formación técnica dio un salto cualitativo importante con la apertura del Instituto Tecnológico Victoria (ITV) y el establecimiento de un programa de doble titulación para sus estudiantes, que es modelo entre los centros de formación técnica privados del país.

En la actualidad, Fundación Victoria y el Instituto Tecnológico Victoria ofrecen cuatro carreras en dos niveles de formación: Técnico Medio, ofrecido por la primera con la acreditación del Instituto Nacional Tecnológico (INATEC), y Técnico Superior, ofrecida por el segundo con autorización del Consejo Nacional de Universidades (CNU).

Estas carreras son: Mantenimiento Industrial, Electrónica Industrial, Tecnología de los Alimentos y Administración de Empresas. Adicionalmente, Fundación Victoria ofrece la carrera de Técnico Medio en Electricidad Industrial.

Todos los estudiantes de Fundación Victoria y el Instituto Tecnológico Victoria gozan de becas completas a lo largo de toda su carrera.

https://www.fundacionvictoria.org.ni

Fundación VICTORIA
UN MEJOR FUTURO PARA LOS JÓVENES

Instituto Tecnológico VICTORIA

Los resultados de la gestión de Fundación Victoria y el Instituto Tecnológico Victoria en 2016 fueron positivos: Con una población inicial de 311 estudiantes, en Fundación Victoria, la retención estudiantil fue de 87.78%, el rendimiento académico de 84.31% y el índice de colocación laboral de los recién egresados de 69.23% (86.12% para todas las generaciones de graduados).

Para el Instituto Tecnológico Victoria, que iniciaba sus operaciones con una población de 133 estudiantes, la retención estudiantil fue de 84.96% y el rendimiento académico de 83.78%.

En el año se graduaron 157 estudiantes y egresaron otros 34, con lo que el número de profesionales formados por Fundación Victoria en los últimos cinco años asciende a 491.

PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE

El compromiso adquirido de promover un consumo moderado, inteligente, de bebidas con alcohol, impone a CCN un cambio importante en las formas de comercializar, promover y vender nuestros productos, porque queremos seguir siendo una empresa exitosa desde el punto de vista comercial, pero comprendiendo que esta es una actividad que hemos de desarrollar con la misma tenacidad competitiva que nos caracteriza.

Crecer en un marco de reducción del consumo nocivo es perfectamente congruente. Según el Estudio de Patrones de Consumo de FLACSO 2016, el 75% de la poblaciónnicaragüense o bien no consume o lo hace moderadamente, siendo entonces el objetivo con el restante 25% incrementar la frecuencia de consumo en detrimento de la intensidad, lo cual es perfectamente compatible con un estilo de vida sano. Nos ayuda también el hecho de nuestro consumo per cápita es francamente bajo en comparación con el entorno regional.

Para lograr esto se hace necesario un cambio en el patrón de consumo, que como hecho cultural exige tiempo y esfuerzo, pero es posible y ya hemos dado pasos importantes en ese sentido haciendo cambios en nuestro mercadeo, orientándolo hacia un mercadeo responsable.

Apoyamos el trabajo de promoción del consumo responsable que hace INPROCRES y ponemos en marcha sus iniciativas para contribuir al logro de esa reducción del consumo nocivo. Nuestra marcas no patrocinan ninguna iniciativa orientada al consumo excesivo: barras libres, competencias de consumo, obsequio de productos al consumo y es más que notorio el cambio del mercado y la casi desaparición de este tipo promociones. Nuestra actitud ha contribuido decididamente a ese cambio; avalamos y cumplimos con el Código de Autorregulación de Publicidad y las Comunicaciones Comerciales. Somos promotores de la erradicación del consumo por parte de menores, promovemos también el mercadeo responsable entre nuestros clientes.

Sabemos que es una tarea compleja pero nos sentimos orgullosos de haberla hecho nuestra, sabemos que tomará tiempo pero nuestro compromiso es a largo plazo.

Internacionalmente signamos y promovemos la aplicación de todos los acuerdos de Cerveceros Latinoamericanos, entidad de la que hacemos parte, de cara a contribuir en Nicaragua a la reducción del Consumo Nocivo de alcohol.

www.inprocres.org

http://inprocres.org/auto-regulacion/codigo/

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE:
MEJORAR NUESTRO DESEMPEÑO AMBIENTAL

Los objetivos específicos que CCN ha establecido para mejorar su desempeño ambiental son:

Usar eficientemente el recurso hídrico.

Usar eficientemente la energía y disminuir emisiones de gases de efecto invernadero.

Manejar adecuadamente los residuos sólidos

¡AMBIENTALMENTE RESPONSABLES!

Compañía Cervecera de Nicaragua es una empresa pionera en el país en temas de protección y prevención de la contaminación y los impactos ambientales. Desarrolla una agenda de acciones sostenibles que permitan reducir el impacto del negocio. En esa dirección ha tenido el cuidado de ubicar todas sus instalaciones en sitios que han sido previamente intervenidos, fuera de zonas consideradas como zonas de protección especial.

En cuanto al recurso agua, el cual constituye la principal materia prima de los productos que elaboramos, su primer objetivo ambiental fue convertirse en la primera empresa Agua Neutral del país, lo cual alcanzó con el desempeño ambiental del año 2015. En lo sucesivo se trabajará en función de reducir los consumos de agua y continuar gozando de la condición de neutralidad a través de la compensación del cien por ciento del consumo de agua con el pago por servicios ambientales hídricos. La iniciativa posee la particularidad de una alianza tripartita entre la empresa privada, propietarios de fincas y la Fundación de Desarrollo Sostenible de Nicaragua, FUNDENIC.

Considerando el impacto ambiental que causa el mal manejo de los residuos sólidos en nuestro país, queremos revertir esta situación y ser ejemplo para nuestra sociedad compartiendo el objetivo ambiental de ser una empresa 0 desechos industriales. Actualmente reutilizamos o reciclamos más del 98% de los residuos de nuestros procesos. Es importante evidenciar ante la población el impacto económico que los residuos poseen sin mantienen en el círculo de valor y se logra que estos sean gestionados correctamente a través del proceso de reciclaje.

Para superar los logros alcanzados en el 2016 en materia del manejo de residuos post consumo evaluamos los modelos de gestión existentes y determinamos que los programas de educación ambiental deben desarrollarse de manera independiente a la recolección de residuos. Eso significa que a partir del año 2017 el proceso de colecta de residuos comenzará a tercerizarse con apoyo de empresas expertas en acopio y manejo de residuos plásticos.

Finalmente en el año 2025 hemos proyectado ser una empresa Carbono Neutral, por lo que desde ya estamos midiendo nuestra huella de carbono corporativa y evaluando las posibilidades de reducción de la misma.

Fauna existente en fincas que forman parte del programa de Pago por Servicios Ambientales Hídricos de CCN, ubicadas en la subcuenca III de la cuenca sur del lago Xolotlán.

GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA

La gestión del agua en CCN se realiza de manera integral con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del recurso para ser una empresa Agua Neutral.

El plantel de Managua se abastece con agua de cuatro pozos ubicados dentro de sus instalaciones. La cantidad de agua consumida en Managua fue de 858,069 m^3.

En los centros de distribución foráneos el consumo fue de 25,290 m^3, cifra inferior al período anterior. El abastecimiento según la zona se realiza de las fuentes:

Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL): abastece de agua potable a las agencias Boaco, Ocotal, Masaya, Santo Tomás.

El Comité de Agua Potable 3 de Julio abastece a la agencia Occidente.

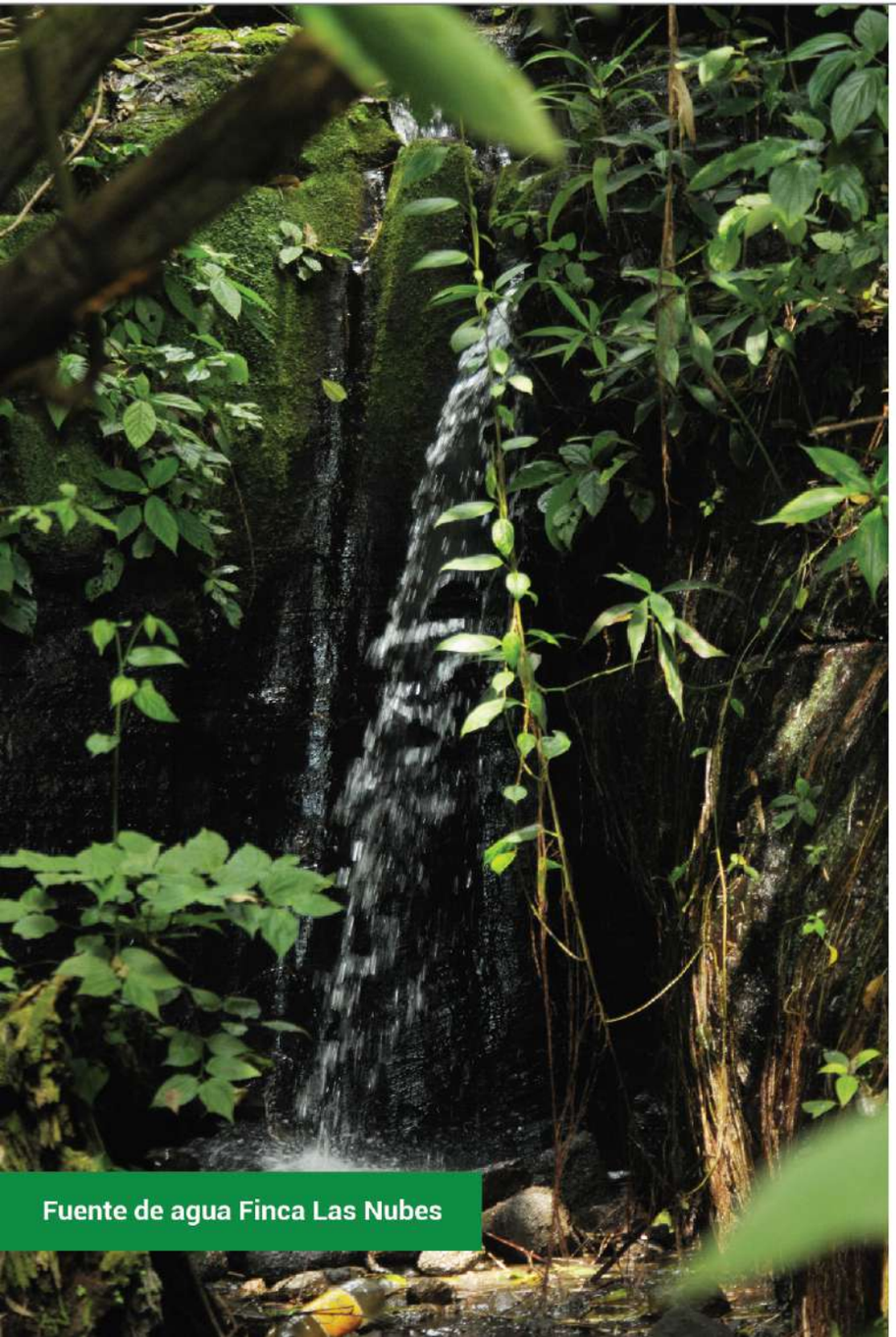
Las agencias Rivas, Estelí y Matagalpa se abastecen de pozos propios.

El seguimiento del consumo se realiza a través del indicador de consumo de agua que se mide a través de flujómetros. En 2016 este indicador fue de 2.91 hectolitros de agua consumidos por hectolitro de cerveza y bebidas producido, registrándose una disminución del 3.8% del indicador respecto al año anterior.

Las aguas residuales una vez tratadas son vertidas. Sólo en Managua se hace reutilización de estas aguas para procesos de limpieza de equipos de la planta de tratamiento de aguas residuales, aunque esta reutilización no se cuantifica.

Ninguna de las fuentes de abastecimiento de agua han sido afectadas significativamente por el consumo de CCN. Tampoco se conocen afectaciones a cuerpos receptores ni biodiversidad, relacionadas con los vertidos procedentes de la organización.

2016	Consumo (m^3)	Fuente	Agua Residual (m^3)	Tratamiento AR	Vertido
Boaco	512	ENACAL	512	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Estelí	1,295	Pozo	1,295	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Managua	858,069	Pozo	399,519	Planta de tratamiento Anaerobia-Aerobia	Canal hacia lago Xolotlán
Masaya	2,236	ENACAL	2,236	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Matagalpa	1,952	Pozo	1,952	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Occidente	2,952	CAP	2,952	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Ocotal	325	ENACAL	325	-	alcantarillado ENACAL
Rivas	14,314	Pozo	3,996	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Santo Tomás	1,704	ENACAL	1,704	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia



Fuente de agua Finca Las Nubes

PAGO POR SERVICIOS AMBIENTALES HÍDRICOS

Por segundo año CCN continuó siendo una empresa agua neutral, al compensar el 100% del consumo de agua que utiliza en sus operaciones. Este logro es posible gracias a la alianza tripartita del programa de Pago por Servicios Ambientales Hídricos con 10 productores de la sub cuenca sur de Managua y FUNDENIC.

Las diez fincas ubicadas en la zona de recarga hídrica de los pozos que abastecen de agua a la compañía son:

- Las Nubes
- El Castillo
- La Unión
- La Palestina
- San Pablo *(Reserva Montibelli)*
- El Pozo 1
- El Pozo 2
- Las Delicias
- Buenos Aires
- Los Ríos *(Reserva Chocoyero El Brujo)*

Debido a la disminución de la pluviosidad del período fue necesario ampliar la cobertura anual del programa a trescientas cuarenta punto seis hectáreas de bosque para lograr el volumen requerido de infiltración de agua, equivalente a 883,359m^3.

Compañía Cervecera de Nicaragua, primera empresa Agua Neutral de Nicaragua.

MANEJO DE RESIDUOS POST INDUSTRIALES

CCN se ha propuesto ser una empresa cero desechos post industriales y post consumo, lo que significa que debe valorizar cerca del 100% de sus residuos destinados al reciclaje según el tipo dando prioridad al reuso de los mismos.

Internamente se valorizaron 29,065 toneladas de residuos sólidos, equivalentes al 98.26% de residuos post industriales. El resto de residuos se dispuso en el relleno sanitario de la ciudad de Managua. Del total del residuos 9.2 toneladas fueron residuos peligrosos, los cuales se manejaron a través de empresas autorizadas para este fin.

En los centros de distribución foráneos se comenzó a realizar la cuantificación de la valorización de residuos.En 2017 se habrá completado la línea base del indicador de residuos gestionados en agencias.

CCN no realiza transporte de residuos peligrosos.

En 2016 no se presentaron derrames significativos.

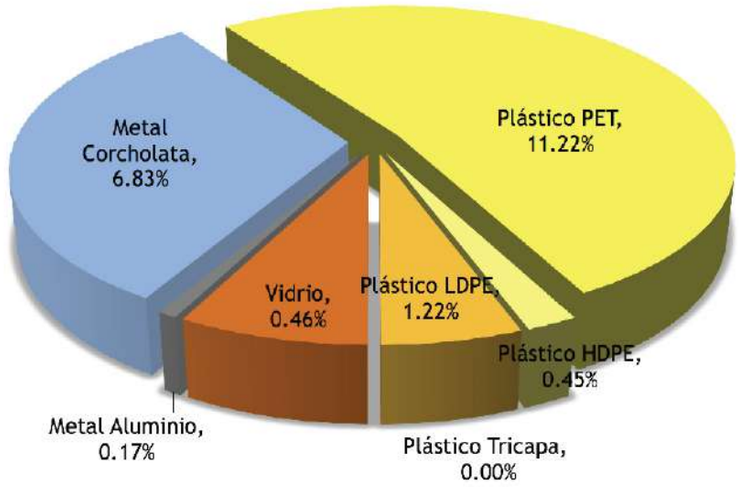
MANEJO DE RESIDUOS POST INDUSTRIALES

CCN gestiona sus residuos sólidos post consumo a través de programas de recolección de residuos con la comunidad en Managua, la Isla de Ometepe (Declarada Reserva de Biósfera por la UNESCO) y San Juan del Sur.

Se recolectaron 120,156 kg de residuos de envases gracias a estos programas, equivalentes al 2.39% del total de residuos post consumo.

A lo interno de la compañía se mantiene una campaña permanente para que los trabajadores tengan la oportunidad de realizar separación diferenciada de los envases en sus hogares junto con sus familiares y amigos y los puedan retornar a la compañía mensualmente para garantizar que sean reciclados. Este proyecto nos permite fortalecer la educación ambiental entre nuestros trabajadores y su entorno más cercano, porque nada impacta con más fuerza que el ejemplo.

% Envases post consumo recolectados



EDUCACIÓN AMBIENTAL

EDUCACIÓN AMBIENTAL

Realizamos un total de 124 charlas ambientales en 28 centros educativos en Managua, San Juan del Sur y los municipios de Altagracia y Moyogalpa de la Isla de Ometepe.

El objetivo de estas charlas es sensibilizar a estudiantes de primaria y secundaria sobre el manejo adecuado de los residuos sólidos para crear una cultura de sostenibilidad ambiental. Además de recibir las charlas los estudiantes fueron beneficiados con proyectos a cambio de recolección permanente de plástico en sus centros de estudio.

Centro Educativo Pan y Amor	Medios Audiovisuales
Centro Educativo Monte Horeb	Dotación de Pupitres
Centro Educativo Nuevas Experiencias	Dotación de Pupitres
Centro Educativo Santa Teresita	Sillas y mesas plásticas para eventos
Centro Educativo Sagrado Corazón de Jesús	Materiales para área recreativa de preescolar
Centro Educativo Santa Luisa de Marillac	Materiales para batería sanitaria
Otros centros educativos	Dotación de materiales fungibles y deportivos.

A lo interno de la compañía se desarrollaron dos jornadas ambientales:

- **Jornada de Reforestación.**
- **Caminata ecológica en finca Las Delicias.**

Por otro lado, los trabajadores de CCN también tienen la oportunidad de aprender sobre la importancia y beneficios de la protección del medio ambiente así como los diferentes impactos que generan nuestras opoeraciones. Esto forma parte del plan anual de capacitaciones que ejecuta el departamento de Talento de la compañía.

JORNADA DE REFORESTACIÓN

Sembramos 1,150 árboles de especies forestales en la comarca Sabana Grande gracias a la participación de 61 trabajadores y familiares y 55 estudiantes de Fundación Victoria.

En el nuevo centro de distribución de Estelí también sembramos 70 árboles de especies frutales. Contamos con la participación de 39 trabajadores y familiares.

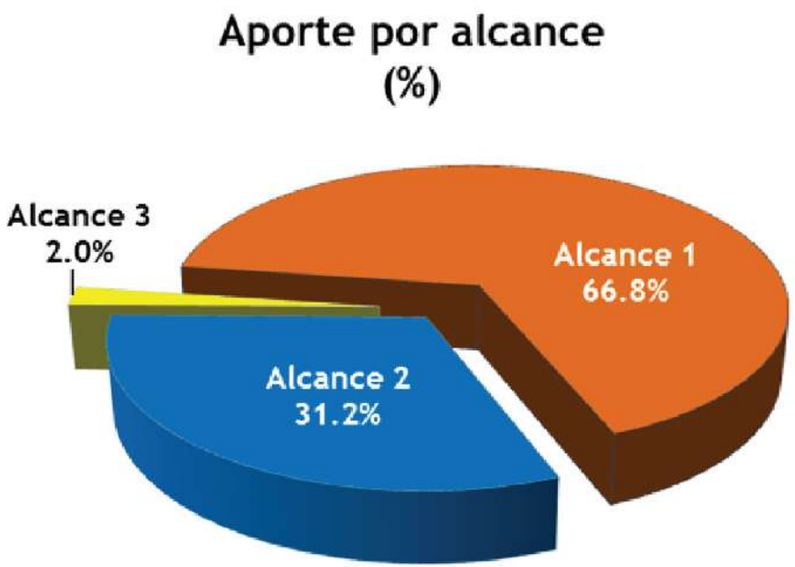
Jornada de reforestación en Sabana Grande

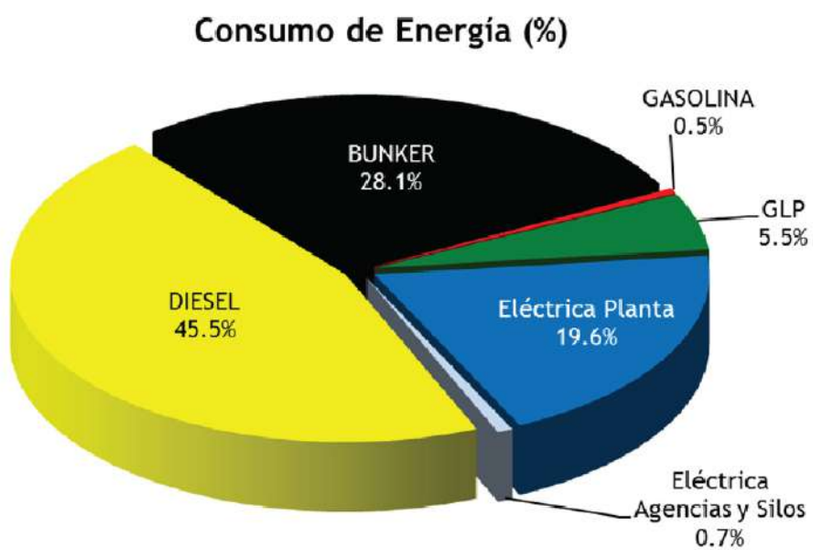
ENERGÍA Y EMISIONES

Las emisiones en CCN sumaron 40,197 toneladas de dióxido de carbono equivalente considerando las emisiones directas e indirectas. Esto representa 13.2 kilogramos de dióxido de carbono equivalente por cada hectolitro de cerveza más bebidas producido, logrando una mejoría del 5.6% respecto al período anterior.

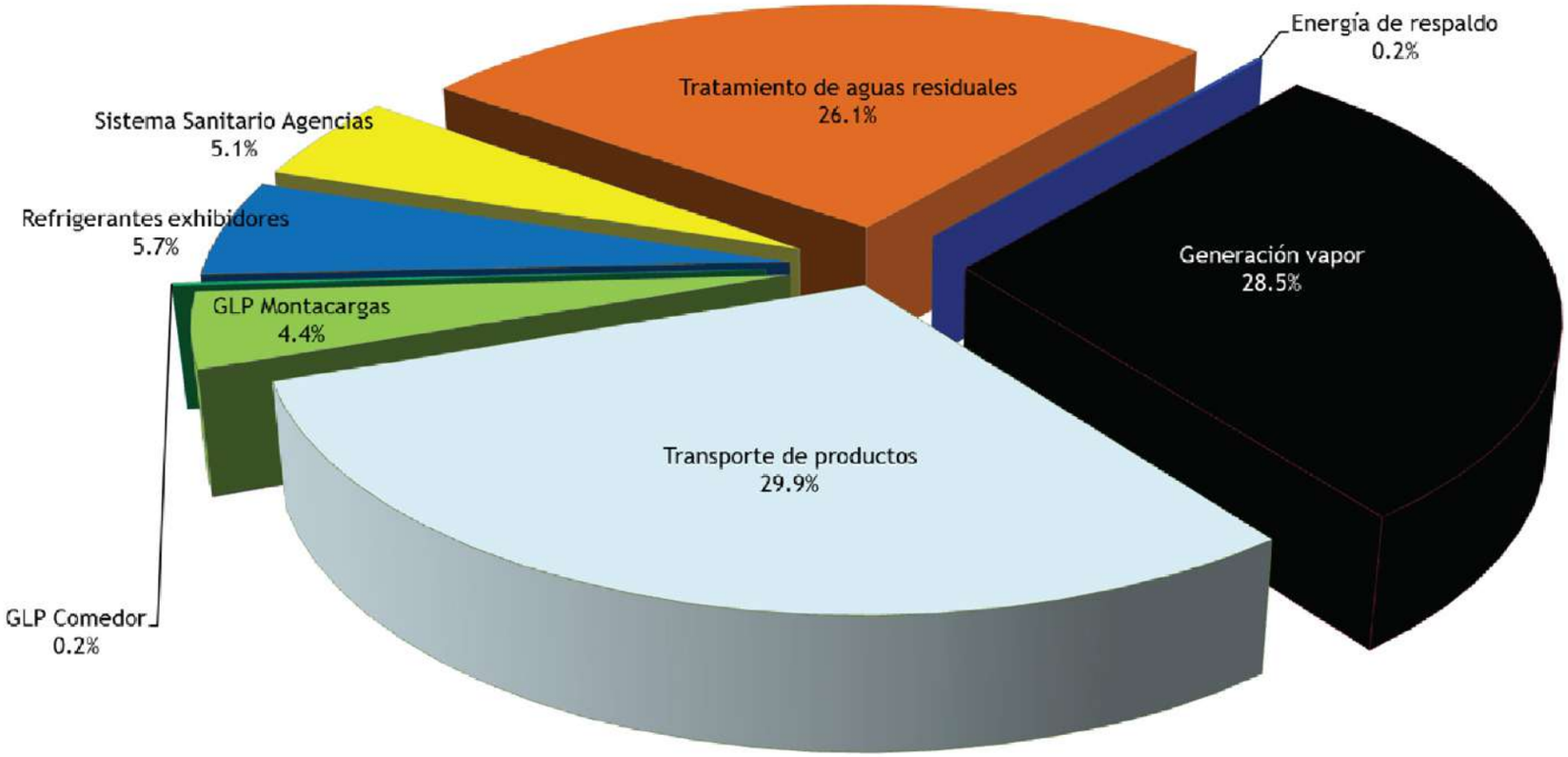
El consumo de energía eléctrica fue de 67,591 gigajulios (GJ) y 263,951 GJ de energía provino de fuentes fósiles (gasolina, diesel, búnker y GLP). Si comparamos este consumo de energía con la cantidad de cerveza y bebidas producido tenemos 108.8 megajulios consumidos por hectolitro de cerveza más bebidas producido, lo que representa una mejoría de un 10.7% del indicador de consumo global de energía.

Según el monitoreo anual la calidad del aire de las instalaciones de CCN en Managua y en Silos están dentro de los rangos adecuados.





APORTE POR FUENTE ALCANCE 1(%)



ENERGÍA Y EMISIONES

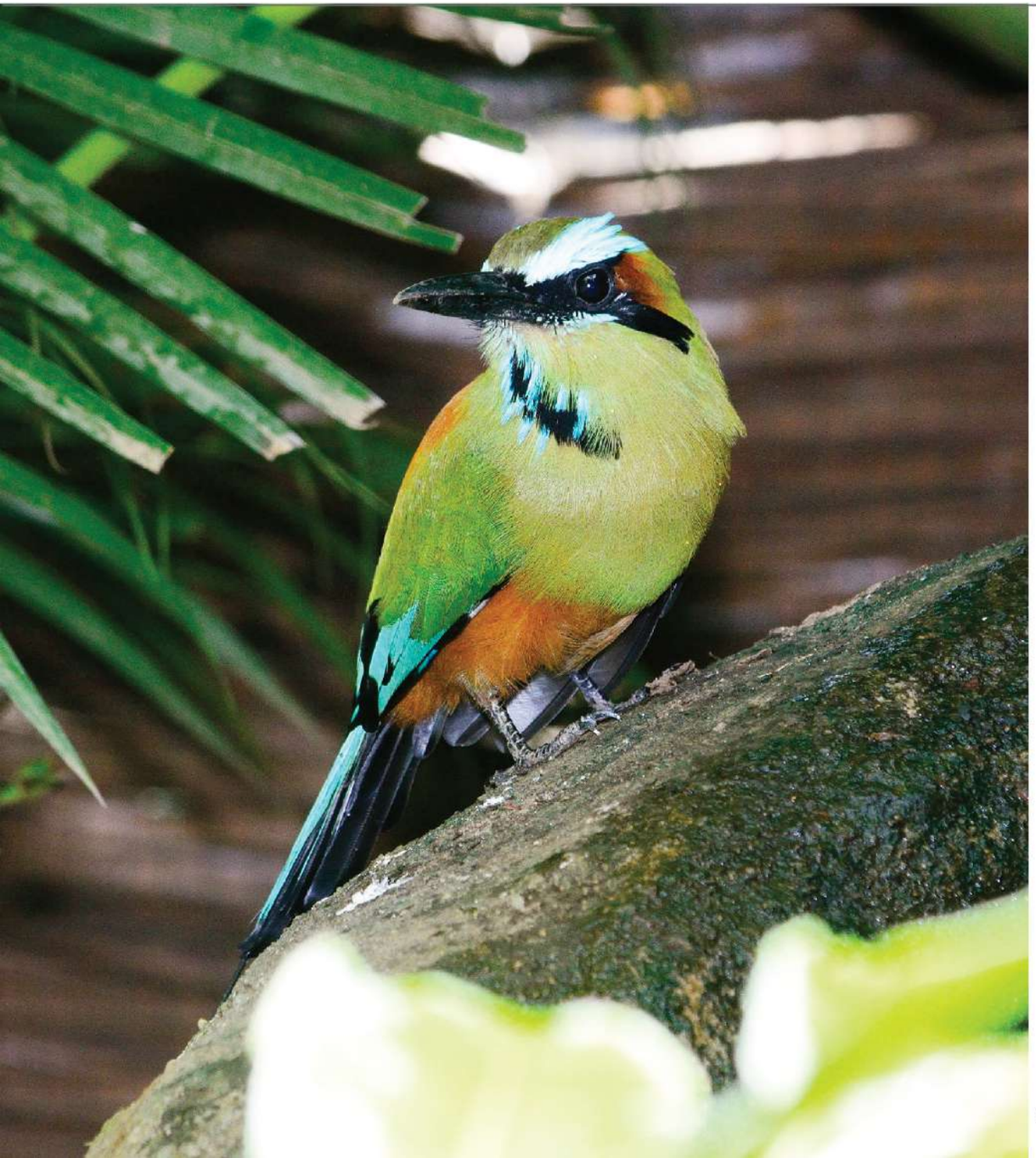
Las emisiones Alcance 1 o emisiones por consumo directo, representan el 66.8% de todas las emisiones. Los mayores aportadores de emisiones son el consumo de diesel para movilizar la flota vehicular, la generación de energía térmica para el proceso de producción y la generación de aguas residuales.

Con la finalidad de ser una empresa Carbono Neutral en el año 2025, en 2016 comenzamos a evaluar las oportunidades de disminución de gases de efecto invernadero en los procesos de soporte para disminuir paulatinamente su generación hasta el punto de compensación. La renovación tecnológica ya considera criterios de eficiencias de consumo de agua, energía y materiales.

Las emisiones Alcance 2 o emisiones por consumo eléctrico representan el 31.2% del total.

Las emisiones Alcance 3 o emisiones por consumo indirecto que se han cuantificado hasta la fecha representan el 2.0%.

BIODIVERSIDAD



MEDIO BIÓTICO

Por primera vez se evaluaron los impactos que generan las operaciones del plantel Managua sobre el medio biótico circundante. El análisis se realizó identificando las especies de flora y fauna existentes para proponer planes de manejo de las mismas.

CCN se encuentra dentro de un área intervenida, por lo que con fines de protección de suelo posee una plantación forestal que como beneficio adicional sirve como hábitat para especies nativas y migratorias.

En total se identificaron:

- 79 especies de flora. Incluyendo especies ornamentales.
- 66 especies de fauna, que representan el 4.4% de las especies de herpetofauna conocidas en el país, 5.4% de los anfibios, 4.8% de los reptiles, 6.4% de las aves y 4.3% de mamíferos conocidos.

En 2017 se comenzará a implementar el Plan de Manejo Forestal incluyendo buenas prácticas silviculturales. Posteriormente se ejecutarán las recomendaciones del Plan de Conservación del Medio Biótico a través de planes operativos anuales.

MEDIO BIÓTICO

De las especies identificadas las siguientes están en Veda Nacional Indefinida (VNI) o Veda Parcial Nacional (VPN). Ninguna de ellas está en Peligro de Extinción según la UICN.

Garrobo Negro (Ctenosaura similis)	VPN
Iguana Verde (Iguana iguana)	VPN
Gavilán Chapulinero (Rupornis magnirostris)	VNI
Garza Blanca (Ardea alba)	VNI
Chocoyo Frentinaranja (Aratinga canicularis)	VNI
Lora Frente Blanca (Amazona albifrons)	VNI
Sensontle Pardo (Turdus grayi)	VPN

Del total de especies identificadas de aves, 6 presentan algún tipo de desplazamiento migratorio por lo que la plantación existente representa un refugio para ellas.

Gavilán chapulinero

ANEXOS

COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.

90 años
1926-2016

PRINCIPIOS Y CORRESPONDENCIAS PACTO GLOBAL		PÁGINA	OBSERVACIONES
1	Apoyar y respetar los derechos humanos dentro de su ámbito de influencia	29, 45 - 54	
2	No ser cómplices de la vulneración de los derechos humanos	13, 29	
ESTÁNDARES LABORALES		**Ver acápite "La Familia Cervecera"**	
3	Apoyar a la libertad de asociación y a la negociación colectiva	49, 51	
4	Eliminar toda forma de trabajo forzoso	14, 45-54	Se considera dentro del Reglamento Interno de Trabajo y Compensación.
5	Apoyar la erradicación del trabajo infantil	14	Se considera dentro del Reglamento Interno de Trabajo
6	Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	14, 45-54	Reglamento y Beneficios
MEDIO AMBIENTE		**Ver acápite "Nuestro Compromiso con el Medio Ambiente"**	
7	Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente	19, 68	Política Integrada, Estrategia Ambiental
8	Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	19, 68	Política Integrada, Estrategia Ambiental
9	Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	19, 30	Política Integrada, Inversiones
ANTICORRUPCIÓN			
10	Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno	13,14	Considerado dentro del Reglamento Interno de Trabajo, Código de Ética y Valores de la Organización

CONTENIDOS BÀSICOS Y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia	4	
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	22, 27,45, 62,68	
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Nombre de la organización	2	
G4-4	Marcas, productos y/o servicios más importantes de la organización	5, 15 -17	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización	5, 41	
G4-6	Países en que la organización tiene operaciones	5	
G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	9	
G4-8	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	5, 41	
G4-9	Escala de la organización	46	
G4-10	Datos de la fuerza laboral	46 - 48	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	49	
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización	36 - 43	
G4-13	Cambios significativos que hayan ocurrido durante el período del reporte en el tamaño, la estructura, la propiedad accional o la cadena de suministro de la organización	29, 36 - 43	
G4-14	Indique cómo aborda la organización el principio de precaución	19, 68	
G4-15	Los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado	2, 18	
G4-16	Las asociaciones a las que la organización pertenece	20	
	ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes	5, 9, 28	
G4-18	El proceso para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada aspecto	9, 21 - 25	
G4-19	Los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del informe	22, 23	
G4-20	Para cada aspecto material, reportar el límite dentro de la organización	22, 23	

G4-21	Para cada aspecto material, reportar el límite afuera de la organización	22, 23	
G4-22	Las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en Reportes anteriores y sus causas	-	Sin reformulaciones
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada Aspecto en relación a los reportes anteriores	-	Mismo alcance
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	Los grupos de Interés vinculados a la organización	21	
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	21	
G4-26	El enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas	12, 19, 21, 25	
G4-27	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y la evaluación hecha por la organización	22, 23	
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	Período objeto del reporte (año fiscal o año calendario)	2	
G4-29	Fecha del último reporte	2	
G4-30	Ciclo de presentación del reporte (anual, bienal etc.)	25	
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del reporte	2	
G4-32	Tabla que indica el número de página en donde están los contenidos de la memoria	3, 82	
G4-33	La política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del reporte	2	Este reporte no fue objeto de verificación externa
MATERIALIDAD			
G4-DMA	Describa cómo gestiona la organización el Aspecto material o sus impactos	22, 23	

GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	GOBIERNO CORPORATIVO		
G4-34	La estructura y los comités de gobierno de la organización, los cuales son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales	9 - 11	
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social	9	
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	9	
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los Grupos de Interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno	9, 21, 25	
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	9, 10	
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición	9	
G4-40	Procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero	9	
G4-41	Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés	9	
G4-42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	9	
G4-43	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	9, 24	
G4-44	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	12, 54	
G4-45	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	9, 12	
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	9	

G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social	9	
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	9	
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno	9	
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.		No se reporta
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	54	Sólo se reporta lo relacionado con la Alta Dirección
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	54	
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.		No se reporta
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente)		No se reporta
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.		No se reporta
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	Los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética	13, 14	
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.		No existen mecanismos exclusivos para conocer asuntos relacionados con la integridad, diferentes a las formas de evaluación y diálogo existentes.

CONTENIDOS BÁSICOS Y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	DESEMPEÑO ECONÓMICO		
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	28	
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático		No se reporta, no se han evaluado riesgos asociados con cambio climático
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones	49 - 54	
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	28	
PRESENCIA EN EL MERCADO			
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	52	
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas		No se reporta
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS			
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios	30	
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	27, 28	
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	29	

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINA	OBSERVACIONES
CÓDIGO	MATERIALES		
G4-EN1	Materiales por peso o volumen		No se registra
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados		No se registra
	ENERGÍA		
G4-EN3	Consumo energético interno	77, 78	
G4-EN4	Consumo energético externo	77, 78	
G4-EN5	Intensidad energética	77	
G4-EN6	Reducción del consumo energético	77, 78	
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	77, 78	
	AGUA		
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	70, 71	
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	70, 71	
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	70	
	BIODIVERSIDAD		
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad	80	
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios	80, 81	
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados	71, 80	
G4-EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie	81	
	EMISIONES		
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	77, 78	
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	77, 78	
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	77, 78	
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	78	

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINA	OBSERVACIONES
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	78	
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono	77	
G4-EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas	77	
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino	70	
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	72	
G4-EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	72	
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	72	
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización	80	
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	68	
G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría	73	
CUMPLIMIENTO REGULATORIO			
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	43	
TRANSPORTE			
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	77, 78	
GENERAL			
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente	29	
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales		No se reporta
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto		No se reporta
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL			

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINA	OBSERVACIONES
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	43	No se reporta

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	EMPLEO		
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	46 - 48	
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	49 -54	
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	48	
RELACIÓN ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN			
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	48	
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	60	
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	56, 58	
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad		No se reporta
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	49	
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	53	
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	53	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	54	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		PÁGINA	OBSERVACIONES
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	46	
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES			
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	47	
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES			
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales		No se reporta
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto		No se reporta
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES			
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	43	

DERECHOS HUMANOS		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	**INVERSIÓN**		
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos		No se reporta
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados		No se reporta
NO DISCRIMINACIÓN			
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas		No se reporta
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA			
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos		No se reporta
TRABAJO INFANTIL			

DERECHOS HUMANOS		PÁGINA	OBSERVACIONES
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil		No se registra lo relacionado con proveedores.
TRABAJO FORZOSO			
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso		No se registra lo relacionado con proveedores.
MEDIDAS DE SEGURIDAD			
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones		No se reporta
DERECHOS DE LA POBLACIÓN INDÍGENA			
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas		No se reporta
EVALUACIÓN			
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos		No se reporta
EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS			
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos		No se reporta
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas		No se reporta
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS			
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación		No se reporta

SOCIEDAD		PÁGINA	OBSERVACIONES
CODIGO	COMUNIDADES LOCALES		
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local		No se reporta
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales		No se reporta

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		PÁGINA	OBSERVACIONES
CÓDIGO	SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	18	
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	18, 43	
	ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	32	
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	43	
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	34	
	COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA		
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio	34	
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	34	
	PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	43	
	CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios	43	
	INDICADORES SECTORIALES		
FP1	Porcentaje de compras hechas a proveedores que cumplan con la política de aprovisionamiento de la compañía		No se reporta
FP2	Porcentaje de volumen de compras que se verifican de acuerdo a normas internacionalmente reconocidas de producción responsable, desglosado por norma		No se reporta
FP5	Porcentaje de producción fabricada en sitios certificados por una tercera parte de acuerdo con las normas internacionalmente reconocidas de sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos	18	

FP6	Porcentaje de volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que son reducidas en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos		No se reporta, ver página 32
FP7	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categorías de productos, que contienen ingredientes nutritivos adicionados como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos y aditivos de alimentos funcionales		No se reporta, ver página 32

90 años
1926-2016
¡Queremos ser siempre tu mejor opción!