



RECONOCIMIENTO LIDERAZGO SOSTENIBLE AMCHAM

- **Nombre de la Práctica:** Un Mensaje en la Botella
- **Descripción de la Práctica:** En el año 2017, Heineken decidió innovar al presentar y comunicar su Reporte de Sostenibilidad, a través del medio de transmisión con el consumidor, la botella. El Reporte se ha denominado en el Mundo Heineken "Un Mensaje en la Botella". Por primera vez en la historia de la compañía, cuya marca es la más reconocida de la industria en el mundo, se presentó el reporte de sostenibilidad junto con los resultados financieros del grupo. Panamá se sumó al desafío para posicionarse como uno de los 54 países que reportaron sus resultados 2016, orientados hacia el cumplimiento de los objetivos globales de Heineken al año 2020. El Mensaje en la Botella consistía en contar la historia en una sola página por país, lo cual nos llevó a tener que sintetizar las acciones a número y resultados concretos, de interés para nuestros stakeholders. La práctica mereció reconocimientos internacionales como el mejor Reporte de Sostenibilidad por su presentación clara y estratégica.
- **Impacto / indicadores:** la Estrategia de Sostenibilidad Heineken, basada en seis pilares se convierte en la base de impacto e indicadores. Lo que medimos es: Ahorro de Agua, Reducción de Emisiones, Abastecimiento Sostenible, Creciendo con las Comunidades, Consumo Responsable y Salud y Seguridad en el Trabajo. De igual forma, cada mensaje en la botella suma un número para alcanzar bajo una misma filosofía a todos los países donde tenemos presencia.
- **Alianzas multisectoriales de la práctica:** Cada pilar presenta distintas alianzas, sin embargo, nuestro pilar de Creciendo con las Comunidades desarrolló una fortaleza importante en el Voluntariado Corporativo, el cual es transversal a todas las demás áreas de la Estrategia. Trabajamos con ANCON en reforestación y conservación de aguas, con la Policía Nacional y Encuentra24.com para Consumo Responsable y Seguridad Vial, con el Hospital Oncológico para Colectas de Sangre, con instituciones como SENADIS y MIVIOT para mejorar el acceso de nuestros colaboradores a los programas institucionales que son beneficio público, con TECHO para construir viviendas de emergencia, entre otros. Nuestra alianza interna es con Asuntos Corporativos Global de Heineken para lograr que nuestras estrategias de sostenibilidad en el mundo tengan relevancia financiera y económica.