



CERVECERIA HONDUREÑA



Reporte de
Sostenibilidad
2012-2013

Confianza en el futuro



Una Subsidiaria de SABMiller plc

Alcance y Cobertura

Bienvenido al *Reporte de Sostenibilidad 2012-2013* de Cervecería Hondureña S.A. (CHSA).

De igual forma que en su primera edición (2010-2011), este segundo reporte está escrito de acuerdo con los lineamientos de la *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión Guía G4 cumpliendo el criterio "in accordance" de dicha guía y alcanzando la opción *Exhaustiva (Exhaustive)* respaldada por la verificación externa de la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial FUNDAHRSE.

El documento cubre el período fiscal comprendido entre abril 2012 y marzo 2013. Presenta los avances en torno a la filosofía de las *Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible* de SABMiller, que guían el modelo de negocio de la Compañía. Reiteramos el compromiso de informar sobre nuestra gestión cada dos años por diferentes medios, entre ellos, este reporte.

El reporte comprende las operaciones de las plantas de cervezas y refrescos, centros de distribución así como una breve reseña de sus subsidiarias: Plásticos Industriales Hondureños, S.A. (Plihsa), y Azucarera del Norte, S.A. (Azunosa).

En cuanto a cobertura, el reporte se refiere al desempeño de la Empresa, a los indicadores y a los progresos relevantes para nuestros públicos de interés que han sido consultados (medios de comunicación, funcionarios de gobierno y público en general), todo presentado por medio de textos, gráficos e imágenes.

Utilizamos el género masculino para redactar el informe debido a razones de estilo narrativo, en el entendido de que ese género comprende tanto el género masculino como el femenino.

Enfatizamos la forma en que respondemos a los grupos de interés y explicamos el modo en que aportamos a sus necesidades. Nos enorgullece hacerlo por medio de acciones e iniciativas ambientales, sociales y económicas que reflejan el permanente compromiso de la Compañía con el desarrollo sostenible de Honduras.

Respetamos el principio de "comparabilidad", por lo que utilizamos como base los datos obtenidos hasta marzo de 2011, fecha en que concluye la cobertura del documento anterior, excepto en las prioridades de energía y agua el período de comparación es marzo 2012. Otro criterio adicional es el uso del lempira como moneda de análisis y la referencia al tipo de cambio que, en el momento de conclusión de este reporte, era de 20.5 lempiras por dólar.

Dividimos el reporte en tres partes. La primera alude al mundo interno de Cervecería Hondureña: marcas, mercados, subsidiarias, forma de administración, premios: el perfil de la Compañía.

En la segunda parte exponemos detalladamente el modelo de negocio con base en las prioridades de desarrollo sostenible y describimos las herramientas de consulta y gestión que utilizamos para tomar decisiones y responder a los públicos de interés. En esta parte iniciamos con el tema de la "Materialidad" en Cervecería Hondureña, exponemos los avances alcanzados respecto de las prioridades y concluimos con una explicación general sobre la evaluación a la gestión de las *Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible*.

La tercera parte está constituida por los Anexos. En esta sección incluimos los listados, el Índice GRI, un glosario de los términos técnicos, conceptos y abreviaturas contenidos en el reporte, además de algunos de los mensajes o cartas que hemos recibido en relación con el primer reporte.

Editamos una versión digital y una impresa del documento. La impresa la publicamos en papel reciclado, en concordancia con nuestros principios de sostenibilidad.

Le agradeceremos sus comunicaciones a:
augusto.chicas@ca.sabmiller.com

Verificación externa de la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial.
www.fundahrse.org



Contenido

Alcance y cobertura

Índice 01

Parte 1 Nuestro Mundo

■ Carta del Presidente	04
■ Carta del Vicepresidente	05
■ Perfil de la empresa	06
■ Cifras que impactan	06
■ SABMiller plc.	07
■ Cervecería Hondureña: Un siglo de historia	08
■ Cultura organizacional	09
■ Azucarera del Norte S.A., Azunosa	12
■ Plásticos Industriales Hondureños S.A, Plihsa	13
■ Planta de cervezas	14
■ Planta de refrescos	15
■ Premios y reconocimientos	16
■ Nuestras marcas	18
■ Marcas y mercados	20
■ Centros de distribución	21

Parte 2 Nuestra Gestión

■ Gobierno Corporativo	24
■ Nuestra Gente	26
■ Materialidad	28
■ Nuestra Gestión del Desarrollo Sostenible	30
■ Nuestra Calidad	31
■ Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible	32
■ Alcohol	34
■ Agua	40
■ Energía	42
■ Empaque	44
■ Desechos	46
■ Cadena de Abastecimiento	48
■ Inversión Social Corporativa	50
■ VIH/SIDA	56
■ Derechos Humanos	58
■ Transparencia y Ética	60

Parte 3 Anexos

■ Verificación de Tercera Parte	64
■ Índice GRI	66
■ Opinión de nuestros públicos de interés	76
■ Glosario	78



Parte 1: Nuestro Mundo



Carta del Presidente

Al acercarnos a nuestro centenario es un gran orgullo cerrar nuestro período fiscal 2012-2013 con resultados positivos y posicionados con excelencia en los mercados donde operamos. Transitamos por una nueva etapa con la expectativa de continuar creciendo e innovando como parte del grupo más admirado de la industria cervecera mundial.

Trabajar en Cervecería Hondureña es un reto, lo hacemos con pasión y dedicación, junto a un gran equipo de colaboradores, capaces y comprometidos con el futuro de la empresa.

En nuestra gestión aplicamos las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la social, la ambiental y la generación de valor económico, y nuestra prioridad son los públicos de interés, integrantes esenciales de nuestra estrategia de responsabilidad social empresarial.

Generamos el 4.2% del Producto Interno Bruto (PIB) de Honduras lo que representa 3,150 millones de lempiras en ingresos tributarios al Estado; y representamos el 24.1% de la industria manufacturera nacional. En nuestra "Cadena de Valor" participan 2,233 proveedores, una fuerza laboral de 2,778 colaboradores directos y 65,000 detallistas, de los que dependen más de 325,000 personas en todo el país.

Mejoramos en un 8% la eficiencia energética de las plantas de refrescos y cervezas y, en el consumo de agua, logramos un ahorro del 9.4%.

Continuamos respondiendo a las expectativas y preocupaciones de los públicos de interés, a los que integramos por medio de la gestión de nuestras *Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible*.

Los logros continuos aunados al compromiso con la sostenibilidad y con Honduras nos hacen confiar en el futuro. En el próximo trienio invertiremos más de 2,400 millones de lempiras en el desarrollo de nuestra cadena productiva.

Generamos el 4.2% del Producto Interno Bruto (PIB) de Honduras lo que significa 3,150 millones de lempiras en ingresos tributarios al Estado; y representamos el 24.1% de la industria manufacturera nacional.



Boyce Lloyd
Presidente
Cervecería Hondureña S.A.

Fortaleceremos la capacidad de nuestras subsidiarias Plásticos Industriales Hondureños y Azucarera del Norte. Estas inversiones impactarán directamente nuestros indicadores ambientales, sociales y económicos e incrementarán, aún más, la contribución de la Compañía al país.

Lo invito a conocer y compartir este documento, él aumentará su conocimiento sobre Cervecería Hondureña y sobre su importancia en Honduras. Como empresa socialmente responsable, estamos comprometidos en mejorar, de manera continua, la calidad de vida comunitaria, generar riqueza y proteger sus recursos de manera sostenible.

Carta del Vicepresidente

Agradecemos su interés por Cervecería Hondureña al leer este reporte y conocer más nuestro quehacer y nuestros logros. Cervecería Hondureña tiene como objetivo preservar, en el largo plazo, el bienestar que genera a nuestra "Cadena de Valor", nuestros consumidores y al pueblo hondureño en general.

Para preservar ese bienestar nos fundamentamos en la estrategia de sostenibilidad que establecen las *Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible* que guían nuestra gestión.

Cada prioridad es un compromiso asumido con el fin de poseer y desarrollar marcas que el consumidor considere su primera elección e impulsar el progreso mediante la construcción, en nuestra "Cadena de Valor", de negocios sociales sostenibles que respeten el ambiente y generen desarrollo comunitario.

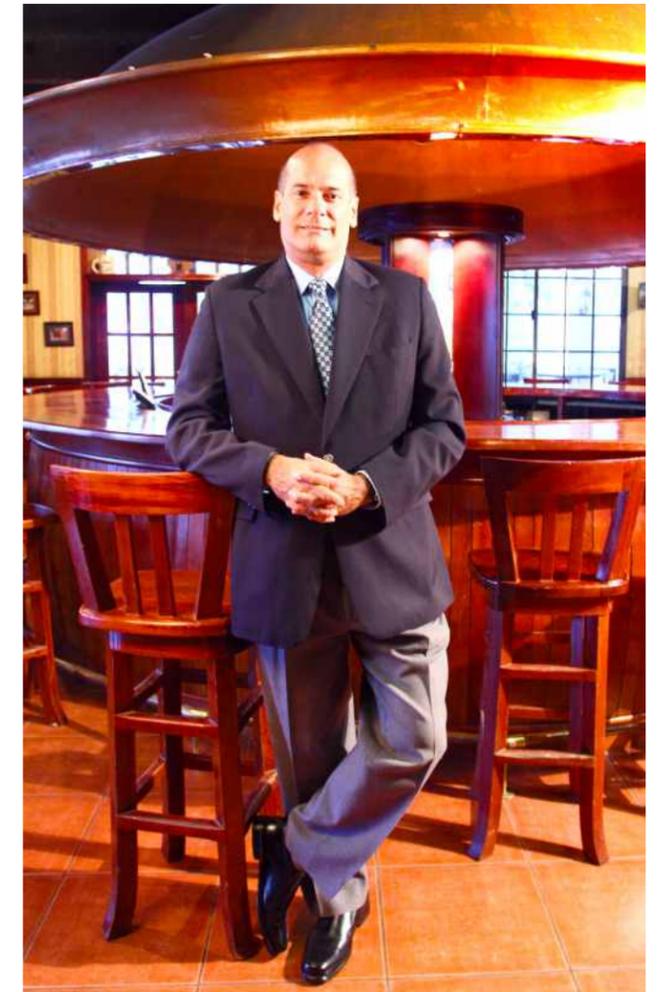
Medimos la gestión de las prioridades de sostenibilidad con base en la Matriz de Evaluación de Sostenibilidad (SAM). En este periodo, gracias al trabajo en equipo y a las significativas inversiones realizadas, elevamos en un 9% el desempeño global de la empresa, según lo corrobora la evaluación del SAM, pues pasamos del 3.31% en el período 2010-2011, al 3.61% en el período 2012-2013.

El avance logrado nos compromete a seguir mejorando porque sabemos que un aumento en el nivel SAM (es decir, en el desempeño interno), representa una mejora en la contribución que hace Cervecería Hondureña al crecimiento sostenible del país.

El aporte que hemos hecho elevó la gestión de la Compañía en aspectos relevantes para los públicos de interés consultados; logramos fortalecer el conocimiento de la población sobre los efectos del consumo irresponsable de alcohol y el no consumo por menores de edad.

Continuamos fomentando el desarrollo empresarial y el emprendedurismo para potenciar el impacto socioeconómico de la "Cadena de Valor" dando apoyo a emprendedores y Mipymes. Promovimos el crecimiento auto sostenible de las comunidades con el propósito de mejorar su calidad de vida.

En este periodo, gracias al trabajo en equipo y a las significativas inversiones realizadas, elevamos en un 9% el desempeño global de la empresa.



Roberto Álvarez
Vicepresidente de Asuntos Corporativos
Cervecería Hondureña S.A.

El aporte en inversión social corporativa ascendió a doce millones de lempiras.

Por todo lo anterior me complace anunciar que nos proponemos impulsar el programa "4e camino al progreso" con el objetivo de continuar afianzando nuestro apoyo a la sociedad hondureña. Este programa es una iniciativa diseñada para seguir mejorando la calidad de vida de los emprendedores detallistas, la de sus familias, y la de sus comunidades. En los próximos cinco años 4e beneficiará a 1,350 detallistas en todo el país mediante un aporte de 15 millones de lempiras.

Nuestra meta es seguir mejorando, y estoy seguro de que con el compromiso y el trabajo de todo nuestro equipo colaboraremos con el progreso de Honduras.

Perfil

Impacto Económico

4.2% 

del Producto Interno Bruto (PIB) del país se genera en Cervecería Hondureña a través de su cadena de valor, lo que significa que de cada lempira producido en el país, 4.20 centavos fueron generados directamente por nuestra empresa*.

Fuente: Área Financiera CHSA

Así aportamos: de cada lempira producido en Honduras, 4.20 centavos son generados por Cervecería Hondureña

24.1% 
de la producción manufacturera de Honduras es originada en Cervecería Hondureña.

Fuente: Área Financiera CHSA

3,150 millones de lempiras 
aportó Cervecería Hondureña al fisco central, cifra que representó el 5.5% de los ingresos corrientes del Estado*.

Fuente: Área Financiera CHSA

2,233 proveedores activos 
de los cuales el 82% son hondureños, y se les pagó el 56% de las compras totales de la Compañía, con lo que se favoreció el desarrollo de los negocios en todo el país*.

Fuente: Área de Cadena de Suministros CHSA

2,788 colaboradores directos 
hasta marzo 2013.

Fuente: Área de Recursos Humanos CHSA

32.3% 
de pago en beneficios sociales a nuestros colaboradores. Estos beneficios se calculan a partir del salario base.

Fuente: Área de Recursos Humanos CHSA

12 millones de lempiras 
destinados a programas de Inversión Social Corporativa*.

Fuente: Área de Recursos Humanos CHSA

65,000 detallistas 
participan en nuestra "Cadena de Valor"*

Fuente: Área Comercial CHSA

* Datos correspondientes al periodo comprendido entre abril 2012 y marzo 2013.



SABMiller plc en cifras

Con sede en el Reino Unido, *South African Breweries-Miller (SABMiller plc)*, es una de las mayores cerveceras del mundo. *Cervecería Hondureña* es subsidiaria de *BevCo*, que, a la vez, es subsidiaria de *SABMiller plc*, lo que nos convierte en parte del grupo más admirado de la industria cervecera mundial.

SABMiller cuenta con más de setenta mil empleados en 75 países y posee un portafolio integrado de más de 200 marcas de cerveza. Su expansión se basa en una cultura de excelencia operativa, productos de alta calidad, innovación tecnológica y sostenibilidad, lo que nos ha convertido en líderes de la industria cervecera mundial.

SABMiller sobresale en el mundo fortaleciendo marcas líderes locales que satisfacen los gustos de los consumidores en cada uno de los mercados donde tiene presencia. En *SABMiller* creemos que el negocio no está separado de la sociedad y que el éxito del Grupo está ligado al bienestar de la comunidad en general.

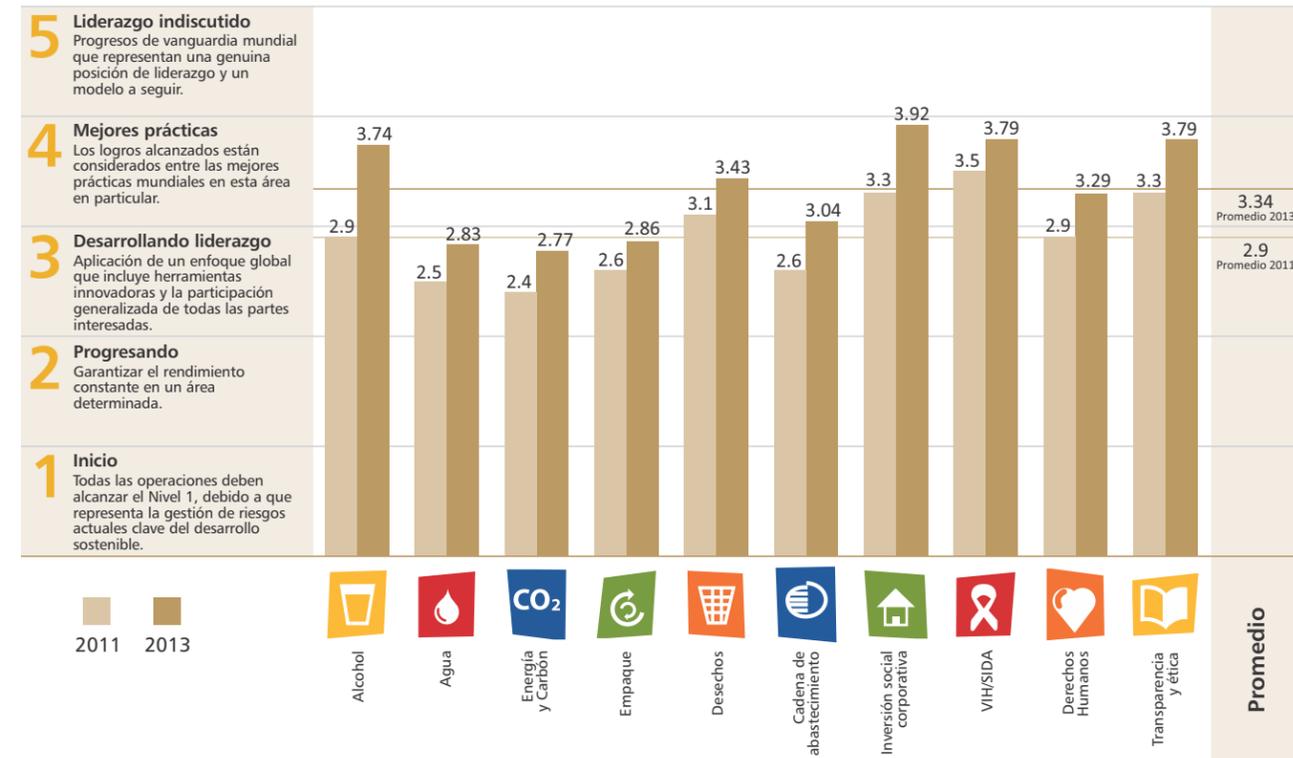
En los lugares donde operamos, generamos beneficios a largo plazo mediante la creación de cadenas de valor que impulsan el crecimiento económico y estimulan el desarrollo social utilizando los recursos naturales de manera eficiente.

70,000 colaboradores de distintas culturas en todo el mundo

Nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en las *Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible*, que nos permiten identificar oportunidades y riesgos para el negocio y las comunidades locales donde operamos. La evaluación del desempeño la medimos a través de una herramienta de gestión denominada *Sustainability Assessment Matrix (SAM)*, que nos permite monitorear nuestro desempeño frente a cada una de nuestras prioridades. Los países evalúan su gestión con base en cinco niveles donde el nivel 1 equivale al nivel mínimo, y el 5 representa el máximo.

En el momento en que se cerró el presente reporte, la puntuación media en el índice SAM de *SABMiller*, aumentó de 2.9 en 2010-2011 a 3.3.

Resultados de la Matriz de Sostenibilidad 2011 y 2013 de SABMiller



Cervecería Hondureña

Casi un siglo de solidez y constante evolución

Durante casi un siglo Cervecería Hondureña ha contribuido al desarrollo económico, social y ambiental de Honduras. El impacto de sus operaciones ha beneficiado a miles de hondureños vinculados directa o indirectamente con la Empresa a través del tiempo.

Cervecería Hondureña se ubica en el ámbito de la producción, envasado, comercialización y distribución de cervezas, agua, bebidas carbonatadas, isotónicos, jugos y té. Nuestro modelo de negocio responde a las *Diez Prioridades Estratégicas de Desarrollo Sostenible*, las cuales avalan la calidad de nuestros productos, y nos orientan hacia el mercadeo responsable de nuestras marcas.

Somos una subsidiaria de BevCo, con domicilio en Islas Vírgenes, que forma parte de SABMiller plc. BevCo es propietaria del 99.61% de las acciones de nuestra empresa; el resto es propiedad de accionistas nacionales y extranjeros.

Poseemos un capital social de 28.4 millones de acciones; el monto total de los activos supera los 14,000 millones de lempiras.

Nuestras plantas de refrescos y cervezas están ubicadas en la ciudad de San Pedro Sula, carretera de salida a Puerto Cortés, Honduras, Centroamérica. Contamos con 14 centros de distribución en el nivel nacional y con dos subsidiarias locales: Azucarera del Norte S.A. (Azunosa) y Plásticos Industriales Hondureños, S.A. (Plihsa).

Desde **1915**
nuestra empresa ha contribuido al fortalecimiento de la economía de Honduras.

Nuestro capital social de **28.4 millones** en acciones

El monto de nuestros activos supera los **14,000 millones** de lempiras



La Cultura de Cervecería Hondureña S.A.

Misión

Poseer y desarrollar marcas locales e internacionales que sean la primera elección del consumidor.

Visión

Ser la empresa más admirada en la industria cervecera mundial por:

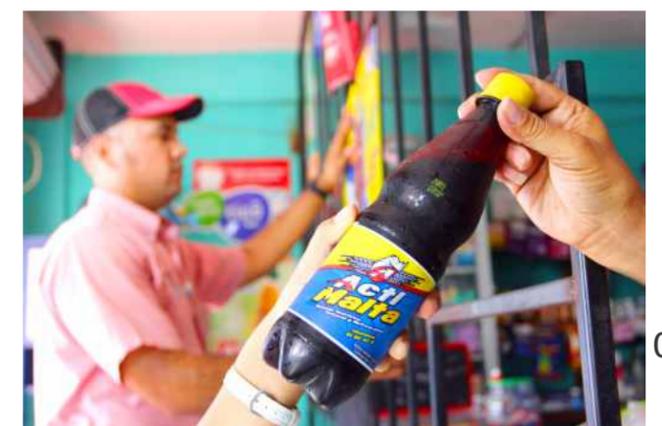
- Su mejor crecimiento a largo plazo.
- Crear valor en el nivel local.
- La calidad de nuestros productos.
- Generar bienestar en la sociedad.
- Contar con el mejor talento.

Organizaciones nacionales a las que pertenece nuestra empresa

- Asociación Nacional de Industriales, ANDI.
- Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, CCIT.
- Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, CCIC.
- Cámara de Comercio e Industrias de Roatán.
- Cámara de Comercio Hondureño Americana, AMCHAM.
- Consejo Empresarial Hondureño de Desarrollo Sostenible, CEHDES.
- Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial, FUNDAHRSE

Nuestros Valores así los vivimos

- Nuestra gente es nuestra ventaja duradera*
 - El calibre y compromiso de nuestra gente es lo que nos diferencia.
 - Valoramos y promovemos la diversidad.
 - Seleccionamos y preparamos a nuestra gente para el largo plazo.
 - El desempeño es lo que cuenta.
- Comprendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores*
 - Estamos siempre preocupados por las necesidades y percepciones de nuestros clientes.
 - Establecemos relaciones duraderas basadas en la confianza.
 - Aspiramos a ofrecer las opciones preferidas de productos y servicios.
 - Innovamos y lideramos en un mundo cambiante.
- Trabajamos y ganamos en equipos*
 - Desarrollamos y compartimos activamente nuestros conocimientos dentro del grupo.
 - Conscientemente balanceamos los intereses locales y del grupo.
 - Albergamos confianza e integridad en las relaciones internas.
 - Fomentamos la camaradería y el sentido de diversión.
- Nuestra reputación es indivisible*
 - Nuestra reputación depende de las acciones y declaraciones de cada empleado.
 - Construimos nuestra reputación para el largo plazo.
 - Somos justos y éticos en todas nuestras negociaciones.
 - Beneficiamos las comunidades locales en las que operamos.
- La responsabilidad es clara y personal*
 - Favorecemos la administración descentralizada.
 - Las metas y objetivos están alineados y son claramente expresados.
 - Valoramos el rigor intelectual y el compromiso emocional.
 - Somos honestos en nuestro desempeño.
 - Queremos y permitimos la auto-administración.



Una historia inspiradora

1915
El Gobierno de Honduras otorga a la Compañía Industrial Ceibeña la concesión para elaborar y comercializar cerveza.

1916
Nace la cerveza Salva Vida.

Comienza Coca Cola; Antonio Mata establece en San Pedro Sula la cervecería La Unión

1925

Se constituyó en San Pedro Sula la Compañía Industrial Hondureña; opera planta de cerveza, hielo, bebidas carbonatadas y almacenamiento frío.

1928

1930

Se fusionan cervecerías Bremas y Polar. Nace la cerveza Imperial.

1935

- La CIC y Cervecería Unión formalizan alianza y pasan a ser: Cervecería Hondureña, S.A.
- Nace la marca Tropical.

1952

CHSA inauguró su planta donde se encuentra ubicada actualmente.

1955

Cervecería Hondureña S.A. lanza al mercado la cerveza Nacional, tipo lager.

1962

Cervecería Hondureña S.A. adquiere el control administrativo de Cervecería Tegucigalpa.

1965

Cervecería Hondureña S.A. y Cervecería Tegucigalpa se fusionan en una sola empresa: Cervecería Hondureña S.A.

1972

Inauguración Planta de Refrescos

1983

Surge Port Royal como cerveza Premium con la intención de atender la exportación al mercado norteamericano.

1995

Holsten-Brauerei, AG Hamburgo, otorga a Cervecería Hondureña, S.A. la concesión para elaborar, en Honduras, su cerveza Holsten Premium, una cerveza pura y natural, fabricada bajo las normas de Holsten Brauerei.

2001

A finales de noviembre, Cervecería Hondureña pasa a ser parte de SABMiller.

- Se lanza al mercado una nueva cerveza en botella transparente; Cerveza Barena.

2004

Se comienzan a distribuir las marcas Dasani y Miller con sus cervezas Miller Lite y Miller Genuine Draft.

2008

2011

- Se incorpora la marca jugos Del Valle.
- Lanzamos al mercado ActiMalta bebida nutritiva y refrescante elaborada a base de malta.

2012

Fuze Tea se une a nuestro portafolio con su inconfundible sabor fusionado con el sabor a frutas.

Cervecería Hondureña y sus subsidiarias

Azucarera del Norte, S.A. AZUNOSA



3,000
empleos directos

L578 millones
en compras anuales
a 470 proveedores locales

Generamos **36MW**
de energía limpia



La escuela Azunosa

La escuela Azunosa fue fundada en el año 2005 con el objetivo de erradicar el trabajo infantil y brindar educación de calidad. Estos objetivos ya fueron alcanzados, por lo que actualmente la escuela forma a más de cien jóvenes, hijos de los trabajadores del ingenio y de las familias de las comunidades vecinas.

La inversión anual del programa es de 2.3 millones de lempiras.

Azucarera del Norte, S.A. (Azunosa), después de más de tres décadas de operar en el mercado hondureño, es la tercera productora de azúcar en el país y empresa pionera en la autogeneración de energía limpia. Posee un ingenio que se localiza en la aldea El Bálsamo, sector sur de El Progreso, Yoro.

La empresa ha generado tres mil empleos que impactan y benefician indirectamente a más de trece mil personas, de esta manera, *Azunosa*, contribuye a crear riqueza nacional. Durante el último año ha pagado al fisco hondureño 78 millones de lempiras por concepto de impuestos, y ha realizado compras de insumos a proveedores locales por un monto que asciende a los 570 millones de lempiras por año.

Azunosa es líder en la autogeneración de energía limpia. En cada período de cosecha genera 36 millones de kilovatios de energía. El 50% del total autogenerado se utiliza en el procesamiento de azúcar; el resto es vendido a la Empresa Nacional de Energía Eléctrica (ENEE).

Como empresa comprometida con Honduras, *Azunosa* destina el 70% del azúcar procesada al mercado nacional, y exporta el resto a Centroamérica y Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio (DR- Cafta) suscrito con esos países.

Adicionalmente destina un porcentaje de su producción a Europa y Asia; y recientemente, comenzó a vender su producto a Perú y al mercado del Caribe, exportaciones que también generan divisas al país.

Mediante un acuerdo suscrito con el Instituto Nacional Agrario (INA) y con la supervisión de la Presidencia de la República de Honduras, *Azunosa* implementó el programa *Desarrollo del Campo*, iniciativa que permite, a los campesinos organizados de Yoro, acceder a 302 hectáreas de tierra.

El programa *Desarrollo del Campo* es un innovador modelo de desarrollo para pequeños agricultores, pues promueve la cadena agroindustrial, el trabajo en equipo, así como bienestar y progreso sostenible a largo plazo. El Programa beneficia a los agricultores participantes, sus familias y a la comunidad; constituye un esfuerzo concreto en favor de la producción nacional que abre oportunidades de crecimiento a todos los involucrados. Para mayor información visite www.azunosa.com

Somos pioneros en la generación de energía limpia en el país.

Plásticos Industriales Hondureños, S.A., Plihsa

Pionera en Centroamérica en la exportación de tapas-coronas

Plásticos Industriales Hondureños, S.A. (Plihsa), subsidiaria de Cervecería Hondureña, es una compañía líder en la industria de la fabricación de productos utilizados como material de empaque, comercializados localmente, en Centroamérica y el Caribe.

Esta empresa es pionera en Centroamérica en la exportación de tapas-coronas hacia Panamá, El Salvador y Nicaragua, actualmente también exporta a República Dominicana y Haití. Cuenta con modernas instalaciones, con maquinarias y equipos de tecnología avanzada, y con personal técnico profesional, altamente calificado, que opera bajo el concepto de mejora continua a fin de cumplir con la demanda de sus clientes.

Debido a su capacidad, desarrollo tecnológico, y a la calidad de sus productos, Plihsa ha sido reconocida, en dos oportunidades, con el Premio Presidencial al Exportador en la categoría de empresa mediana, por su contribución al desarrollo del comercio centroamericano.

Plihsa abastece a Cervecería Hondureña de cajas plásticas, tapas-coronas, insumos y materias primas.

Durante el período de cobertura del presente reporte, Plihsa invirtió 120 millones de lempiras para fortalecer su portafolio de productos. De esa cifra destinó 80 millones a la instalación de la planta de concentrados, 10 millones a la reconstrucción y mantenimiento de enfriadores y, la misma cantidad, a la renovación tecnológica de la maquinaria de producción de inyección de cajas plásticas. El capital restante se utilizó en la producción de soluciones sanitarias, y para la tecnología de aligeramiento en las nuevas tapas corona, con lo que contribuyeron a reducir la huella de carbono de la Compañía.



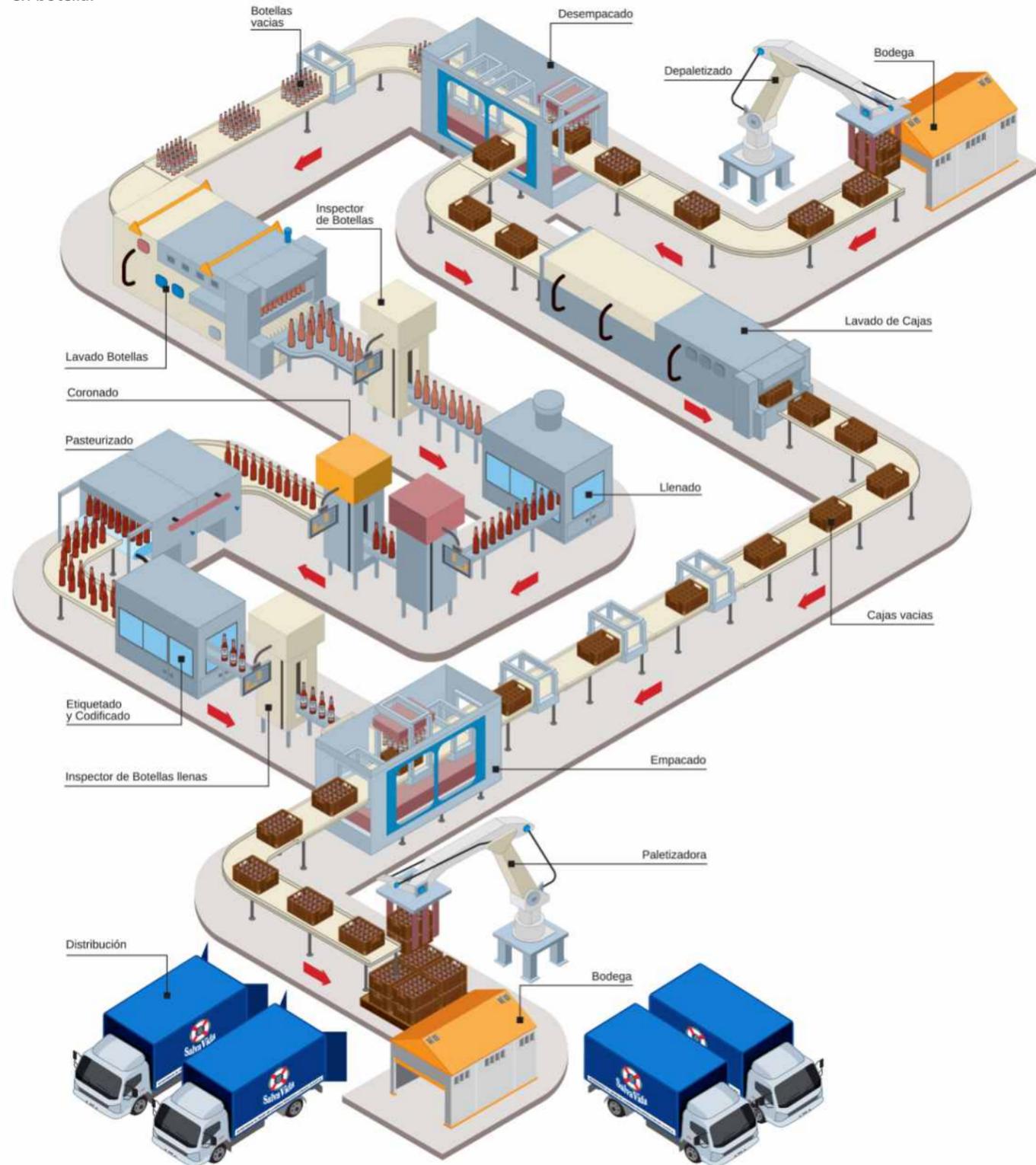
Además de beneficios ambientales, el impacto de la cartera de inversión permitió el crecimiento del 70% del portafolio de productos y servicios que la subsidiaria ofrece a Cervecería Hondureña y la creación de 35 nuevos empleos. Además, ejerció un mayor control de los procesos de manufactura especialmente en la producción de concentrados de la marca Tropical, así como un mejor servicio y extensión de la vida útil de los equipos fríos utilizados por nuestros detallistas.

120 millones de lempiras invertidos en el desarrollo de su portafolio de servicios

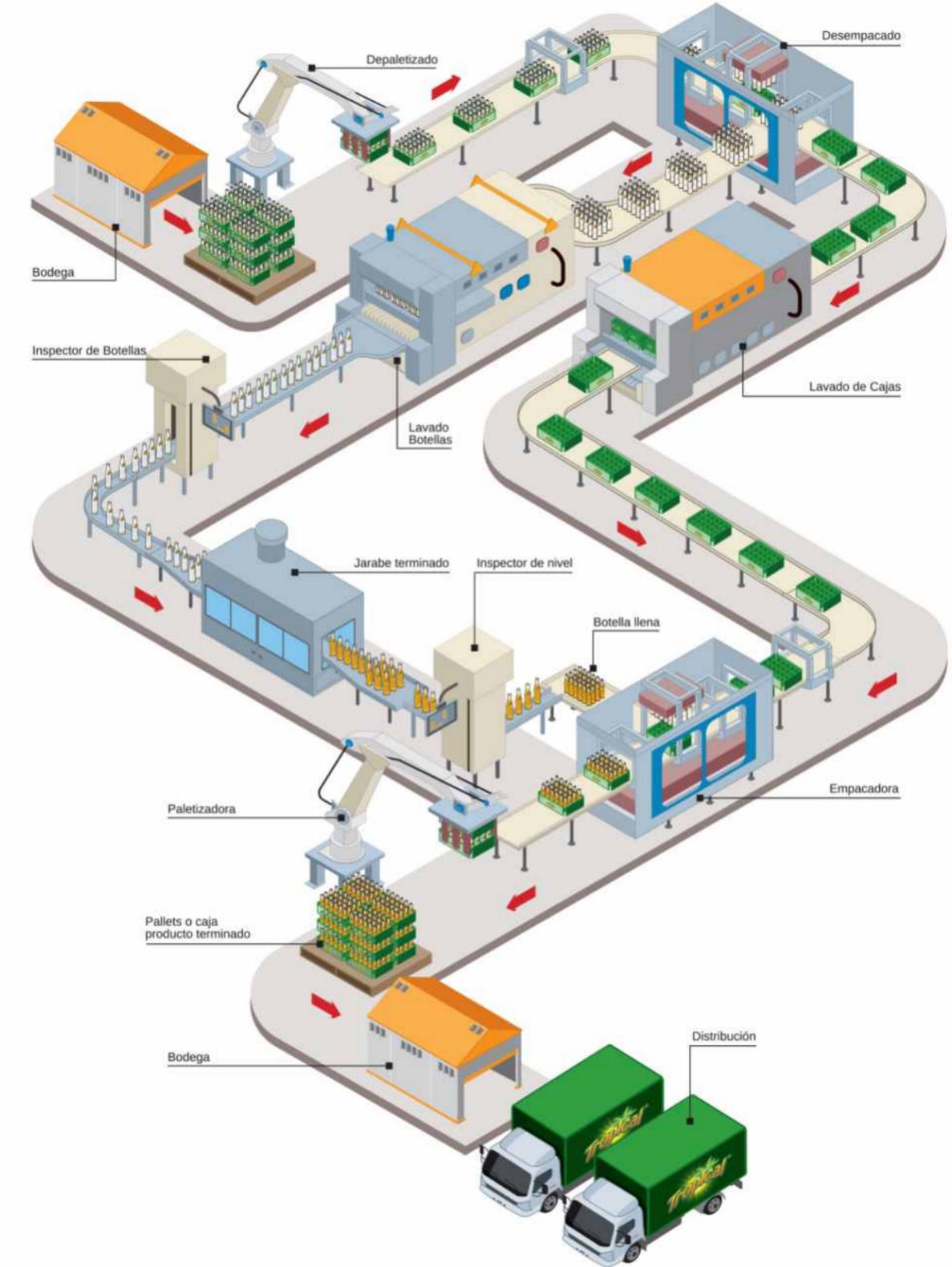
Reconocida en dos ocasiones con el Premio Presidencial al Exportador, en la categoría empresa mediana, por su contribución al desarrollo del comercio centroamericano.

Planta de Cervezas

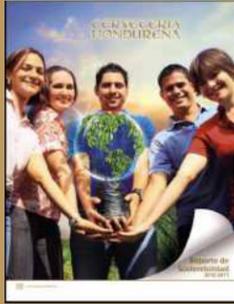
Proceso de envasado en botella.



Planta de Refrescos



Premios y Reconocimientos



Nivel A+ del Global Reporting Initiative

Primer nivel de aplicación A+ asignado a un reporte de sostenibilidad en Honduras por Global Reporting Initiative (GRI).



Sello Empresa Socialmente Responsable (ESR)

Cervecería Hondureña empresa socialmente responsable, sello ratificado por la "Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial", (Fundahrse), por quinto año consecutivo.



Premio a la Calidad 2011 otorgado por The Coca Cola Company

Reafirmamos la excelencia en la elaboración de productos que embotellamos bajo licencia de Coca-Cola, y ocupamos la primera posición en Centroamérica en el Sistema de Calidad de la Marca, gracias a nuestra gente, a la eficiencia de nuestros procesos y al cumplimiento de elevados estándares de calidad.



Mejor panelista de catado de cerveza de la región LATAM

De acuerdo con los requerimientos del concurso regional latinoamericano, obtuvimos el primer lugar como mejor catador de la región, premio otorgado a Álvaro Rivera del área de manufactura.



Premio a la Calidad 2012 otorgado por The Coca Cola Company

Nuestro compromiso con la excelencia nos permitió obtener el primer lugar en el concurso de calidad de la región "Latín Centro" de Coca Cola, que incluye a Centroamérica, el Caribe y la región andina; donde marcamos la diferencia entre los 40 embotelladores evaluados.



Empresa líder de Centroamérica y República Dominicana

Ubicada entre las empresas líderes de Centroamérica y República Dominicana por la revista Summa y el Grupo Hay, en junio de 2012.

Reconocimiento en Global Evaluation of Manufacturing (GEM):

Nuestras plantas de manufactura ocupan la primera posición en el nivel global. GEM tiene como objetivo evaluar la implementación y madurez de las mejores prácticas reconocidas para las áreas de manufactura, de SABMiller en todas sus operaciones alrededor del mundo.



Premio Mercatus

Otorgado por SABMiller en el segmento "Expansión de Categorías, Capturando nuevos Segmentos y Ocasiones de Consumo". Nuestras prácticas comerciales destacaron entre más de 54 casos de éxito presentados por las filiales de SABMiller en el mundo.



Nuestras marcas



Marcas y Mercado

Creemos en participación

Nuestra cuota de mercado se incrementó un 6% en el volumen de hectolitros en refrescos y un 13.4% en cerveza

Los productos que elaboramos son líderes en el mercado hondureño por su calidad y demanda. Producimos y comercializamos diferentes marcas de cervezas, bebidas carbonatadas como los refrescos, y no carbonatadas como el agua, jugos y té, que se han posicionado como la primera elección del consumidor.

En cervezas, producimos y comercializamos las marcas *Port Royal*, *Salva Vida*, *Imperial*, *Barena*; y comercializamos *Miller Lite* y *Miller Genuine Draft*.

En refrescos, nuestras principales marcas son: *Coca-Cola*, *Coca-Cola Zero*, *Coca-Cola Light*, *Jugos del Valle*, *Tropical*, *Sprite*, *Fresca*, *Fanta Naranja*, *Canada Dry*, *Powerade*, *Agua Vital*, *Dasani*, *Fuze Tea* y *Acti Malta*.

Las ventas totales ascendieron a 5.1 millones de hectolitros en refrescos y 1.1 millones de hectolitros en cerveza. En relación con el anterior reporte, estas cifras significan un crecimiento que oscila entre un 6% y un 13.4%, y evidencian la preferencia de los consumidores nacionales por las marcas de Cervecería Hondureña.

La comunicación comercial de nuestras marcas se desarrolla de acuerdo con lo que establecen las *Políticas de Autorregulación de la Comunicación Comercial e Investigación de Mercados de SAB Miller* y con el cumplimiento de las leyes del país asociadas a la industria de alcohol; además, trabajamos en colaboración con el "Ente Regulador de Agencias de Investigación de Mercado Mundial" (Esomar). *Para conocer con más detalle este tema visite las páginas 34-39 de este reporte, relativas a la "Prioridad Alcohol"*.

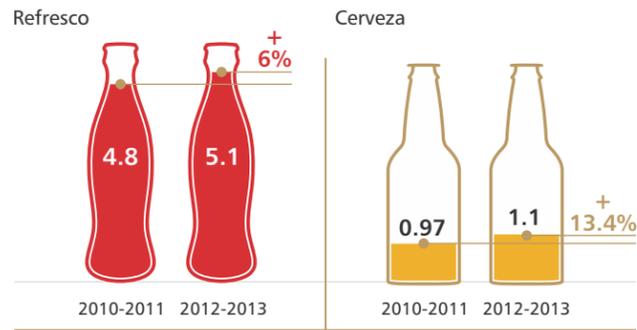


Somos líderes por la calidad de nuestros productos y la aceptación de los consumidores.

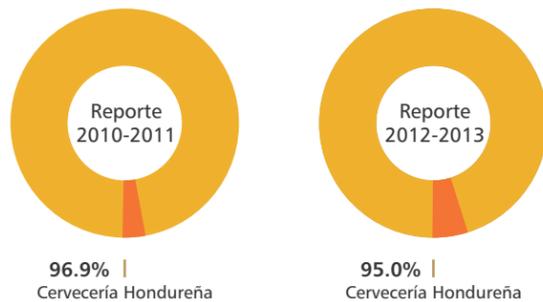
Exportaciones: continuamos exportando a Estados Unidos las marcas *Tropical* 12 onzas, en sus sabores de banana y uva, y en botella de vidrio no retornable (cajas de 24 unidades).

Ventas Totales

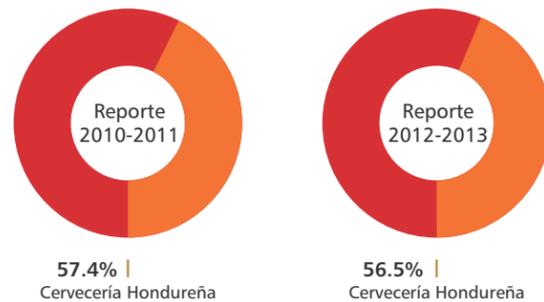
Millones de Hectolitros (HL) por producto



Participación de Mercado de Cerveza



Participación de Mercado de Refrescos

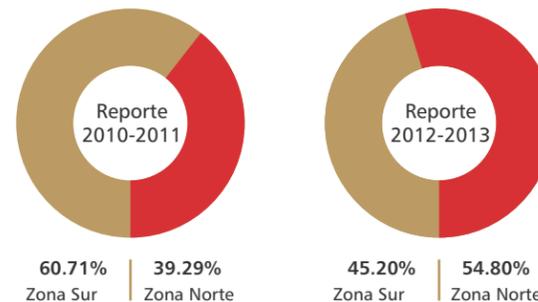


Centros de distribución en el país

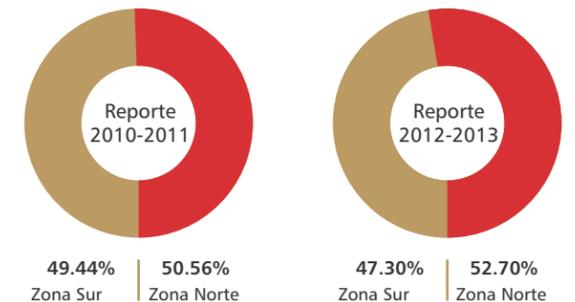
Presencia en todas las regiones. Estamos presentes en el mercado hondureño con una planta de producción de cervezas y una de producción de refrescos, ubicadas en San Pedro Sula al norte de Honduras. Para llegar a todos nuestros consumidores contamos con 14 centros de distribución en el ámbito nacional.



Puntos de venta (distribuidores)



Cientes directos (por región)



Parte 2: Nuestra Gestión



Gobierno Corporativo

El gobierno corporativo es, en Cervecería Hondureña, la estructura encargada de la toma de decisiones. Sólidas prácticas de gobernanza nos ayudan a crear un balance entre las actividades comerciales y la transparencia, la responsabilidad corporativa, la equidad y la rendición de cuentas. Fundamentamos estos criterios y nuestro accionar en el respeto a la ley, en la debida diligencia y la transparencia dentro del marco de los principios de SABMiller.

El sistema de aseguramiento funciona "en cascada", a partir de la oficina principal de SABMiller, la sede de Latinoamérica ubicada en Miami, Estados Unidos y la administración local. Para lograr una gobernanza eficaz nuestro negocio se rige por los estatutos internos, la Constitución de la República de Honduras, el Código de Comercio y las leyes y reglamentos correspondientes al tema.

El Consejo de Administración, conformado por diez miembros, la presidencia y las diferentes vicepresidencias aseguran el cumplimiento de las políticas y delegan el control de la evaluación de los procedimientos y el monitoreo de las prácticas en diferentes comités.

El proceso se describe en el siguiente esquema:

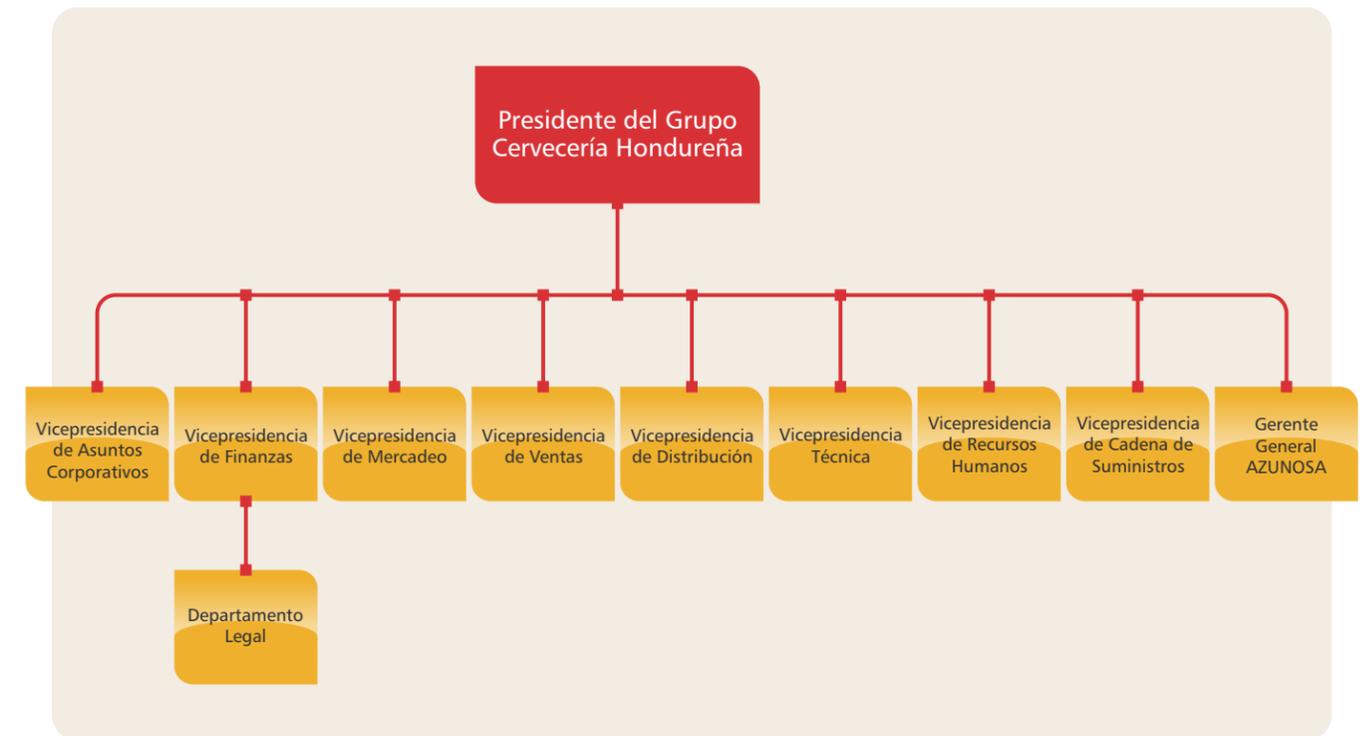


Sólidas prácticas de gobernanza nos ayudan a crear un balance entre las actividades comerciales y la transparencia, la responsabilidad corporativa, la equidad y la rendición de cuentas.

Para conocer mayores detalles sobre nuestro gobierno corporativo y su estructura, visite: www.sabmiller.com www.cerveceriahondurena.com y las páginas 21, 22 y 23 del Reporte de sostenibilidad 2010-2011



Nuestro Comité Ejecutivo



Nuestra Gente es nuestra ventaja duradera



La excelencia y el compromiso de nuestra gente es lo que nos diferencia. Valoramos y promovemos la diversidad; seleccionamos y preparamos a nuestra gente para su desempeño a largo plazo: concedemos especial importancia al desempeño.

Lo que hacemos para atraer y retener el talento

Apoyamos la competitividad al promover el desarrollo de talento que forme, retenga y ofrezca evolución, innovación y diferenciación en todos los procesos de nuestro negocio mediante la diversidad e inclusión del recurso humano al que agregamos valor gracias a la posibilidad que les ofrecemos de especializarse y adoptar soluciones integradoras. Hemos logrado desarrollar una colaboración constante entre todas las áreas para promover políticas, programas y proyectos que fortalezcan el aprecio y la comprensión de la diversidad, equidad e inclusión en todas nuestras operaciones.

Todo el proceso se rige por medio de nuestra Política de Contratación, por las leyes nacionales y sus respectivas normativas, así como por las regulaciones internacionales que aplican en estos casos.

Nuestro sistema salarial garantiza competitividad en el ámbito externo y equidad al interior de la organización.

El salario de contratación inicial, en posiciones operativas, es superior, en un 20%, al salario mínimo establecido por ley.

Los beneficios a los colaboradores ascienden a 32.3%, calculados sobre el salario base.

Aseguramos una cultura de respeto, cordialidad y total cumplimiento de los compromisos suscritos con los colaboradores. Hemos negociado 16 contratos colectivos, y el 55% de los colaboradores pertenece al régimen de negociación colectiva.

Programas que fortalecen el clima laboral

Higiene y seguridad industrial. Mejorar la calidad de vida de los colaboradores en el ámbito de la salud es un compromiso permanente de Cervecería Hondureña; por eso nos integramos a nuevos programas como la Escuela de Espalda, basado en la educación y el desarrollo de habilidades para realizar ejercicios de calentamiento. La Escuela ayuda a mejorar la postura y a evitar dolencias por acciones repetitivas y riesgos profesionales. Reforzamos el Comité de Higiene y Seguridad Industrial y la Brigada de Seguridad Industrial.

Unidades de salud integral. Invertimos en programas de salud y bienestar en colaboración con centros de atención en San Pedro Sula y Tegucigalpa. Los centros de atención están integrados al programa del Sistema Médico-Empresa del Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS). Como resultado de la operación de los centros de atención, el nivel de ausentismo ha descendido a un 2.67% del total de días laborables frente al 4.56% del nivel reportado en el período anterior.

Ferías de salud. Anualmente realizamos ferias de salud con carácter preventivo donde se proporciona información pertinente para el cuidado integral de los colaboradores.

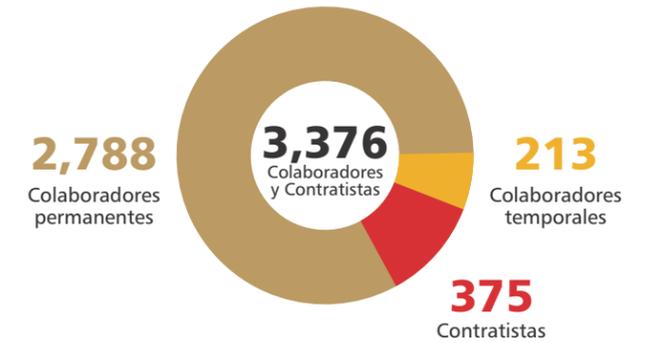
Formación. Invertimos anualmente 13 millones de lempiras y 12,543 días, a razón de 4.31 días/año por colaborador, en procesos de formación técnica, desarrollo profesional y capacitación.

Administración del desempeño. El 45% de los colaboradores participa en la evaluación de su propio desempeño según lo establece el programa Performance Management que mide el impacto y el progreso del desarrollo individual y del equipo. (Si desea conocer con más detalle el programa visite las páginas 27, 28 y 29 del Reporte de Sostenibilidad 2010-2011).

Retiro y jubilación. El 100% de colaboradores permanentes goza de los beneficios del programa en diferentes modalidades de retiro y jubilación.

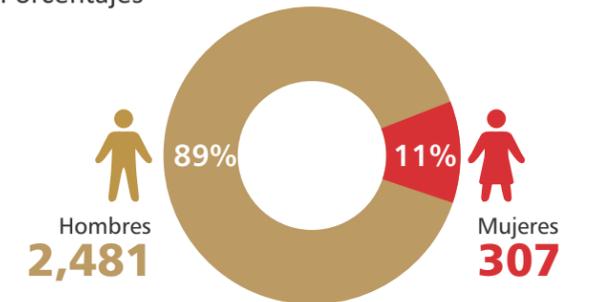
Calidad de vida. Para aumentar el bienestar de nuestra gente creamos la Villa Tropical en las instalaciones de San Pedro Sula. La Villa es el lugar perfecto para que los empleados disfruten, practiquen deportes y compartan en un ambiente seguro y familiar. Fue inaugurada en 2012 para contribuir al balance que debe existir entre vida privada y trabajo.

Fuerza laboral*



Empleo según género

Porcentajes



Nuestra Gente Resultados relevantes

- 3.09%** del Índice de rotación acumulado a marzo 2013
- 2.67%** del Índice de ausentismo, en promedio, a marzo de 2013
- 16** contratos colectivos firmados a la fecha
- 100%** colaboradores permanentes en programas de retiro y jubilación
- 32.3%** de beneficios sociales calculado sobre el salario base
- 4.31** días al año en formación y capacitación
- 231** Dólares de inversión promedio anual en capacitación por colaboradores permanentes



Materialidad en Cervecería Hondureña S.A.

Nuestra respuesta a los públicos de interés

Los públicos de interés entrevistados en la evaluación de Globescan, identifican los temas concernientes a la salud, calidad de vida comunitaria y apoyo a emprendedores y Mipymes como los más relevantes.

De acuerdo con el Global Reporting Initiative (GRI), la materialidad se refiere a los aspectos e indicadores que reflejan los impactos sociales, ambientales y económicos más significativos para la Cervecería Hondureña cuando se consideran los grupos de interés.

Para identificar, seleccionar, planificar y ejecutar los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Cervecería Hondureña, utilizamos prácticas de diálogo constructivo y de consulta que nos permiten conocer las expectativas, preocupaciones y percepciones de nuestros públicos de interés.

Como informamos en el reporte anterior, desde 2007, hemos consultado a los públicos de interés por medio de la compañía Globescan (www.globescan.com). En el periodo de cobertura de este reporte preguntamos a los medios de comunicación, las autoridades de gobierno y al público en general.

Para realizar la investigación consultamos a 25 representantes de medios de comunicación y a un número similar de funcionarios de gobierno. En cuanto al público fueron consultadas 500 personas. La recolección de información se realizó entre el 8 y el 21 de marzo de 2013.

Principales hallazgos

El análisis de expectativas de cada grupo entrevistado mostró que el sector de medios de comunicación prioriza los temas de salud, situación que coincide con lo manifestado en el primer reporte.



En relación con el tema de salud desarrollamos programas que promueven una cultura de consumo responsable de alcohol y de no consumo por parte de menores de edad. (Puede informarse más visitando las páginas 34-39 de la "Prioridad de Alcohol").

Los medios de comunicación siguen considerando que Cervecería Hondureña es una empresa confiable, que contribuye significativamente con la economía del país, y que ofrece al público productos de calidad. Estas afirmaciones coinciden con la evaluación realizada en el 2011. Radar 1

En la consulta hecha a funcionarios de gobierno se evidencia la importancia de que la Empresa brinde atención prioritaria a la calidad de vida comunitaria, al diálogo social y a los temas ambientales. Los funcionarios reiteraron que la contribución económica y los productos de calidad son aspectos que confirman la excelente gestión de la Compañía. La diferencia con la evaluación anterior es la inclusión de temas ambientales. Radar 2

En las expectativas del público en general se percibe un gran interés en que la Empresa apoye a emprendedores y Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas), promueva causas sociales y siga trabajando en la gestión del agua. Adicionalmente, y tal como ocurrió en el primer reporte, el público en general califica como excelente la labor de la Organización en los temas: productos de calidad y gestión eficiente de su administración. Radar 3

Para responder las expectativas del público en general y funcionarios de gobierno, que coinciden en señalar la calidad de vida comunitaria y el apoyo a emprendedores y Mipymes como áreas prioritarias de trabajo de nuestra empresa, ejecutamos, a través de la "Fundación Cervecería Hondureña", programas específicos derivados de nuestra Prioridad Inversión Social Corporativa. (Para conocer más detalles le invitamos a visitar las páginas 50 y 51 de la prioridad de inversión social corporativa).

La lectura de los radares

Para visualizar los hallazgos encontrados en la consulta, Globescan utiliza gráficas, que se denominan radar, con el propósito de resumir con mayor claridad esos resultados.

Cada radar se representa como un cuadrante compuesto de cuatro secciones, a cada una de ellas se le asigna un nivel de importancia que permite conocer las expectativas del público entrevistado.

En la primera sección: Dar atención prioritaria a, se encuentran las prioridades establecidas por los públicos consultados y constituyen el mensaje más importante que envían a la Empresa.

La segunda sección: Mejorar gestión en, identifica las oportunidades de mejora que tiene la Compañía, según la percepción de los entrevistados.

La tercera sección: Mantener en ejecución, se refiere a las áreas que los entrevistados consideran que deben conservarse porque son necesarias y agregan valor.

La cuarta y última sección: Excelente gestión en, identifica los temas donde la Compañía tiene una posición de liderazgo.

En la parte inferior de cada radar aparece un eje que mide el grado de percepción del público sobre los temas consultados.

El eje utiliza una escala de calificación del 1 al 10, donde el uno es el valor más bajo y, diez, el más alto en cuanto a percepción positiva.

En cada radar se incorpora una simbolización en círculos de colores para destacar el cambio de posición que se ha dado en relación con alguno de los temas evaluados en el reporte anterior:

- Verde: indica una posición mejor
- Amarillo: significa estabilidad

Los temas sin color en el cuadrante son los que aparecen por primera vez y, por tanto, no son comparables.

Radar 1: Expectativa de los medios de comunicación en torno del desempeño de Cervecería Hondureña | 2013



Radar 2: Expectativa del Gobierno en torno del desempeño de Cervecería Hondureña | 2013



Radar 3: Expectativa del público en general en torno del desempeño de Cervecería Hondureña | 2013



Fuente: Globescan. SABMiller Global Reputation Study (Estudios 2010-2013)

Visite www.cerveceriahondureña.com para informarse sobre la consulta realizada en el Reporte de Sostenibilidad 2010-2011



Nuestra gestión del desarrollo sostenible

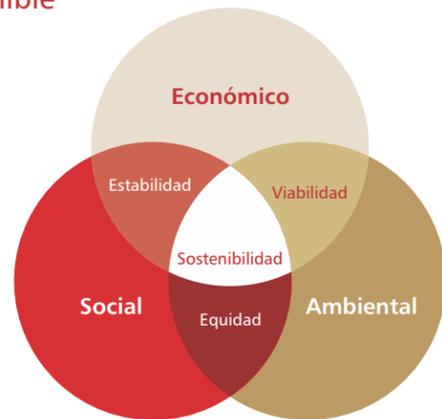
Diez prioridades de desarrollo sostenible Evaluar la gestión

Administramos nuestro negocio basados en el propósito de fortalecer la "Cadena de Valor" y en el cumplimiento de las Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible porque entendemos que solo un modelo empresarial que genere bienestar social y respete el ambiente puede mantenerse en el largo plazo.

Nuestra estrategia de desarrollo sostenible nos permite generar progreso en nuestra Cadena de Valor", gracias al balance logrado entre lo económico, lo social y lo ambiental.

- La asociación entre lo económico y lo social nos hace generar estabilidad en la creación de riqueza sostenible y en el valor social compartido.
- En el enfoque socio-ambiental mostramos la equidad existente entre la utilización, protección y compensación de los recursos.
- En la relación económico-ambiental, generamos oportunidades sin comprometer los recursos naturales futuros.

Esquema de los tres pilares del desarrollo sostenible



Adoptamos la estrategia de desarrollo sostenible de SABMiller, utilizamos el sistema de evaluación denominado Matriz de Evaluación de la Sostenibilidad (SAM), que nos permite monitorear nuestro desempeño frente a cada una de las diez prioridades. *Si desea conocer más acerca de SAM visite las páginas 24 y 25 del reporte 2010-2011.

Crecimos un 9%
en el desempeño de nuestros indicadores SAM, lo que demuestra la sólida gestión de Cervecería Hondureña.

Un sistema para monitorear nuestro desempeño sobre las Diez Prioridades



Al comparar los resultados de este periodo con los de 2010-2011, destaca un avance del 9% en la gestión del negocio.

PRIORIDADES	2011	2013	Logro %
Alcohol	3.05	4.40	44.0
Agua	3.60	4.00	11.0
Energía y carbón	3.20	3.20	-
Empaque	2.17	2.31	6.4
Desechos	2.60	2.60	-
Cadena de abastecimiento	3.23	3.42	5.8
Inversión social corporativa	3.70	3.70	-
Derechos humanos	3.00	3.50	17.0
VIH/SIDA	5.00	5.00	-
Transparencia y ética	3.60	4.00	11.0
Promedio	3.31	3.61	9.0

Fuente: Cervecería Hondureña / matriz SAM

Nuestra calidad

Certificaciones y auditorías

En Cervecería Hondureña contamos con un sistema de Aseguramiento de Calidad en toda la cadena de suministros, desde los proveedores hasta los clientes; además hemos implementado el programa de Manufactura de Clase Mundial (MCM), que es parte importante de la estrategia técnica que busca la excelencia en nuestras operaciones.

Nos sometemos a procesos de medición que aplican los estándares más elevados en la industria global de bebidas para evaluar y verificar la calidad de los productos que ofrecemos al consumidor; periódicamente nos supeditamos a procesos de auditoría que avalan el cumplimiento de requisitos nacionales e internacionales por parte de nuestra Empresa.

La compañía certificadora TÜV SÜD América Inc. de México, realiza las auditorías.

En el periodo que comprende este informe hemos avanzado significativamente pues logramos que nuestro programa HACCP migrara a la certificación internacional ISO 22002-1:2009 para la operación de refrescos.

Actualmente contamos con las siguientes certificaciones internacionales:



ISO 9001:2008	Sistema de Gestión de Calidad
ISO 14001:2004	Sistema de Gestión del Medio Ambiente
BS-OHSAS 18001:2007	Sistema de Gestión en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
HACCP	Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (Aplica a la Operación de Cerveza)
ISO 22002-1:2009	Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos



Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible

Prioridades en el desempeño de nuestra gestión



Alcohol

Desalentar el consumo irresponsable de alcohol

Hemos definido como prioridad la creación de una cultura de responsabilidad en relación con el consumo de alcohol, por eso desarrollamos programas orientados al consumo responsable por parte de personas mayores de edad y al no consumo cuando se trata de menores de edad.



Agua

Producir más usando menos agua

El agua es un recurso limitado tanto para Cervecería Hondureña como para la comunidad, por tal razón orientamos nuestras operaciones al uso eficiente del agua y a la protección de las fuentes donde nos abastecemos.



Energía

Reducir nuestra huella de carbón y energía

Realizamos inversiones para mejorar la eficiencia en el uso de la energía en nuestras plantas; identificamos fuentes alternativas para producir energía limpia; brindamos información para concientizar a nuestros colaboradores sobre el uso eficiente de la energía, y promovemos la reducción de nuestra huella de carbón.



Empaque

Promover la reutilización y el reciclaje

Fomentamos el uso de empaques retornables, de materiales reciclables o biodegradables; reducimos el peso de nuestros envases de plástico y de la tapa corona. Además, promovemos programas de reciclaje post-consumo en el que se involucran nuestros colaboradores, las comunidades y otros públicos interesados.



Desechos

Orientar nuestras operaciones hacia el cero desperdicio

En nuestra empresa trabajar hacia el cero desperdicio significa reciclar, reutilizar o retornar en las mejores condiciones al ambiente, algún elemento utilizado en nuestras operaciones.



Cadena de abastecimiento

Desarrollar cadenas de suministros que reflejen nuestros valores

Propiciamos el compromiso de nuestros proveedores con el cumplimiento de los principios de Abastecimiento responsable, promoviendo prácticas que fomenten el desarrollo sostenible en la cadena de suministros.



Inversión social corporativa

Brindar beneficios a las comunidades donde operamos

Los programas de inversión social corporativa que respaldamos están orientados a promover el desarrollo del espíritu empresarial, potenciar el impacto social de nuestra "Cadena de Valor" y mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operamos.



Derechos humanos

Respetar los Derechos Humanos

Tenemos políticas claras y firmes en materia de derechos humanos que aseguran el pleno disfrute y cumplimiento de las garantías inherentes al respeto de la dignidad de la persona humana que se extienden a toda nuestra cadena de valor.



VIH/SIDA

Contribuir a la reducción del sida

El medio más eficaz para combatir el sida es la prevención, por eso nuestra meta es educar a nuestros colaboradores, sus familias, los integrantes de las cadenas de suministros y las comunidades donde operamos para reducir sus efectos en nuestras áreas de influencia.



Transparencia y ética

Ser transparentes y éticos al informar sobre nuestro progreso

Nuestra organización considera la ética como un principio vivencial y una máxima fundamental de nuestro accionar. Por eso, actuamos responsablemente ante nuestra "Cadena de Valor" y nuestros públicos de interés.



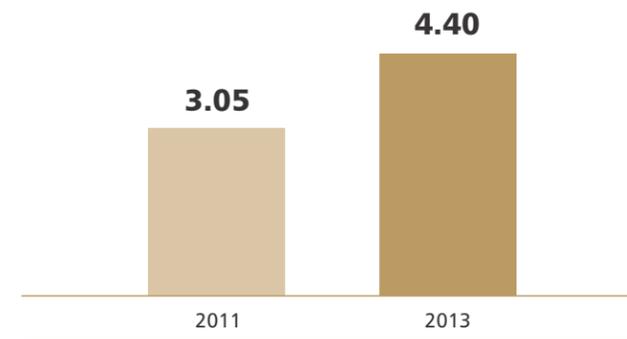


Alcohol

Desalentar el consumo irresponsable del Alcohol

4,756 menores de edad entrenados en programas de prevención para que no consuman bebidas alcohólicas

Nivel SAM



Desalentar el consumo irresponsable de alcohol

Somos conscientes de que la correcta toma de decisiones en relación con el consumo de bebidas alcohólicas es esencial para el prestigio y el éxito de nuestro negocio. Entendemos la responsabilidad que tenemos como comercializadores de cervezas y actuamos en consecuencia.

Regulamos la comunicación comercial y prevenimos el consumo irresponsable de alcohol apegados a las leyes nacionales e internacionales y a nuestros lineamientos de autorregulación.

Adoptamos una serie de conceptos fundamentales respecto del consumo de alcohol para guiar nuestro accionar:

- Respeto al derecho de los adultos de elegir el consumo de bebidas alcohólicas o de optar por no hacerlo.
- Todas las bebidas alcohólicas que se comercializan en una sociedad deben regularse de manera adecuada y efectiva.
- La evidencia estadística revela que los patrones de consumo de alcohol están influenciados por factores culturales.
- La constante medición de las tendencias de consumo, ya que contribuye a identificar patrones nocivos de ingesta, y a adoptar medidas eficaces para reducirlos.
- Gobiernos, productores, personal de salud y otros interesados deben trabajar juntos con mayor vigor para reducir los daños asociados al alcohol ilegal porque este representa una proporción significativa de todo el alcohol consumido en el mundo, sobre todo en países de bajos y medianos ingresos.
- La reducción del uso nocivo de bebidas alcohólicas beneficia a la sociedad y a la industria.

Brindamos información precisa y equilibrada sobre el consumo responsable de alcohol, y dirigimos nuestras marcas solo a personas adultas que han tomado la decisión informada de consumirlas. Promovemos activamente el no consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad y de personas que por razones médicas no deben ingerirlo.

Con base en los conceptos anteriores, promovemos internamente, en los consumidores y en la sociedad en general, una cultura de responsabilidad en relación con el consumo de bebidas alcohólicas, fortalecemos el aprendizaje y la toma de conciencia. Nuestro propósito es desalentar el consumo irresponsable y el no consumo por menores de edad. Para lograrlo trabajamos con base en cinco ejes:

- Fortalecer las políticas y las prácticas de autorregulación de comunicación comercial, investigación de mercados e innovación y desarrollo de nuevos productos.
- Proporcionar información al consumidor para que tome decisiones informadas.
- No consumo por menores de edad.
- Trabajar con los detallistas para promover el consumo y la venta responsable de bebidas alcohólicas.
- Prevenir sobre los peligros que supone conducir cuando se han ingerido bebidas alcohólicas.



¿Cómo lo hacemos?

Con la suma de acciones emprendidas a través de los cinco ejes respondemos a las expectativas que los públicos de interés tienen en torno de los temas de salud relacionados con el consumo irresponsable de alcohol y el no consumo por parte de menores de edad.

Lineamientos de Autorregulación de Alcohol

Los *Lineamientos de Autorregulación de Alcohol* son políticas y posiciones que resumen el compromiso de *Cervecería Hondureña* para promover el consumo responsable. Cada lineamiento se deriva de los principios transmitidos por *SABMiller* a sus operadores en el mundo.

Políticas contenidas en los lineamientos de autorregulación

- Política de autorregulación de la comunicación comercial
- Política de investigación de mercados
- Política de consumo de alcohol para empleados

Si requiere ver mayor información sobre todas las políticas visite las páginas 36 y 37 del "Reporte de Sostenibilidad 2010-2011".

Política de autorregulación de la comunicación comercial. Establece estándares mínimos para la comunicación en televisión, radio, prensa, mensajería de texto, Internet y redes sociales. Estas últimas se incluyeron recientemente durante el período de cobertura de este reporte.

Los estándares también consideran empaques, promociones, colocación de producto, patrocinios y desarrollo de portafolios de nuevos productos. Capacitamos en esta Política de comunicación comercial e investigación de mercados al 100% de las agencias de publicidad y de medios digitales con las cuales trabajamos, además, ellas deben comprometerse a respetar estos lineamientos en la comunicación comercial.





Política de investigación de mercados. Establece que las bebidas alcohólicas solo sean consumidas por personas con edad legal para hacerlo. En la investigación de mercado no participan personas con edades inferiores a la establecida por ley para el consumo de bebidas alcohólicas.

Política de consumo de alcohol para empleados. Precisa niveles de comportamiento adecuado en relación con el consumo de bebidas alcohólicas. En la Empresa trabajamos para que cada colaborador esté capacitado y actualizado en los *Lineamientos de Autorregulación de Alcohol*. Cuando concluye la capacitación, los participantes firman un compromiso que los acredita como "embajadores del consumo responsable". Durante el período de cobertura del presente reporte capacitamos y actualizamos al 100% de los colaboradores de la Compañía.

Como comentábamos en el reporte anterior creamos un *Comité interno de autorregulación de alcohol* con la finalidad de asegurar el cumplimiento de las políticas y de los lineamientos que aplican las leyes nacionales vigentes en relación con el consumo de alcohol. La consolidación del trabajo del Comité, validado mediante auditorías externas por organismos como Fundahrse, permitió mejorar el desempeño de la *Prioridad Alcohol*. Pasamos del 3.05 de nivel SAM del anterior reporte al 4.40 en el actual.

Proporcionar información al consumidor para la toma de decisiones informadas.

Para cumplir con este eje mantenemos sitios web como www.hablemosdealcohol.com

En el sitio se educa a las personas y se les motiva para que tomen decisiones informadas sobre el consumo de alcohol. Se enuncian mensajes concretos, por ejemplo: no beba y conduzca; el alcohol y el ejercicio no se mezclan. Se muestra, de forma interactiva, la relación existente entre cuerpo y alcohol; se habla del consumo de alcohol en situaciones sociales; se exponen mensajes orientadores para padres y se mantienen foros de discusión con participación de expertos, entre una serie de acciones que contribuyen a crear una cultura de consumo responsable del alcohol.

Para comentarios, consultas y sugerencias respecto a este tema:



2545-1111
800 - 2545-1111



[www.cerveceriahondurena.com/
consumo-responsable/mercadeo-responsable](http://www.cerveceriahondurena.com/consumo-responsable/mercadeo-responsable)

Evitar el consumo por parte de menores de edad

Para cumplir con el propósito de prevenir el consumo de cerveza por menores de edad, mantenemos alianzas estratégicas con públicos de interés para fortalecer los programas orientados a menores de edad y a miembros de la comunidad.



Programa Integral de prevención para no consumo en menores de edad

A través de nuestra alianza con la ONG Glasswing Internacional, implementamos el programa integral de prevención para no consumo de alcohol por menores de edad y el consumo responsable en adultos. Este programa incluye tres áreas de participación: centros escolares, comunidad y comercial.

Participación en centros escolares:

Descúbrete, programa que ejecutamos por medio de Glasswing Internacional, ONG dedicada a trabajar con menores de edad para brindarles herramientas que contribuyan a su desarrollo y potencien sus capacidades de liderazgo.

El objetivo de Descúbrete es tratar integralmente la prevención del consumo de alcohol por menores de edad. Se desarrolla en centros escolares donde se instruye a adolescentes, en edades entre los 12 y 14 años, sobre los riesgos asociados al consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad. Triplicamos el número de menores de edad capacitados a través de Descúbrete con respecto al período de cobertura del reporte anterior.

Participación en la comunidad:

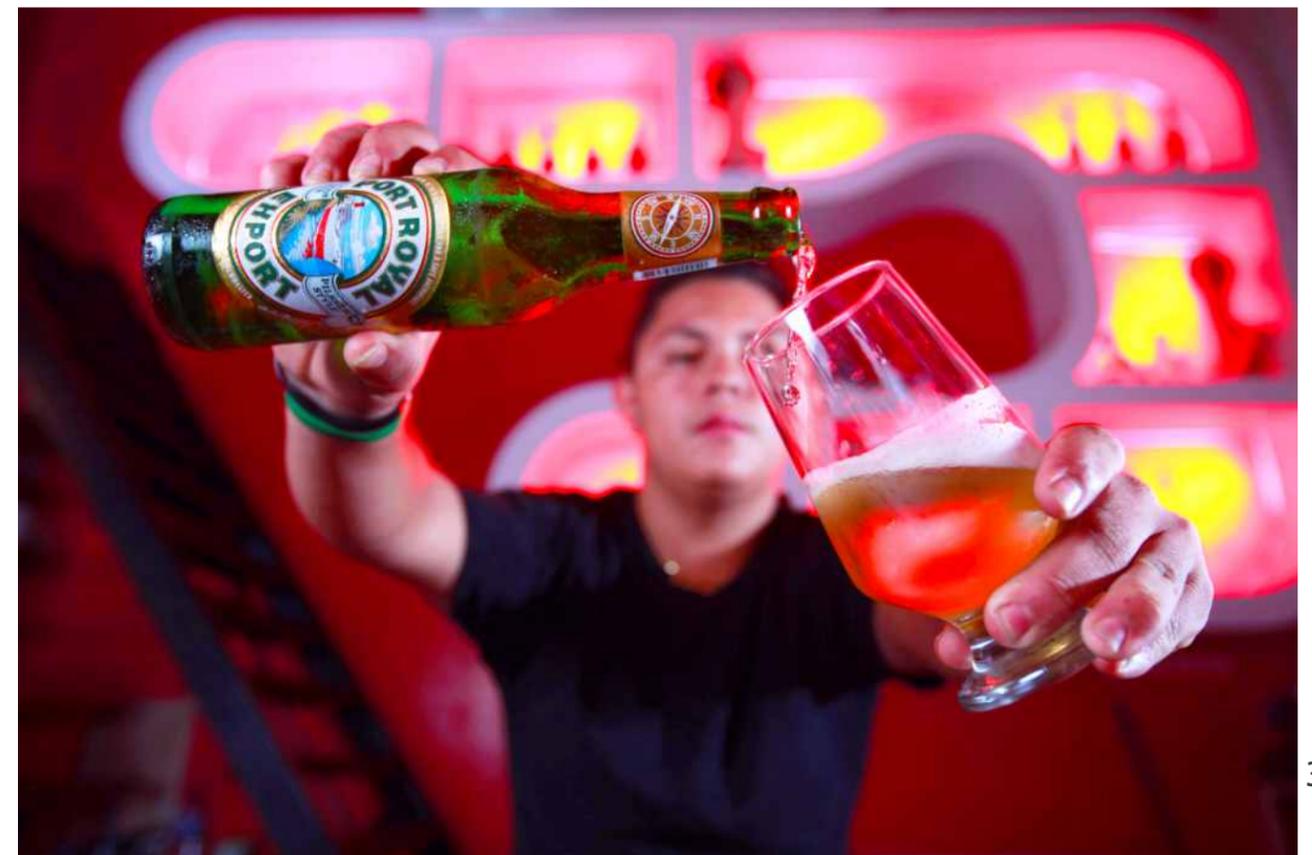
Además, participamos en las comunidades para capacitar

a los ciudadanos, tanto en el tema del consumo responsable de los adultos como en la prevención de consumo de alcohol de los menores de edad.

Participación comercial:

La cultura de responsabilidad que contribuimos a crear se extiende también al área comercial a través del programa Training for Intervention Procedures (TIPS). Este programa educativo se desarrolla a partir de un abordaje preventivo; se dirige a detallistas, y tiene como objetivo promover el consumo y la venta responsable.

Capacitamos a los dueños y a los empleados de estos locales para fomentar una cultura de responsabilidad frente al consumo de alcohol, y promovemos el respeto a las leyes que prohíben la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.



Saca el padre que llevas dentro

La campaña *Saca el padre que llevas dentro*, aquí no vendemos cerveza a menores de edad, se desarrolla en alianza con el Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia (Ihadfa). Su propósito es sensibilizar a los adultos mediante campañas divulgadas por los medios masivos de comunicación, materiales informativos impresos sobre los efectos que el alcohol puede producir en los menores de edad y la función que como detallistas, padres de familia o ciudadanos comunes deben asumir para prevenir la venta y el consumo de alcohol entre los menores de edad.

Para mayor detalle visite: www.sacaelpadre.com



Contribuimos a la seguridad vial con nuestros programas de prevención y educación

Se han emprendido acciones tendientes a contribuir con la sociedad hondureña en el mejoramiento de las prácticas de seguridad vial mediante la implementación de programas de prevención y educación.

Constantemente buscamos las mejores formas de prevenir los efectos y los riesgos del consumo irresponsable de alcohol, de ampliar los programas educativos existentes en torno al tema para elevar el grado de consciencia.

El programa de seguridad vial *Conduce tu Vida* fue creado con el propósito de apoyar programas de prevención de accidentes de tránsito, inducir conductas responsables sobre la seguridad vial y concientizar a la población sobre las principales causas de accidentes viales en Honduras. Para cumplir ese objetivo Cervecería Hondureña trabaja en conjunto con la Policía Nacional a través de la Dirección Nacional de Tránsito y el Instituto Hondureño de Formación Profesional (Infop), y desarrolla una importante campaña en medios masivos de comunicación. Entre los componentes del programa está la "Unidad de diagnóstico móvil", que se ubica en puntos estratégicos durante la realización de actividades comunales. En ella los ciudadanos son atendidos por técnicos del Infop, quienes realizan revisiones básicas a los vehículos mientras los beneficiados reciben información sobre principios de seguridad vial por medio de presentaciones audiovisuales.

Apoyo para prevención de accidentes

El Programa de seguridad vial *Conduce tu Vida*, apoya a las autoridades de tránsito en la prevención de accidentes durante las épocas de mayor congestión vial en el país: Navidad y Semana Santa; las capacitaciones a conductores o interesados en el *standmóvil* y las contribuciones a campañas como Navidad Segura y Verano Seguro constituyen una clara forma de contribuir a la seguridad vial.

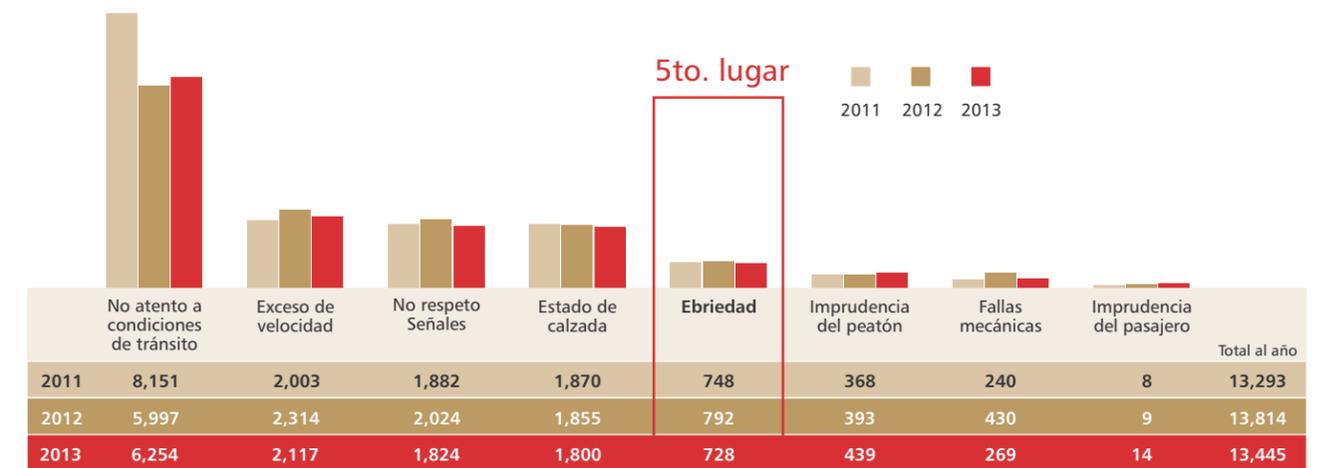
Alcohol
Resultados relevantes en formación y capacitación

- 100%** de colaboradores entrenados y actualizados en lineamientos de autorregulación del consumo de alcohol
- 4,576** menores de edad capacitados a través del programa Descúbrete
- 322** detallistas capacitados a través del programa TIPS
- 647** miembros de la comunidad capacitados en la prevención de consumo de alcohol por menores de edad, y en el tema del consumo responsable de los adultos

Datos correspondientes al cierre de marzo 2013



Principales causas de accidentes de tránsito en Honduras



Hacemos donativos a la Comisión Nacional para la Prevención de Accidentes (Conapra) para apoyar su labor, le hemos entregado: boquillas, alcoholímetros, volantes, mantas, agua y otros materiales utilizados en operativos de control, prevención y asistencia vehicular en períodos de alta circulación.

Alcohol
Resultados relevantes en prevención y seguridad vial

8,332 personas capacitadas en principios de seguridad vial, desde el inicio del programa *Conduce tu Vida* en 2011.

2,604 vehículos revisados desde el inicio del programa *Conduce tu Vida*, en 2011.

Datos correspondientes al cierre de marzo 2013



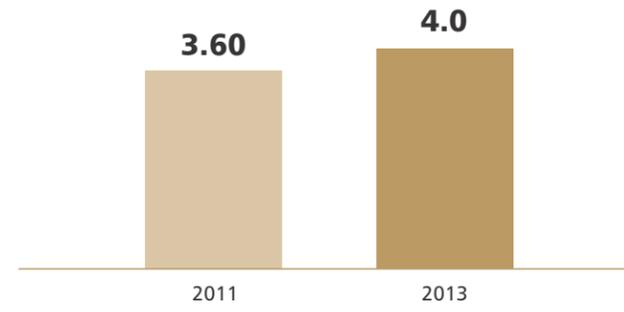


Agua

Producir más usando menos Agua

10.8% de reducción en nuestro consumo de agua

Nivel SAM



Nuestro desafío: Producir más, con menos agua

El agua es nuestra principal materia prima y constituye un recurso que protegemos y valoramos. Nuestras plantas de refrescos y cervezas redujeron su consumo de agua de 13.8 (*) a 12.3 (**) millones de hectolitros. Este dato representa un mejoramiento significativo en el uso eficiente del agua: 10.8%. Esa eficiencia en el uso del líquido en nuestras plantas pasó de una relación de 2.24 (*) a 2.03 (**) hectolitros de agua para producir un hectolitro de bebida.



Desempeño por planta

La planta de refrescos elevó su eficiencia en el uso de agua en un 9.5 %, y mejoró la de cervezas en un 20.6 %.

Los resultados obtenidos permitieron alcanzar una relación de 3.38 hectolitros de agua por hectolitros de bebida (HL/HL) en cerveza, y de 1.80 en refrescos.

(*) De abril 2011 a marzo 2012 (**) De abril 2012 a marzo 2013

¿Cómo lo hacemos?

Para alcanzar estos logros han sido claves tres elementos:

- Clara aplicación de los procedimientos internos relativos al consumo de agua.
- Mayor conciencia en nuestros colaboradores en torno al uso del agua.
- Fuertes inversiones de capital en las líneas de producción.

El 100% del agua consumida es captada en el circuito interno de pozos. El 49% del agua extraída es el ingrediente principal de nuestros productos. El porcentaje restante después de ser utilizado en los procesos industriales es canalizado a la moderna Planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR), antes de ser descargado en el río de Piedras.

En el período de cobertura de este reporte, como parte de los compromisos para mejorar el nivel de eficiencia en el uso de agua, instalamos una planta de reciclaje que capta el efluente previamente tratado en la PTAR, y mediante procesos de nano y ultra filtración lo potabiliza con el objetivo de retornarlo y utilizarlo en procesos secundarios.

Los procesos secundarios son: generación de vapor, limpieza de pisos y riego de jardines. El agua reciclada en este proceso nunca entra en contacto directo con el producto ni con el empaque primario. La cantidad de agua reciclada es de 993.381.5 HL, lo que equivale al 8% del agua total utilizada por la empresa.



Los 5.3 millones de hectolitros de agua tratados en la PTAR que se descargan en el río mantienen el equilibrio biológico en el ecosistema, según se ha medido a través de la Demanda química de oxígeno (DQO) y la Demanda biológica de oxígeno (DBO), y colabora con la protección del manto acuífero de la zona.

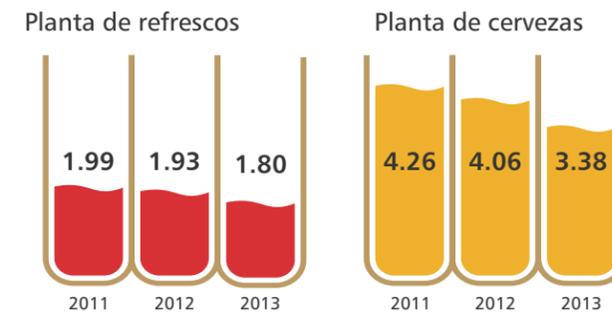
Los niveles de DQO en las aguas retornadas equivale, en promedio, a 35.7 mg/L (miligramos por litro). Este valor cumple el requerimiento de la norma nacional que tiene un valor límite de 200 mg/L. El nivel de remoción llegó al 99.2% del total identificado.

En lo referente al DBO, se mantiene un promedio de 8.86 mg/L, este valor cumple la norma nacional que establece un valor límite de 50 mg/L en DBO.

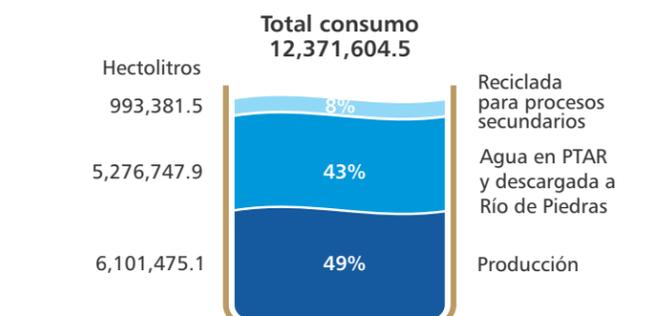
Un beneficio adicional de la operación de la PTAR es la generación de energía por biogás, situación que se comenta en las páginas 42 y 43 de este reporte, sobre la Prioridad de Energía.

El aprovechamiento del biogás para la generación de vapor permite, además, reducir en 100% las emisiones de metano a la atmósfera, el metano es 26 veces más dañino que el CO₂ como causante del efecto invernadero. (Ver páginas 47 y 48 del reporte anterior).

Eficiencia en el consumo de agua HL agua/HL bebida



Consumo de agua, 2013 Hectolitros, %



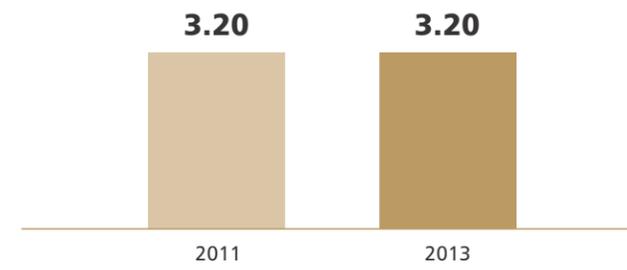
CO₂ Energía

Reducir nuestra huella de Carbón y Energía

Aumentamos en 14%

la generación de biogás, cifra que representa un 5% de la matriz energética de la empresa

Nivel SAM

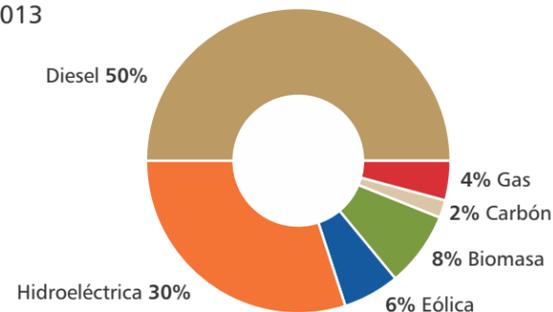


Significativa reducción en nuestra huella de energía

En Honduras la distribución de electricidad se realiza por medio de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica que obtiene la mayor cantidad de energía de fuentes no renovables.

La energía limpia o renovable, basada en fuentes hidroeléctricas y de cogeneración (biomasa), representaba el 39% de la matriz energética del año 2010. En la medida en que se ha incrementado la generación eólica el porcentaje ha aumentado a un 44% (Gráfica 1).

Gráfica 1. Matriz energética de Honduras 2013



Fuente: CEPAL. (2013), México.

La utilización eficiente de la energía en nuestros procesos productivos nos ha permitido reducir la huella ambiental. La innovación e inversión en equipos de última tecnología ha modificado nuestra propia matriz energética. Como resultado de este esfuerzo mejoramos el uso de energía renovable en un 7% con respecto al reporte 2010-2011: consumimos un 30% de energía eléctrica por cogeneración obtenida a través de la conversión del bagazo de caña proveniente de la subsidiaria Azunosa en energía limpia, y autogeneramos un 5% de energía a partir del biogás. Gráfica 2

La eficiencia energética de las plantas permitió un ahorro del 7%. El porcentaje equivale a 19 millones de mega joules (MJ), cifra que es similar al consumo de 52,777 hogares utilizando 100 kilowatts hora (kwh) al mes.



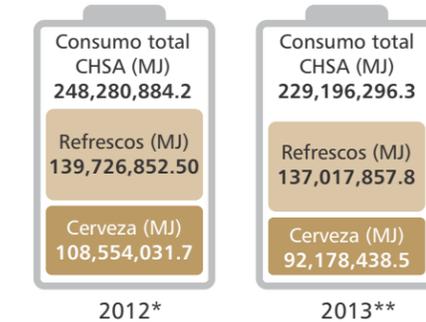
Gráfica 2. Matriz energética Cervecería Hondureña



Fuente: CHSA - Azunosa



Cuadro 1. Consumo de energía eléctrica (Año, plantas, mega joules)



* De abril 2011 a marzo 2012 ** De abril 2012 a marzo 2013

El aumento del 14% en la generación de biogás ha sido muy importante en la reducción de la huella de carbón. Gráfica 3. El biogás representa, en este período, el 5% de la matriz energética de la Empresa.

La emisión de gases efecto invernadero como el dióxido de carbono (CO₂) se redujo en un 3%, pasó de 3.65 kilogramos (kg.) hectolitros(CO₂/HL) de bebidas producidas en el período 2012 (*) a 3.54 kg. CO₂/HL al cierre del presente reporte. Esto significa que dejamos de emitir 920,747kg. de CO₂ al ambiente.

¿Cómo lo hicimos?

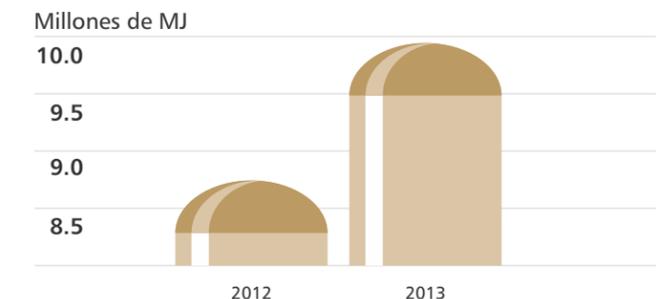
Las acciones tendientes a mejorar la eficiencia en el consumo de energía y a reducir las emisiones se basaron en las inversiones hechas en nuevas tecnologías:

- ECA (agua electroquímicamente activada). Cervecería Hondureña fue la primera empresa ligada a SABMiller donde se implementó esta tecnología. Gracias a esta iniciativa nos consideran referentes para otras plantas del grupo debido al alto desempeño y al doble impacto de la reducción en el consumo en energía y agua.
- Sistema de recuperación de energía por vapor en el proceso de cocimiento.
- Regulación de las condiciones del sistema de refrigeración en el proceso de elaboración de cervezas.

Adicionalmente realizamos un análisis exhaustivo del consumo energético por área, mediante intervenciones muy concretas que han tenido resultados claramente visibles: en la planta de cervezas se alcanzó una mejora en la eficiencia energética del 15%, y de 1% en refrescos. (Ver cuadro de uso de energía en mega joules. Cuadro 1.)

El ahorro de la planta de cervezas y de la de refrescos, en conjunto, fue del 7%, valor que ya produce beneficios ambientales y económicos. En la planta de cervezas se ahorraron 16.4 millones de mega joules y, en la de refrescos, 2.7 millones de mega joules.

Gráfica 3. Consumo de Biogás MJ



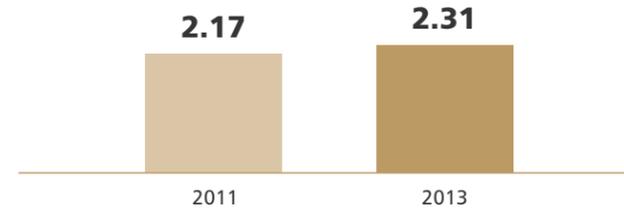


Empaque

Trabajar en la reutilización y reciclaje

Con el uso de envase de vidrio retornable generamos menos desperdicios y redujimos las emisiones de CO₂ (dióxido de carbono) a la atmósfera.

Nivel SAM



Trabajar en la reutilización y reciclaje

Hemos avanzado en la reducción de nuestra huella ambiental. Los logros en el mejoramiento de los empaques de nuestros productos, además de la reutilización y el reciclaje, posibilitan que desarrollemos responsablemente la gestión de nuestra cadena productiva.

La reducción en el peso de los empaques, el uso de materiales reciclables o biodegradables en su elaboración, y el apoyo a proyectos de reciclaje contribuyen a disminuir la cantidad de desechos sólidos que emitimos.

Mejoramos el envase PET y, en consecuencia, redujimos en un 6% el uso de resina, además, disminuimos en un 25% el uso de metal en las tapas-coronas.

¿Cómo lo hicimos?

Evolucionamos hacia un moderno sistema de empaque para beneficiar al ambiente: mantuvimos la calidad de los productos y protegimos la salud de los consumidores.

Aligeramiento en empaques PET

Se redujo el peso de las botellas no retornables (PET) lo que permitió disminuir en un 6% la resina empleada en este tipo de empaques.

Aligeramiento en empaques en tapas-coronas

Con el uso de la tecnología Low Gauge redujimos el peso de las tapas-coronas utilizadas como parte del empaque de las bebidas que producimos. Con esa técnica logramos disminuir los desechos en un 20%. Como la materia prima de esta tapa es el acero, el aligeramiento reduce su peso y, además, se utiliza menos metal lo que minimiza el impacto ambiental.



Promovemos el uso en empaques de vidrio retornable

Con el uso de empaques retornables (vidrio) generamos beneficios económicos para el consumidor y el ambiente debido a que utilizamos menos energía, generamos menos desperdicios y reducimos las emisiones de CO₂ (dióxido de carbono) a la atmósfera.

Reciclar, reutilizar

Las botellas de vidrio contienen hasta un 15% de material reciclado, las latas de aluminio, hasta un 80% de aluminio reciclado; y el 80% de las cajas donde se distribuyen nuestros productos son fabricadas con 100% de material reciclado.

Mantenemos el intercambio de empaques secundarios con nuestros proveedores y reutilizamos en un 100% los contenedores de tapa-corona y preforma. Además, el 100% de las bolsas donde se empaqueta el azúcar son 100% retornables.

De acuerdo con estas iniciativas nos hemos comprometido a impulsar programas de reciclaje post-consumo con el involucramiento de las comunidades y de otros públicos interesados.

(Ver Green Island Project, pag. 52 de la prioridad de Inversión Social Corporativa).



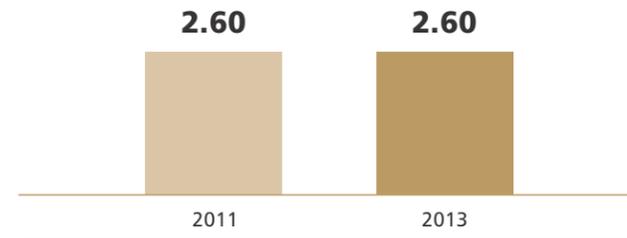


Desechos

Enfocar nuestras operaciones hacia el Cero Desperdicio

1,439 toneladas
de residuos dejaron de afectar al ambiente

Nivel SAM



Orientamos nuestras operaciones hacia el cero desperdicio

Trabajamos por alcanzar la meta de cero desperdicio para contribuir al equilibrio ecológico, para crear bienestar social y eficacia en nuestras operaciones.

La clasificación de los residuos está asociada a las características de la producción y al objetivo de utilizar racionalmente los recursos y las materias primas con las que trabajamos.

Ocho de cada diez toneladas de desechos generados en Cervecería Hondureña son separados, clasificados y reciclados como parte de nuestra cultura de protección al ambiente.

¿Cómo lo hacemos?

Mantenemos nuestra meta de reducir los desechos desde el momento en que se producen hasta su destino final para utilizarlos, ya sea reduciéndolos, reutilizándolos o reciclándolos. El peso de los residuos, al final del año fiscal F13, fue de 16,279 toneladas, cifra que representó una reducción de 3,716 toneladas con respecto al reporte anterior.

El porcentaje de material reciclado aumentó de 73.7%, en el período anterior, a 77% en el presente reporte.

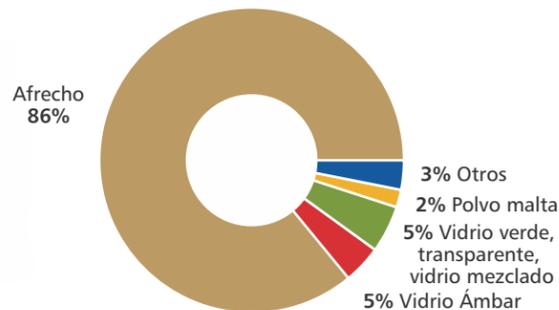
En cuanto a la producción de cervezas el mayor producto residual es el afrecho, y se vende a productores de ganado vacuno y porcino.

En la planta de refrescos el vidrio transparente es el principal material reciclado.

El manejo de estos residuos lo realiza personal especializado que utiliza equipo adecuado para cumplir con ese propósito. Los aceites y lubricantes desechados se envían a Cementos del Norte, S.A. (Cenosa), que los utiliza como combustible en las calderas de los hornos productores de cemento. También redujimos el porcentaje de materiales peligrosos de nueve a ocho toneladas con respecto al período anterior.

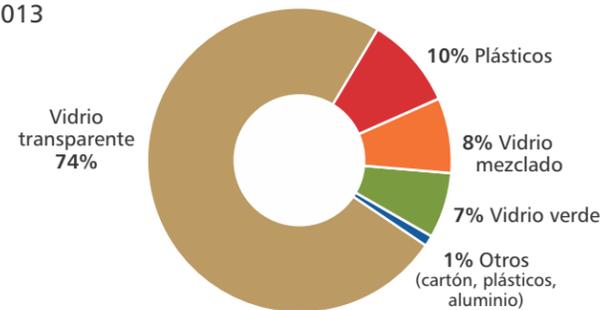
Reciclado de planta de cervezas

2013



Reciclado de planta de refrescos

2013

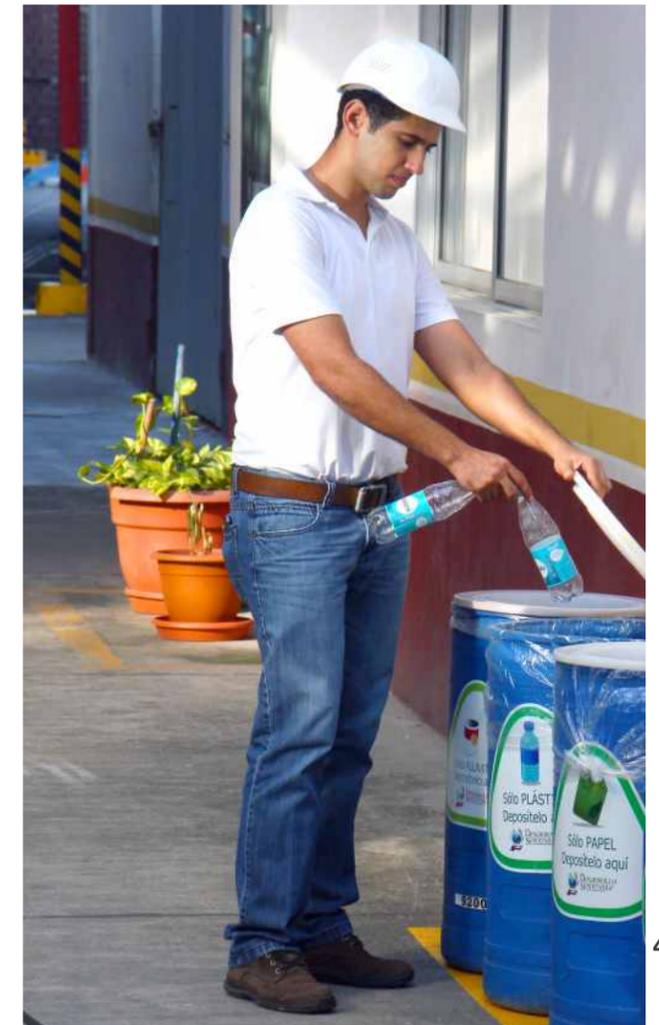


Generación de desechos (en toneladas)
Cervecería Hondureña
2013

	2011	2013	Total
Desechos reciclados	14,734.00	12,458.00	27,192.00
Desechos comunes	5,252.93	3,813.70	9,066.63
Desechos peligrosos reciclados	9.07	8.11	17.18
Total	19,996.00	16,279.81	36,275.81
% reciclado	73.70	77.00	

En el periodo comprendido entre el 2011 y el 2013 el envío de desechos al botadero municipal se redujo en un 27%, cifra equivalente a 1,439 toneladas de residuos que no afectaron el medio ambiente. La planta de tratamiento de agua residual es el mejor ejemplo del trabajo orientado hacia el cero desperdicio.

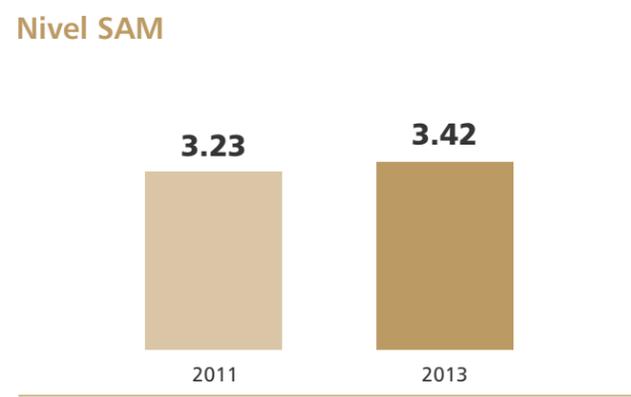
El manejo de los efluentes generados sigue un proceso de tratamiento que sobrepasa los estándares exigidos por las leyes nacionales. El agua, una vez tratada, es utilizada en procesos secundarios tales como: generación de vapor, limpieza de pisos y riego de jardines; y el biogás generado se utiliza para la producción de vapor en la planta de cerveza. (Si desea mayores detalles sobre el manejo de efluentes visite las páginas 40 y 41 de la Prioridad Agua de este documento y las páginas 52 y 53 del reporte anterior).





Cadena de abastecimiento
Desarrollar Cadenas de Suministro que reflejen nuestros valores

82%
de nuestros proveedores son nacionales



Extendemos la RSE a nuestra cadena de abastecimiento

El aporte que realizamos en la "Cadena de abastecimiento" es evidente y medible. Con la compra de bienes y servicios para la gestión del negocio logramos un considerable impacto económico y social que contribuye directamente al desarrollo empresarial de micro, pequeños y medianos proveedores locales.

Incentivamos el empleo nacional al generar oportunidades de negocios para proveedores comprometidos con los principios de la Compañía, y sostenemos con ellos relaciones comerciales de alto rendimiento y largo plazo. Estimulamos el mercado nacional de bienes y servicios al privilegiar las compras locales, pues seis de cada diez lempiras correspondientes a las compras realizadas son invertidos en Honduras.

Cervecería Hondureña selecciona a sus proveedores con base en prácticas justas y responsables: sus decisiones y volúmenes de compra tienen un claro y positivo impacto en Honduras.

La "Cadena de abastecimiento" está respaldada por el prestigio, solidez y seguridad de Cervecería Hondureña, una empresa comprometida con el crecimiento empresarial de sus proveedores.



¿Cómo lo hacemos?

Generadores de riqueza. Las compras que realizamos favorecen el desarrollo de nuestra "Cadena de Valor". Las compras totales representaron 7,026 millones de lempiras, de las cuales el 56% correspondieron a compras nacionales. En la actualidad contamos con un total de 2,233 proveedores de los cuales 1,842 son hondureños y representan el 82.5% del total de los abastecedores.

Apoyo a proveedores. Implementamos un proceso de asistencia gerencial para proveedores: por medio de auditorías internas cada proveedor seleccionado realiza un auto-diagnóstico con base en el cual se genera un plan de acción monitoreado por el "Departamento de suministros" de la Compañía a fin de asegurar que cumple con la ley y los principios de nuestra empresa.

El proceso de abastecimiento responsable es evaluado por una "Auditoría de Tercera Parte" realizada por Fundahrse. Para auditar se utiliza la metodología de Sedex Members Ethical Trade Audit (Sedex), que ha servido para evaluar ocho de las empresas que integran la "Cadena de Valor" de la Compañía en Tegucigalpa y San Pedro Sula.



Impactos en la economía hondureña

Origen de Proveedores Porcentajes



Compras a proveedores

(Dic. 2013, Millones de lempiras)



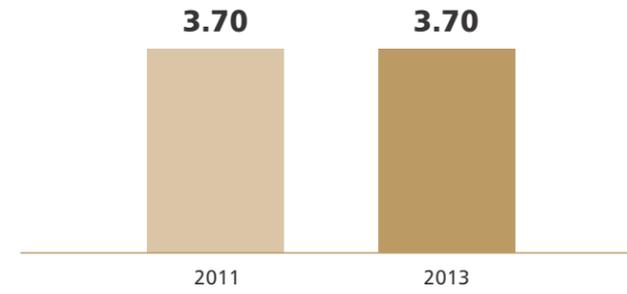
Fuente: Cervecería Hondureña. Supply Chain.

Inversión social corporativa

Brindar Beneficios a las Comunidades en las que operamos

Nos orientamos hacia el apoyo estratégico y sostenible de los programas económicos, sociales y ambientales de las comunidades locales.

Nivel SAM



Brindar beneficios a las comunidades donde operamos

La "Inversión Social Corporativa" de Cervecería Hondureña se administra con base en un enfoque de crecimiento auto sostenible de largo plazo mediante el cual ejecutamos acciones de "Responsabilidad Social Empresarial" (RSE), y proporcionamos respuestas a las expectativas y preocupaciones de los públicos de interés para generar oportunidades de progreso y mejorar la calidad de vida comunitaria.

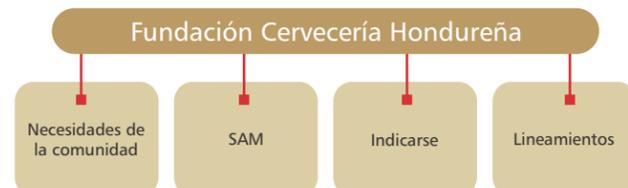
La administración del portafolio de los proyectos de Inversión Social Corporativa se realiza a través de la "Fundación Cervecería Hondureña".

La Fundación trabaja con base en cuatro pilares identificados en la consulta hecha a los públicos de interés de la Organización:

- Apoyo a emprendedores y Mipymes
- Gestión de agua
- Reciclaje
- Calidad de vida comunitaria

Para revisar las consultas a los públicos de interés ver materialidad páginas 28 y 29 del presente reporte.

Los programas se ejecutan de acuerdo con las necesidades de la comunidad, los lineamientos y las políticas de la Empresa, la "Matriz de Evaluación de la Sostenibilidad" (SAM), e "Indicarse" (métrica centroamericana de RSE).



Promovemos el desarrollo empresarial y el emprendedurismo potenciando el impacto socioeconómico de nuestra "Cadena de Valor".

L12 millones
en Inversión Social Corporativa.

Durante el período de cobertura del presente reporte implementamos un portafolio de programas de Inversión Social Corporativa tendiente a profundizar nuestra huella ambiental y comunitaria.



Apoyo a emprendedores y Mipymes

Impulsamos el desarrollo empresarial de los detallistas y proveedores que integran nuestra "Cadena de Valor". Con programas como *Comprometidos con Tu Futuro* (CCTF) hemos venido mejorando el desempeño de la gestión de sus negocios y los beneficios que proveen a la sociedad hondureña gracias al fortalecimiento de sus emprendimientos.

Comprometidos con tu Futuro estimula el desarrollo empresarial creado para mejorar el desempeño y la rentabilidad de los detallistas -pulperías/merenderos/mercaditos- y proveedores integrados a nuestra "Cadena de Valor".

El programa permite tutelar el proceso de integración de los detallistas y proveedores a la filosofía y los valores de la Empresa.

CCTF favoreció a 79 detallistas y a 30 proveedores quienes, a través de la metodología Aprender-Haciendo, prepararon un diagnóstico y un plan de negocios para sus empresas, con acompañamiento de facilitadores y consultores altamente capacitados.

La formación permitió a los asistentes recibir información sobre ética, liderazgo, responsabilidad social, mercadeo, servicio al cliente, costos, procesos y administración de proyectos. Colateralmente se apoyaron iniciativas directamente asociadas a los intereses de los participantes.



Los indicadores y resultados del éxito de CCTF permiten a los empresarios conocer nuevas y mejores prácticas empresariales:

- 100% de los empresarios elaboraron su plan de negocios y definieron su visión y misión.
- 100% de los empresarios mostraron interés por continuar invirtiendo, ampliar operaciones y formalizar sus negocios.
- Los empresarios mejoraron su contabilidad y redefinieron su estructura de costos y punto de equilibrio.
- Se instruyó sobre nuevas formas de promoción: desde las tradicionales tarjetas de presentación hasta el uso de redes sociales y el correo electrónico.

Gestión de agua

Contribuimos a la conservación de las fuentes de agua con actividades de reforestación, educación ambiental (especialmente de jóvenes estudiantes), asesoría técnica para productores locales y, puntualmente, con acciones de protección de las cuencas de la cordillera del Merendón, donde se abastecen los acuíferos que nos surten. Lo anterior se ejecuta mediante las siguientes acciones:

- **Proyecto Merendón:** su misión es el diseño e implementación de actividades comunitarias que contribuyan al manejo de la cuenca del río Manchagua. Durante el período de cobertura de este reporte se capacitamos 40 productores de la zona en temas de protección de la cuenca, y se apoyaron las brigadas contra incendios.
- **World Wildlife Fund (WWF):** en 2009 establecimos con esta fundación una relación de trabajo conjunto que hemos continuado desarrollando con el fin de alcanzar metas comunes en función del manejo integrado de las cuencas que drenan al arrecife mesoamericano en Honduras a través del Proyecto Merendón.



Contribución a proveedores y detallistas

Fortalecemos las capacidades administrativas de proveedores y detallistas dándoles a conocer los valores y principios que rigen en Cervecería Hondureña

30 | 79
proveedores | detallistas

capacitados en San Pedro Sula y Tegucigalpa durante 2012 -2013



- **Premio Nacional del Ambiente Cervecería Hondureña:** creado en 1994, en conjunto con la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente (Serna), con el propósito de reconocer el mérito y el esfuerzo de personas naturales y jurídicas que han contribuido con sus iniciativas y su trabajo a beneficiar y proteger el medio ambiente.
- **Vivero tropical:** produce anualmente alrededor de 150,000 plantas para proyectos de reforestación en comunidades, cuencas y áreas recreacionales. Cada año capacitamos a 400 jóvenes para fortalecer una cultura de protección al ambiente.
- **Parques lineales y Vereda tropical:** establecidos como un beneficio ambiental y comunitario; tienen como propósito la reforestación y el ornato de las áreas degradadas para convertirlas en parques comunitarios en los bordes de los ríos de San Pedro Sula. Alrededor de 360,000 lempiras son invertidos anualmente con el objetivo de dotar a las comunidades de áreas de esparcimiento.
- **Bosque para el Futuro:** proyecto de compensación ambiental establecido en los alrededores de El Progreso, norte de Honduras. Las veinte hectáreas del bosque están cultivadas con especies maderables. El resultado: más oxígeno y el mantenimiento de una barrera ecológica que delimita la zona de cultivo de caña del área comunal.



Reciclaje

En alianza con organizaciones ambientales y gobiernos locales, implementamos iniciativas para el cuidado del ambiente por medio del reciclaje en centros escolares, comunidades y centros turísticos donde colocamos recipientes para la clasificación de residuos. Impartimos charlas educativas y facilitamos material informativo para promover la cultura del reciclaje.

- **Green Island Project, Islas de la Bahía.** Gracias a este proyecto hemos recolectado, desde el año 2007 hasta marzo del 2013, más de 1.4 millones de libras de plástico; 446,000 libras en el último año, destinadas al reciclaje. En el programa han colaborado cerca de 3,000 jóvenes estudiantes y voluntarios que han participado en las campañas de concientización ambiental. Para el ecosistema de la isla, *Green Island Project* representa un impacto positivo en la protección del arrecife de coral y en la biodiversidad marítima del área.



Calidad de vida comunitaria

Nos acercamos a las comunidades donde operamos para conocer sus necesidades y apoyarlas estimulando la autogestión a fin de que ellas mismas procuren su crecimiento.

Iniciativas como la *Campaña contra el Dengue* permitieron crear conciencia sobre las causas que provocan la enfermedad, a 10,661 pobladores de la colonia Guadalupe, barrio Las Brisas, y a cinco centros escolares ubicados dentro de estas zonas de San Pedro Sula. Además, con el apoyo de la comunidad realizamos jornadas de limpieza y fumigación.

Impartimos también, durante ese período, talleres de manualidades a mujeres emprendedoras.

Apoyamos a través de "Buckner", ONG dedicada al desarrollo de las familias del país, la construcción y el equipamiento de una cocina en la escuela Sinaí del barrio Las Brisas, donde 70 niños reciben su merienda.

Colaboramos con los vecinos de la Colonia Guadalupe en la construcción del parque de su comunidad. El Parque surge tras un acercamiento con las autoridades municipales y los pobladores de la colonia pues, en reuniones de consulta, expresaron su deseo de contar con un lugar que favoreciera el sano esparcimiento de niños, jóvenes y adultos.

Brindamos educación de calidad y erradicamos el trabajo infantil en la subsidiaria Azunosa.

La escuela Azunosa atiende a 105 niños con un 97% de logro académico. La inversión anual en el sostenimiento de este proyecto es de 2.3 millones de lempiras.

Apoyamos programas para promover beneficio a las comunidades:

- **Programas Sociales Municipales (PSM):** operado por la esposa del alcalde de la ciudad de San Pedro Sula, con la que se trabajó en conjunto para desarrollar 18 parques lineales en las márgenes de los ríos Piedras, Blanco y Bermejo. Con el apoyo de escuelas, sector privado y diferentes organizaciones se reforestaron y tornaron en un lugar ambientalmente agradable que mejora la calidad de vida de los pobladores.
- **Fundación Ruth Paz:** una alianza de más de 40 años nos ha permitido contribuir con los eventos sociales que realiza la Fundación para recaudar fondos en favor de los niños quemados. Patrocinamos el bingo y damos un aporte anual en favor del Hospital de Niños Quemados y Cirugía Pediátrica.
- **Teletón:** desde su fundación hemos dado un importante apoyo a esta gran obra de amor del pueblo hondureño en favor de nuestros compatriotas con capacidades diferentes.
- **Hogar de Niños Emanuel:** institución sin fines de lucro creada en 1974 con el objetivo de atender a niños en situación de riesgo social. El Hogar trabaja con una metodología de reforzamiento escolar desde preparatoria hasta secundaria, que se apoya mediante el patrocinio mensual de la Fundación Cervecería Hondureña.

Casos de Éxito

Hechos que narran cómo el apoyo de “Cervecería Hondureña” ha añadido valor y progreso a su comunidad, detallistas y proveedores.

Denia Yaneth Calderón

Madre de familia
Colaboradora Merienda Escolar

Para Denia, madre de dos hijos, involucrarse en la Merienda Escolar que la Fundación Buckner patrocina en la Escuela Evangélica Sinaí significa servir a su comunidad y a su hijo Manuel Rivera, estudiante de sexto grado de este centro educativo, ubicado en colonia Las Brisas, San Pedro Sula.

Denia colabora con entusiasmo en la preparación de la Merienda Escolar hace cuatro años, participación que le permitió a su hijo optar por una beca en la institución educativa, beneficio que reciben todos los apadrinados por la Fundación Buckner.

Para Denia, el entusiasmo fue mayor cuando la Fundación Cervecería Hondureña donó el 80% del capital para la construcción de la cocina en la escuela. La colaboración de la Fundación Cervecería Hondureña despertó en ella y en otras 43 madres voluntarias una enorme motivación para continuar prestando sus servicios y provocar sonrisas en más de 50 niños beneficiados por el programa.

“Me siento contenta de que instituciones como Fundación Cervecería Hondureña compartan con nosotros y, mejor aún, colaboren con la nutrición en las escuelas”, comentó Denia.

Así como Denia, otras madres de familia agradecen el impulso brindado por Fundación Cervecería Hondureña, que contribuyen con sus acciones a transformar las comunidades.

“He aprendido a valorar más lo que está en mi entorno. Ahora todas las madres nos conocemos, trabajamos por la nutrición de nuestros hijos en la escuela y, con el aporte de Fundación Cervecería Hondureña, elaboramos cómodamente y distribuimos comida dentro de la escuela”, puntualizó.

Martha Torres

Pollos Martita
Detallista

El deseo de superación de Martha Torres fue la razón que la impulsó a fundar “Pollos Martita”. El negocio inició con solo tres mesas en un local pequeño ubicado en Tegucigalpa. Con el paso del tiempo la historia empezó a cambiar. A medida que el negocio prosperaba nuevos miembros de la familia de doña Martha se incorporaron a la administración, entre ellos, su hija Nora, quien inicialmente desconocía el arte culinario.

“Al ver a mi mamá en dificultades por enfermedades tuve que ir aprendiendo a hacer las cosas”, recuerda Nora como anécdota de aquellos tiempos cuando el negocio empezaba a crecer junto con las dificultades administrativas.

En ese momento “Pollos Martita” fue seleccionado dentro de los detallistas integrantes de la “Cadena de Valor” para participar en *Comprometidos con tu Futuro* (CCTF), y el programa empezó a establecer la diferencia en la vida y en el negocio de doña Martha y de su hija Nora.

Poco a poco Nora comprendió la importancia de realizar mejoras en la imagen del negocio, en la calidad del servicio y de los alimentos para atraer y retener clientes. Uno de los módulos de capacitación que Nora recibió fue el relacionado con las herramientas de mejora del control contable del negocio, donde aprendió a separar los gastos del negocio de los del hogar, a determinar la rentabilidad de su operación y a mejorarla.

Las herramientas de capacitación de CCTF también brindaron beneficios a los clientes del establecimiento pues podían disfrutar de un mejor ambiente y de mayor calidad y calidez en el servicio.

José Bernardo Castellón y Cristina Olliva

Pulpería Marvin
Detallista

José Bernardo Castellón y Cristina Oliva son los fundadores de “Pulpería Marvin”, localizada en la colonia 28 de Marzo de Tegucigalpa. Todo empezó cuando Cristina se embarazó de su hijo Marvin y decidió dejar el empleo para dedicarse a su cuidado.

Entre tanto, a José se le ocurrió la idea de distribuir pan en las pulperías de la zona. Comenzó con un capital semilla de veinte lempiras. Poco a poco la clientela fue creciendo. La distribución aumentó y llegó a distribuir 200 bolsas diarias con una caja en el hombro. Posteriormente adquirió una moto y luego un carro para aumentar la capacidad de distribución.

Con el propósito de incrementar los ingresos del hogar, José y Cristina decidieron establecer un negocio en su casa. Con el dinero de las prestaciones de Cristina, compraron una refrigeradora usada pero no les alcanzó para adquirir otra para los “frescos”.

Al ver que la clientela solicitaba el servicio de venta de refrescos, José recurrió a su hermano en busca de un préstamo singular: una caja de Coca Cola 12 onzas.

Debido al crecimiento de las ventas del negocio “Pulpería Marvin” fue incorporado al Club Dorado, programa de reconocimiento a los clientes fieles de los productos de Cervecería Hondureña.

El negocio también fue incorporado al programa CCTF. Mediante las capacitaciones ofrecidas por el programa, José y Cristina obtuvieron conocimientos que les permitieron mejorar la administración de su negocio. Mediante charlas y el acompañamiento de consultores conocieron aspectos relacionados con el control de los ingresos y egresos, la fijación de precios, el conocimiento de la competencia, del mercado donde operan, y la implementación del método de las 5’S para ordenar los productos y recuperar espacio en el local.

Entre los beneficios logrados, José Bernardo dice que entendió que la atención al público es crucial. Por eso amplió la ventana de atención a los clientes y planea reforzar con más personal su servicio en las horas de mayor afluencia de clientes.

Suyapa Zelaya y Martín Sánchez

Agrupación Caribe
Proveedor

Quien haya dicho que el arte no es rentable en Honduras se dará cuenta de que hay historias que prueban lo contrario. La de la pareja de esposos Suyapa Zelaya y Martín Sánchez, por ejemplo, fundadores de Representaciones del Caribe y propietarios de Agrupación Caribe.

Doña Suyapa se encarga de la administración y el mercadeo, y su esposo, de la parte artística y del manejo del grupo en los países donde se han presentado: México, El Salvador, Nicaragua, Guatemala y Honduras.

En 2007 conformaron legalmente su empresa. En el 2009 fueron contratados por Cervecería Hondureña para amenizar eventos. Después de que la Agrupación fue seleccionada para participar en CCTF recibió capacitación sobre la forma en que podían mejorar la calidad de sus presentaciones.

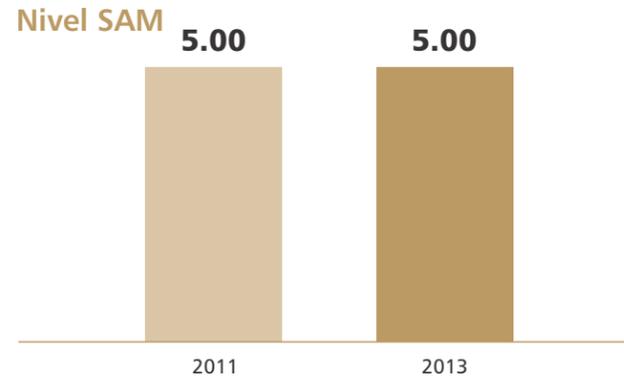
Suyapa y Martín explican que con lo aprendido en estrategias de mercadeo elaboraron un video de sus distintas presentaciones y un catálogo con fotografías de sus espectáculos. Actualizan constantemente sus funciones e integran a su repertorio ritmos de salsa, merengue, “reggae”, cumbia y bolero. Además, han cambiado los uniformes para elevar la calidad visual de sus presentaciones.

Martín se mostró agradecido con Cervecería Hondureña por haberlos incluidos en CCTF, programa que los preparó para desarrollar el nuevo esquema de trabajo de Agrupación Caribe. “Sin duda vemos con optimismo el futuro”, puntualizó.



106 colaboradores

han asumido la función de líderes facilitadores para la prevención del VIH/SIDA



Acciones consistentes nos definen como referentes en la lucha contra VIH/SIDA

Nos enorgullece haber alcanzado la calificación más alta del sistema de medición del desempeño SAM de las empresas SABMiller alrededor del mundo. El mérito se debe a que adquirimos el compromiso de establecer la diferencia en la prevención del VIH/SIDA, y cumplimos como empresa socialmente responsable.

Estamos seguros de que trabajando en equipo, en alianza con los públicos de interés, se puede prevenir la enfermedad. Colaboradores, instituciones médico-sociales, hospitales y organizaciones no gubernamentales conformamos un bloque que promueve acciones preventivas.

Contribuimos a la prevención y promovemos la **No discriminación**

¿Cómo lo hacemos?

Ferias y campañas educativas e informativas

Mediante la educación e información constante sobre el tema creamos conciencia sobre la importancia que tiene la prevención en nuestros colaboradores, sus familias y en las comunidades donde habitan. La concientización es un método eficaz para evitar nuevos contagios, promover un trato digno y evitar la discriminación de las personas que padecen la enfermedad.

El primero de diciembre, Día Mundial de la Lucha contra el VIH/SIDA desarrollamos, actividades orientadas a la prevención y al fomento de la solidaridad con las personas afectadas.

Programamos anualmente ferias de salud, campañas informativas y de apoyo clínico emocional, así como la realización de actividades diversas: diagnósticos rápidos, distribución de preservativos, información a las empleadas embarazadas entre otros.



No discriminación

La prioridad VIH/SIDA está dirigida a la prevención y a la no discriminación de personas portadoras o que hayan contraído la enfermedad. En caso de presentarse pruebas positivas, se respeta la privacidad y la confidencialidad de los pacientes para que la unidad médica y psicológica conduzcan la atención y provean apoyo clínico. Brindamos respaldo y colaboramos en la compra de los medicamentos necesarios para el tratamiento de las personas afectadas.



Voluntariado

En consecuencia, gracias a nuestra política y actitud hacia la enfermedad, 106 colaboradores se han integrado a un programa de voluntariado y han asumido el rol de facilitadores en los procesos de capacitación.

Todos los participantes en este programa de líderes asumen un compromiso activo en la prevención y concientización sobre el tema, por eso se capacitan en lo relativo a la enfermedad y sus características, formas de prevención, vías de contagio y asistencia que debe recibir una persona que haya contraído la enfermedad. Cabe destacar que una vez finalizada la capacitación son certificados por la Región Metropolitana de Salud Pública.

En Tegucigalpa, doce integrantes de la Empresa fueron acreditados para este fin por la Región Sanitaria Metropolitana de Salud.



Jardín de la solidaridad

Fundación Cervecería Hondureña construyó el Jardín de la Solidaridad por iniciativa de la Fundación Llaves (Ilanto, valor y esfuerzo), en alianza con los Programas Sociales Municipales (PSM) y la Unidad de Parques y Bulevares de la Municipalidad de San Pedro Sula. Ubicado en el bulevar del norte de San Pedro Sula, al oeste de la Vereda Tropical, el Jardín fue acondicionado con el objetivo de que su punto focal fuera el símbolo mundial de la lucha contra el VIH/SIDA (un listón rojo) así como el monumento a la solidaridad y al vínculo fraterno.





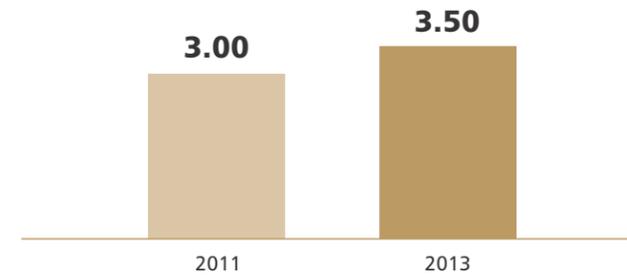
Derechos humanos

Respetar los Derechos Humanos

100% colaboradores

están informados de nuestra política de Derechos Humanos y un total de 165 proveedores conocen su alcance

Nivel SAM



Respeto absoluto a los Derechos Humanos

Tenemos políticas definidas y claras en relación con el respeto de los Derechos Humanos. Si requiere mayor información visite las páginas 64 y 65 del "Reporte de Sostenibilidad 2010-2011".

Apegados a nuestra Política de Derechos Humanos, respetamos y promovemos los siguientes principios:

- Libertad de asociación y reconocimiento del derecho de los pactos colectivos.
- Prohibición del trabajo forzoso y obligatorio.
- Abolición del trabajo infantil.
- Intolerancia a la discriminación.
- Un ambiente de trabajo seguro y saludable.
- Garantía, al empleado, de seguridad industrial y salud ocupacional.
- Reconocimiento del impacto en las comunidades donde operamos.
- Fomento de las relaciones con proveedores que comparten los valores de la Cervecería Hondureña, y cumplen con sus actividades de negocios de manera responsable.
- Establecimiento de beneficios sociales acompañados de salarios justos y competitivos.

Si desea ampliar este tema visite las páginas 26 y 27 de este reporte.

Realizamos una observación activa y damos seguimiento a las inquietudes de nuestros públicos de interés. Estos principios nos han permitido sostener una relación ética y transparente con ellos. Para actuar en consecuencia brindamos todas las garantías exigidas por la ley y cumplimos con las buenas prácticas. (Lo invitamos informarse sobre la forma en que consultamos a nuestros públicos en "Materialidad" páginas 28 y 29).

La importancia que otorgamos a los Derechos Humanos nos permitió elevar nuestro puntaje en SAM, pasó de 3 a 3.5 al cierre del período de cobertura de este reporte.

En las categorías de Salud y Seguridad contamos con programas orientados a la prevención y la atención primaria en alianza con el Instituto Hondureño de Seguridad Social. Por la coherencia y concordancia con nuestra política de Derechos Humanos, hemos implementado programas como Escuela de Espaldas y Honduras luchando contra la Diabetes del Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), además, estamos trabajando en la problemática de VIH/SIDA.



El enfoque de negocios de Cervecería Hondureña es coherente con los principios que promueven los Derechos Humanos por lo que fortalecemos, mediante acciones concretas, nuestro compromiso interno con el personal, y brindamos soluciones acordes con la realidad, justas, consistentes y oportunas.

La importancia otorgada a la temática de Derechos Humanos resultó, en el período de cobertura del presente reporte, en un incremento de puntaje de 3 a 3.5 en la Matriz de Evaluación de la Sostenibilidad (SAM). El mejoramiento está respaldado por auditorías internas y externas.



Lo que hicimos para avanzar

- Capacitar a un total de 165 proveedores en nuestra Política de Derechos Humanos.
- Informar a todo el personal (100%) sobre la Política de Derechos Humanos y la atención de quejas.
- Capacitar en la temática a 74 miembros del personal de seguridad.
- Formar, en temas de Derechos Humanos a cien niños y jóvenes hijos de nuestros colaboradores, en la escuela Azunosa.
- Corroborar, a través de las auditorías externas de partes interesadas, el cumplimiento de la Política de Derechos Humanos, en las operaciones directas e indirectas de la Compañía.
- Respetar la libre asociación de los colaboradores, hasta la fecha hemos firmado 16 contratos colectivos.
- Realizar estudios de accesibilidad para personas con capacidades especiales dentro de las instalaciones.
- Mantener presencia en el programa Honduras luchando contra la Diabetes, del IHSS.



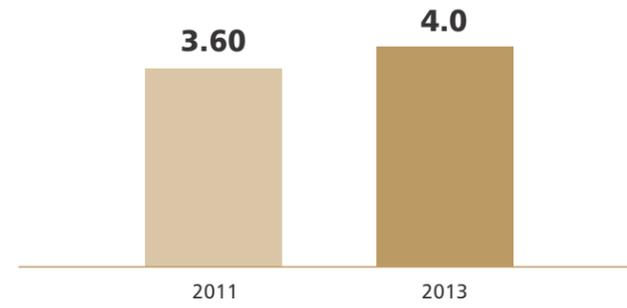
Transparencia y ética

Ser transparentes y éticos al informar sobre nuestro progreso

1,632 colaboradores

han sido capacitados en temas de transparencia y ética

Nivel SAM



La cultura de transparencia se fundamenta en el Programa de Ética y en la Política Antisoborno

Cervecería Hondureña tiene una sólida reputación como compañía de éxito, y es admirada y respetada por sus logros. Durante casi un siglo se ha forjado una imagen positiva, y se ha enfocado en el manejo ético de su gestión, en su actuación responsable ante la "Cadena de Valor" y el público de su interés. Para Cervecería Hondureña la ética es una máxima fundamental que orienta todo nuestro quehacer.

En el periodo 2012 - 2013, continuamos con el desarrollo del programa destinado a los colaboradores para promover la cultura y los principios éticos que nos enorgullecen como organización, y lograr que ellos se los apropien. Realizamos la capacitación por medio de metodologías participativas, y contamos con la presencia de 1,632 colaboradores, lo que representó un 97% de la meta propuesta. El tema central fue la Política de ética y anti-soborno y enfatizamos en que: "La ética y la honestidad son principios fundamentales, y tanto los colaboradores como las personas relacionadas con la empresa tienen el deber de cumplirlos"

En Cervecería Hondureña es esencial entender y aplicar las normas anti soborno así como respetar los principios del Código de Ética para salvaguardar la reputación, honestidad e integridad de la Compañía y preservar, en el largo plazo, el bienestar que generamos. Todos los colaboradores tienen a disposición la Política de ética y anti-soborno de Cervecería Hondureña en la red interna de la Empresa.



¿Cómo lo hacemos?

Línea ética: en nuestros canales de comunicación recibimos reportes relativos al incumplimiento ético. Un total de 77 mensajes fueron atendidos de manera oportuna, 75 de ellos, que representan un 97%, fueron investigados, y la empresa ejecutó acciones correctivas. Los dos casos restantes estaban en proceso de investigación cuando se cerró el período reportado en este informe.



98%

Actualización de declaraciones sobre conflictos de interés realizadas por los colaboradores.

97%

De resoluciones emitidas según el total de casos expuestos.

Canales de comunicación*

Tanto los reportes de conductas no éticas, como las consultas son atendidos a través de las siguientes líneas de comunicación:

Teléfono 800- 2545-1414 desde el exterior o en la extensión interna 4111 para los colaboradores.

Correo electrónico: linea.etica honduras@ca.sabmiller.com
Correo para consultas: preguntas.etica honduras@ca.sabmiller.com

Veinte buzones ubicados en puntos estratégicos en todo el país.

*Un proveedor externo recoge trimestralmente la información contenida en estos buzones y la remite al Comité de Ética.

Confidencialidad: generamos un clima de confianza para que los públicos de interés reporten cualquier situación que viole nuestros principios éticos, y para evitar que esos hechos se generalicen. Garantizamos la privacidad y protegemos al informante si el reporte se realiza de buena fe y sobre la base de dudas razonables.

Identificación de los conflictos de interés: cuando existe un interés personal directo o indirecto que puede interferir en el desempeño de los deberes de la Compañía, emprendemos acciones tendientes a reducir la exposición de los colaboradores a estas situaciones.

Hemos actualizado el 98% de las Declaraciones de conflicto de interés reportadas por los colaboradores.



Parte 3: Anexos



Verificación Externa



INFORME DE VERIFICACION EXTERNA

A los públicos de Interés de Cervecería Hondureña S.A

Introducción

La Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresaria FUNDAHRSE es una organización del sector privado de Honduras y miembro stakeholder del Global Reporting Initiative. Creada en el 2014 cuenta con un código de ética a fin de asegurar altos estándares de transparencia e integridad con el fin de prevenir posibles conflictos de interés. FUNDAHRSE en su carácter de verificador externo ha tenido bajo su cargo conducir el proceso de análisis del Reporte de Sostenibilidad 2012-13 de Cervecería Hondureña S.A. para la cual se implementó una serie de técnicas de evaluación.

Alcance de la verificación

La función principal de FUNDAHRSE fue proporcionar una declaración de veracidad sobre la información vertida en el Reporte de Sostenibilidad 2012-13 de acuerdo con los requisitos de los estándares internacionales de:

- Guía GRI-4
- Sustainability Assesment Matrix de SABMiller (SAM)

Con tal sentido se definió una metodología siguiendo el proceso de GRI-4 y que incluyó la revisión del contenido del presente reporte, los datos de contenidos básicos y específicos, los documentos sectoriales asociados y los que están acorde con la metodología de SABMiller.

A dicha declaración de veracidad se agrega la opinión externa e independiente de GLOBESCAN sobre el análisis de Materialidad y a la calidad de información vertida por la alta Dirección de Asuntos Corporativos de Cervecería Hondureña y su equipo técnico.

La información verificada descansa a las operaciones de Cervecería Hondureña S.A. y a los datos de base proporcionados por las subsidiarias de Azucarera del Norte S.A., AZUNOSA y Plásticos Industriales Hondureños S.A., PLIHSA.

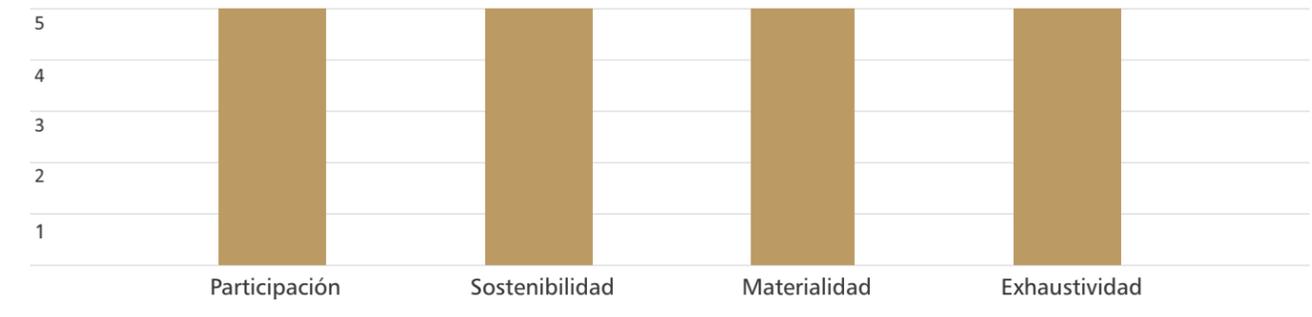
Metodología empleada

FUNDAHRSE verificó la consistencia de la información con base a los principios para determinar contenidos de memoria GRI-4 y para ello se recurrió a la verificación de la documentación relevante y pertinente provista por Cervecería Hondureña, las entrevistas a personas claves para la generación de los indicadores, acceso a los registros de historias y testimonios, visita a los sitios de trabajo, análisis de los documentos sectoriales y muestreo de los principales indicadores de desempeño de la organización. Se anexa la tabla correspondiente con el detalle de la metodología para la verificación de los indicadores.

Conclusiones

Basado en el trabajo de verificación se ha concluido que el Reporte de Sostenibilidad 2012-13 de Cervecería Hondureña S.A. se ha realizado cumpliendo el criterio "in accordance" con la guía para la elaboración de reportes de sostenibilidad de GRI-G4. El siguiente gráfico refleja el nivel de aplicación de los principios establecidos por los estándares internacionales utilizados. **En el mismo se observa la alta aplicación de los principios que permiten considerar el reporte de Sostenibilidad de Cervecería Hondureña S.A. en la opción Exhaustiva de los Reportes GRI-G4.**

Nivel de Aplicación de los Principios GRI-G4



Aspectos destacados

- Se verifica la utilización de los esquemas normativos del GRI-G4
- Se destaca la presencia de la herramienta de SAM SABMiller como referente de la gestión de desarrollo sostenible de la organización.
- Se observa la alta profundidad en el uso de la materialidad y de la metodología consistente de la agencia externa.
- Una evolución en el uso de los indicadores a partir de la anterior evaluación de GRI A+ Third party Check alcanzado en el Reporte 2010-2011.
- Voluntad permanente y sostenida de escuchar a los públicos de interés.

Áreas de mejora

- Fortalecer la gestión de la sostenibilidad reforzando la capacidad y conocimiento del Gobierno Corporativo.
- Integrar el uso de la norma ISO 26000 y de los Indicadores de RSE (INDICARSE) al enfoque de sostenibilidad de la organización.
- Profundizar en el modelo de negocios de Cervecería Hondureña S.A. a partir de la gestión de los impactos y en donde mida, reduzca y compensen dichos impactos.
- Evaluar la integración de las 10 prioridades en el esquema de tres dimensiones del Desarrollo Sostenible.
- Fortalecer el desarrollo de la gestión de RSE en la cadena de valor a partir de los tres temas de materialidad identificados: Salud del consumidor, calidad de vida comunitaria, emprendedores y MIPYMES.

San Pedro Sula, 20 de marzo del 2014

ROBERTO LEIVA
DIRECTOR EJECUTIVO FUNDAHRSE

Tabla de Indicadores de desempeño GRI- 4

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Generales		
Contenidos básicos generales	Página/ respuesta	Verificación Externa
Estrategia y Análisis		
G4-1: Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4-5	✓
Perfil de la organización		
G4-2: Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades	28-29, 34-39, 50-53,51,54-55,48-49	✓
G4-3: Nombre de la organización.	7-8	✓
G4-4: Principales marcas, productos y servicios.	18-21	✓
G4-5: Localización de la sede principal de la organización.	8	✓
G4-6: Número de países en los que opera la organización.	7-8	✓
G4-7: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	8	✓
G4-8: Mercados servidos.	20-21	✓
G4-9: Dimensiones de la organización.	27	✓
G4-10: Desglose de empleados de la organización.	26-27	✓
G4-11: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	26	✓
G4-12: Descripción de la cadena de valor de la organización.	49	✓
G4-13: Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de valor de la organización.	8. No han existido cambios significativos	✓
G4-14: Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	4-5,30	✓
G4-15: Principios o programas económicos, sociales y ambientales desarrollados externamente.	30-31	✓
G4-16: Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	9	✓
Aspectos materiales y Cobertura		
G4-17: Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización.	Sabmiller, Annual Report 2013 p.90	✓
G4-18: Proceso de definición del contenido y cobertura del Reporte.	contratapa	✓
G4-19: Listado de aspectos materiales.	28	✓
G4-20: Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización.	28-29	✓
G4-21: Cobertura de los aspectos materiales fuera de la organización.	28-29	✓
G4-22: Efecto de la reexpresión de información de reportes anteriores.	contratapa	✓
G4-23: Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance y cobertura del Reporte.	contratapa	✓
Participación de los grupos de interés		
G4-24: Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	29-31	✓
G4-25: Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	29-30	✓
G4-26: Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	29-30	✓
G4-27: Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	29-31	✓

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Generales		
Contenidos básicos generales	Página/ respuesta	Verificación Externa
Perfil del Reporte		
G4-28: Periodo cubierto por la información contenida en el Reporte.	contratapa	✓
G4-29: Fecha del Reporte anterior más reciente.	contratapa	✓
G4-30: Ciclo de presentación de reportes.	contratapa	✓
G4-31: Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	contratapa	✓
G4-32: Nivel alcanzado, Tabla GRI de indicadores y referencia a la verificación externa del Reporte.	contratapa	✓
G4-33: Política y práctica sobre verificación externa.	contratapa	✓
Gobierno Corporativo		
G4-34: Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	25	✓
Ética e Integridad		
G4-56: Declaraciones de misión, valores y códigos de conducta.	9	✓

✓ Verificado. Ver Informe de Verificación Independiente en páginas 64 y 65

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos				
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa
Temas de salud (Medios de comunicación)	Desarrollo Sostenible SAM	28-29, 34-37, 56-57		Globescan FUNDAHRSE
Calidad de vida comunitaria (Gobierno)	Desarrollo Sostenible SAM	28-29, 50-53		Globescan FUNDAHRSE
Apoyo a emprendedores y Mipymes (Público en General)	Desarrollo Sostenible SAM	28-29, 50-51, 54-55		Globescan FUNDAHRSE

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos					
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
Desempeño económico	Enfoque de gestión	4-7,30-33		✓	
	G4-EC1 Valor Económico Generado y distribuido	20-21, 6, 12-13		✓	
	G4-EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debidos al cambio climático	12-13		✓	
	G4-EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidos a programas de beneficios sociales	4, 40-47		✓	
	G4-EC4 Ayudas financieras recibidas de gobiernos		Cervecería Hondureña no ha recibido ayudas financieras del Gobierno durante el período 2012-2013	✓	

✓ Verificado. Ver Informe de Verificación Independiente en páginas 64 y 65

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos					
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO ECONÓMICO					
Presencia en el mercado	Enfoque de gestión	4-7,30-33		✓	SAM
	G4-EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por genero en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	26-27		✓	
	G4-EC6 Proporción de los altos directivos procedentes de la comunidad local en operaciones significativas	24-25		✓	
Impactos económicos indirectos	Enfoque de gestión	4-7,30-33		✓	
	G4-EC7 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para el beneficio público	40-41, 47,50-51		✓	
	G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos y su alcance	6, 21, 40-49, 50-55		✓	
Prácticas de Contratación	Enfoque de gestión	4-7,30-33		✓	
	G4-EC9 Proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en operaciones significativas	4,48-49		✓	
DESEMPEÑO AMBIENTAL					
Materiales	Enfoque de Gestión	14-15, 30-33, 40-41		✓	SAM
	G4-EN1 Materiales utilizados por peso y volumen	20, 40-41		✓	
	G4-EN2 Porcentajes de materiales que son valorizados	20, 40-41		✓	
Energía	Enfoque de Gestión	14-15, 30-33, 42-43		✓	
	G4-EN3 Consumo de energía dentro de la organización	42		✓	
	G4-EN4 Consumo energético externo	42		✓	
	G4-EN5 Intensidad energética	42-43		✓	
	G4-EN6 Reducción de consumo de energía	42-43		✓	
	G4-EN7 Reducciones de los consumos energéticos de los productos y servicios	42-43		✓	
Agua	Enfoque de Gestión	14-15, 30-33, 40-41		✓	
	G4-EN8 Captación Total de agua según la fuente	40-41		✓	
	G4-EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	40-41		✓	
	G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y re-utilizada	40-41		✓	
Biodiversidad	Enfoque de Gestión	14-15, 30-33, 40-41, 51-53		✓	
	G4-EN11 Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas que tengan gran valor para la biodiversidad	40-41		✓	

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos					
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO AMBIENTAL					
Biodiversidad	G4-EN12 Descripción de los impactos mas significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios	40-41, 51-53		✓	
	G4-EN13 Hábitats protegidos o restaurados	52-53		✓	
	G4-EN14 Número de especies incluidas en la lista roja de 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.	52-53	No se dispone en el país del recuento de especies en peligro de acuerdo a la UICN	✓	
Emisiones	G4-EN15 Emisiones directas de gases efecto invernadero (Alcance 1)	43		✓	
	G4-EN16 Emisiones indirectas de gases efecto invernadero (alcance 2)	42-44		✓	
	G4-EN17 Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (alcance 3)	46-47		✓	
	G4-EN18 Intensidad de las emisiones de gases efecto invernadero	43		✓	
	G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases efecto invernadero	43		✓	
	G4-EN20 Emisiones de sustancias que agotan el ozono	43,47		✓	
	G4-EN21 NOx, Sox y otras emisiones atmosféricas significativas	41		✓	
Efluentes y residuos	G4-EN22 Vertido total de aguas, según su calidad y destino	40-41, 43		✓	
	G4-EN23 Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	46-47		✓	
	G4-EN24 Número y volumen totales de los derrames significativos		No se han producido casos de derrames durante el periodo 2012-2013	✓	
	G4-EN25 Peso de los residuos transportados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III del convenio de Basilea y porcentajes de los residuos transportados internacionalmente	46-47	No se han producido casos de transportes internacionales de residuos peligrosos en el periodo 2012-2013	✓	
	G4-EN26 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización	40-41,		✓	
Productos y servicios	G4-EN27 Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	32-33, 40-46		✓	
	G4-EN28 Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categoría de productos	46-47		✓	

✓ Verificado. Ver Informe de Verificación Independiente en páginas 64 y 65

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos					
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO AMBIENTAL					
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		No se han producido casos de multas y sanciones por incumplimientos a la normativas ambiental en el periodo 2012-2013	✓	
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	43	No se dispone de una evaluación del impacto ambiental por el transporte de los productos de la empresa. A presentarse en el 2015	✓	
General	G4-EN31 Desglose de los gastos y las inversiones ambientales	6, 12-13, 52		✓	SAM
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	49		✓	SAM
	G4-EN33 Impactos ambientales significativos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas al respecto	49		✓	SAM
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34 Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación		No se han producido casos de reclamaciones ambientales en el periodo 2012-2013	✓	SAM
DESEMPEÑO SOCIAL: Prácticas laborales y trabajo digno					
Empleo	Enfoque de gestión			✓	SAM
	G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	26-27	Dato no disponible en el caso de empleados por región. A presentarse en 2015	✓	
	G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	26-27		✓	
	G4-LA3 Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad desglosado por sexo		Dato no disponible. A presentarse en 2015	✓	
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4 Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	26		✓	
Salud y Seguridad en el trabajo	G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que esta representado en comites formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	56-59		✓	

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos					
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO SOCIAL: Prácticas laborales y trabajo digno					
Salud y Seguridad en el trabajo	G4-LA6 Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región y sexo.	27		✓	
	G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	57		✓	
	G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	58		✓	
Capacitación y educación	G4-LA 9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo o categoría laboral	27		✓	
	G4-LA 10 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	27		✓	
	G4-LA 11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	27		✓	
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA 12 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	24		✓	
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA 13 Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	26		✓	
Evaluación de las practicas laborales de los proveedores	G4-LA 14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	49		✓	
	G4-LA 15 Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las practicas laborales en la cadena de suministros y medidas adoptadas al respecto	48-49		✓	
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA 16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.		No se han producido casos de reclamaciones laborales durante el periodo 2012-2013	✓	
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	58-59		✓	
	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	58-59		✓	
No discriminación	G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	56-57		✓	

✓ Verificado. Ver Informe de Verificación Independiente en páginas 64 y 65

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos						
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores		Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO SOCIAL: Prácticas laborales y trabajo digno						
Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados y medidas adoptadas para defender estos derechos	no aplicable	No se han identificado amenazas a la libertad de asociación	✓	
Trabajo Infantil	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 aplicable	No se han identificado riesgos significativos asociados con la explotación infantil	✓	
Trabajo Forzado	G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajos forzados y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	no aplicable	No se han identificado riesgos significativos de ser origen de episodios de trabajo forzoso.	✓	
Medidas de seguridad	G4-HR7	Porcentaje de personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones	59		✓	
Derechos de la población indígena	G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas	no aplicable	No se han identificado casos de violación a los derechos de pueblos indígenas.	✓	
Evaluación	G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	59		✓	
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	51		✓	
	G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales en la cadena de suministros y medidas adoptadas	46-47		✓	
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	GR-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	no aplicable	No se han identificado reclamaciones de derechos humanos.	✓	
Comunidades Locales	G4-S01	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	34-37		✓	
	G4-S02	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales sobre las comunidades locales	36-39		✓	
Lucha contra la corrupción	G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se ha evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	60-61		✓	
	G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	60-61		✓	

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos						
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores		Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO SOCIAL: Prácticas laborales y trabajo digno						
Lucha contra la corrupción	G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	60-61		✓	
Política Pública	G4-S06	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario	no aplicable	No se han identificado casos de valores en pago de contribuciones políticas.	✓	
Prácticas de competencia desleal	G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas	no aplicable	No se han identificado casos por demandas de competencia desleal durante el periodo 2012-2013.	✓	
Cumplimiento regulatorio	G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	no aplicable	No se han identificado casos de multas significativas durante el periodo 2012-2013.	✓	
Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados por la repercusión social	51, 59		✓	
	G4-S010	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro y medidas adoptadas	58, 59		✓	
Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	no aplicable	No se han identificado casos de reclamaciones sociales durante el periodo 2012-2013.	✓	
Salud y seguridad de los clientes	G4-PR1	Porcentaje de categoría de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	40-41, 44-45		✓	
	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.	no aplicable	No se han identificado casos de incidentes de incumplimiento durante el periodo 2012-2013.	✓	
Etiqueta 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.	38-39		✓	
	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.	no aplicable	No se han identificado casos de incidentes de incumplimiento durante el periodo 2012-2013.	✓	
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	28-29			

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos						
Aspecto material	Enfoque de Gestión e Indicadores		Páginas	Omisiones	Verificación Externa	Acorde con
DESEMPEÑO SOCIAL: Prácticas laborales y trabajo digno						
Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio	no aplicable	No se han identificado casos de venta de productos prohibidos o en litigio.	✓	
	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios, relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	no aplicable	No se han identificado casos de incumplimiento durante el periodo 2012-2013.	✓	
Privacidad de los clientes	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	no aplicable	No se han identificado casos de reclamaciones durante el periodo 2012-2013.	✓	
Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	Costos de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios	no aplicable	no se han identificado casos de incumplimiento durante el periodo 2012-2013.	✓	

✓ Verificado. Ver Informe de Verificación Independiente en páginas 64 y 65

Tabla con detalle de la metodología para la verificación	
Indicador GRI G4	Verificación Externa - Metodología
Estrategia y Análisis	
G4-1, G4-2	Verificado a través de Cartas de alta dirección, Informe Globescan, informes departamentales
Perfil de la organización	
G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G4-13	Verificado en Reporte, sitio web, documentación empresarial, visita en lugar
G4-10, G4-11	Verificado en Reporte, documentación empresarial
G4-12, G4-14, G4-15, G4-16	Verificado en Reporte, documentación empresarial, Asuntos Corporativos
Aspectos materiales identificados y Cobertura	
G4-17	sitio web
G4-18, G4-19, G4-20, G4-21	verificado en informes de Asuntos Corporativos
G4-22, G4-23	verificado en informes de Asuntos Corporativos
Participación de los grupos de interés	
G4-24, G4-25, G4-26 G4-27	Globescan, Asuntos Corporativos
Perfil del Reporte	
G4-28	verificado en informes de Asuntos Corporativos
G4-29, G4-30	verificado en informes de Asuntos Corporativos
G4-31	verificado en informes de Asuntos Corporativos
G4-32, G4-33	verificado en informes de Asuntos Corporativos
Gobierno Corporativo	
G4-34	verificado en informes de Asuntos Corporativos
Ética e Integridad	
G4-56	verificado en informes de Asuntos corporativos, Ética
Indicador GRI G4	Verificación Externa - Metodología
DESEMPEÑO ECONÓMICO	
G4-EC1, G4-EC2, G4-EC3, G4-EC4, G4-EC9 G4-EC5, G4-EC6	Informes Finanzas, Fundación Cervecería Hondureña, Plásticos Industriales Hondureños S.A., Suministros
G4-EC7, G4-EC8, G4-EC8	Informes Fundación Cervecería Hondureña, Suministros
DESEMPEÑO AMBIENTAL	
G4-EN1--G4-EN34	Informes Departamento Técnico y Ambiente, visita in situ, Azucarera del Norte S.A., Plásticos Industriales Hondureños S.A.
DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	
G4-LA1-, G4-LA16	Informe de Recursos Humanos
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS	
G4-HR1 -G4-HR12	Informe de Recursos Humanos
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD	
G4-SO1, G4-SO11	Informe de Asuntos Corporativos, Ética
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO	
G4-PR1-G4-PR9	Informe de Asuntos Corporativos, Mercadeo

Opinión de nuestros públicos de interés



S-210-2012

Tegucigalpa, M.D.C., 28 de Agosto, 2012.

Licenciado
ROBERTO ÁLVAREZ
 Vicepresidente de Asuntos Corporativos,
CERVECERÍA HONDUREÑA,
 Su Oficina.

Estimado Licenciado Álvarez:

Muchas gracias por su atenta carta de agosto del 2012, donde nos adjunta un ejemplar de la revista "SABMiller Pic, Desarrollo Sostenible, Reporte Abreviado 2012", la que nos parece muy ilustrativa e interesante, ya que por este medio nos enteramos de sus prioridades y de los compromisos que su empresa tiene en primer lugar con el ser humano, y luego pero no menos importante, con el cuidado de nuestro medio ambiente, apoyo a comunidades y en la que también tratan acerca del consumo moderado de alcohol.

Consideramos la consecución de estos resultados como altamente positivos y estamos seguros que ustedes, teniendo como meta el bien común seguirán obteniendo muchos logros para beneficio general.

Sin otro particular, nos suscribimos

M.B.A. WILFREDO CERRATO RODRÍGUEZ
 Secretario de Estado



WCR/emd

www.sefin.gov.hn

Tel. (504) 2222-0112 al 19

Ave. Cervantes, Bo. El Jazmín
Tegucigalpa, Honduras

Instituto Nacional de Formación Profesional
 Del Despacho

Tegucigalpa M.D.C. 23 de Julio del 2012

Oficio No.DE-536-2012

ROBERTO ÁLVAREZ
 Vicepresidente de Asuntos Corporativos
 Cervecería Hondureña S.A.
 Su Oficina

Estimado Sr. Álvarez:

Le expresamos nuestras felicitaciones por las excelentes iniciativas que se generan desde las funciones a su cargo para impulsar la comunicación efectiva de los logros que se van dando en la nación a través de la responsabilidad social de las empresas.

En esta oportunidad y como usted lo solicitó en su nota de remisión de la revista de "CERVECERÍA HONDUREÑA - Reporte de Sostenibilidad 2010 - 2011, le envío nuestros comentarios, apreciaciones y recomendaciones a la revista esperando que contribuyan a reconocer el trabajo realizado, logros alcanzados y a mejorar las publicaciones que a futuro se realicen en este marco de oportunidades para informar e informarse.

Aprovecho la oportunidad para felicitarles e invitarles a continuar haciendo este tipo de esfuerzos y aportes empresariales con responsabilidad social empresarial para la capitalización del desarrollo nacional con equidad para la reducción de la pobreza en la país.

Atentamente,


DAVID CHÁVEZ MADISON
 Director Ejecutivo

Abog. David Chávez Madison
 Director Ejecutivo

Glosario

A continuación encontrará listados por orden alfabético las siglas, conceptos, términos técnicos, abreviaturas y referencias contenidas en el presente reporte:

Emisiones de CO₂: Dióxido de carbono /gas/, emisiones que provienen de la quema de combustibles fósiles y de la fabricación de cemento. Incluyen el dióxido de carbono producido durante el consumo de combustibles sólidos, líquidos, gaseosos, y de la quema de gas. <http://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.PP.GD>

5'S: Técnica de gestión japonesa basada en cinco principios, se denomina así por la primera letra del nombre que en japonés designa cada una de sus cinco etapas: Seiri = seleccionar, Seiton = ordenar, Seiso = limpiar, Seiketsu = estandarizar y Shitsuke = mantener la disciplina.

Desarrollo sostenible: Concepto entendido como "satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las propias", surge a partir de la Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro, Brasil, en 1992, producto del trabajo de la Comisión Brundtland. Naciones Unidas, División de Desarrollo Sostenible: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/csd.htm>

ECA: Electro Chemical Activation (ECA), agua activada electroquímicamente, es la generación de soluciones activadas al pasar una solución diluida de NaCl (Cloruro de Sodio) (Sal) a través una membrana electrolítica.

Esomar: Ente regulador de agencias de investigación de mercado mundial.

F13: Año fiscal de Cervecería Hondureña y subsidiarias de SABMiller, período comprendido entre el 1 de abril del 2012 al 31 de marzo del 2013.

F12: Año fiscal de Cervecería Hondureña y subsidiarias de SABMiller, período comprendido entre el 1 de abril del 2011 al 31 de marzo del 2012.

GRI: Global Reporting Initiative, es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad y más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, mediambiental y social. www.globalreporting.org

Kgs. CO₂/HL: Kilogramos de dióxido de carbono por hectolitros de producción.

Low Gauge: Corona de metal aligerado o de menor peso cuyo diseño permite el uso de una falda más corta y el mantenimiento de la presión interna del producto.

Megajoules (J): Es la unidad del sistema internacional para energía y trabajo. Se define como el trabajo realizado por la fuerza de un newton en un desplazamiento de un metro, y toma su nombre del físico James Prescott Joule. El joules o julio también es igual a 1 vatio por segundo, por lo que eléctricamente es el trabajo realizado por una diferencia de potencial de 1 voltio con una intensidad de 1 amperio durante 1 segundo.

Materialidad: GRI utiliza el término materialidad –"materiality", en inglés- para referirse a aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos sociales, ambientales y económicamente significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. Los impactos se consideraran significativos cuando son lo suficientemente importantes como para necesitar una participación o una gestión activa por parte de la organización. De esta manera deben ser integrados dentro de la estrategia de responsabilidad social o sostenibilidad de la empresa.

PIB: Producto Interno Bruto, cantidad de bienes y servicios producidos en un país durante un año.

PET: Polietilen Tereftalato. El PET es un material caracterizado por su gran ligereza y resistencia mecánica a la compresión y a las caídas, alto grado de transparencia y brillo, conserva el sabor y aroma de los alimentos, es una barrera contra los gases, reciclable 100% y con posibilidad de producir envases reutilizables. Los envases plásticos en los que están contenidas las marcas de Cervecería Hondureña son de material PET.

Público de interés: También conocidos como "stakeholders" o partes interesadas, son definidos como el segmento, grupo de individuos u organizaciones influidas o con posibilidades de ser influidas por el desarrollo de la actividad empresarial y a los que responden las organizaciones de una manera plural.

SAM: "Sustainability Assessment Matrix", "Matriz de Evaluación de Sostenibilidad", unidad de medición del desempeño del desarrollo sostenible de las empresas SABMiller en el mundo. www.sabmiller.com

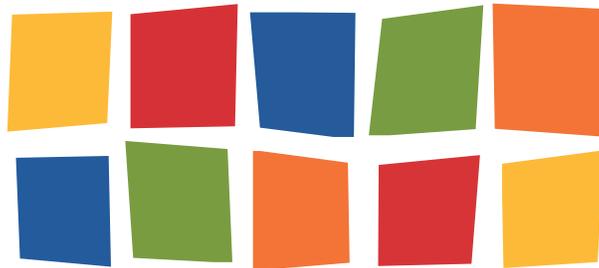
RSE: La responsabilidad social corporativa denominada también responsabilidad social empresarial, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido <http://es.wikipedia.org/wiki/RSE>

Tn.: Abreviatura de tonelada, medida equivalente a mil kilogramos (kg.)

Temas de salud: Problemas de salud relacionados con el consumo nocivo de alcohol, también se refiere a las iniciativas específicas que desarrolla la Compañía para promover una cultura de consumo responsable de alcohol.



Diez Prioridades. Un Futuro.



Desarrollo Sostenible

