

# SIGAMOS *Prosuperando*



INFORME DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2015





---

# SIGAMOS *Prosuperando*



Este es un PDF interactivo.  
Para visualizarlo correctamente, es necesario tener instalado Acrobat Reader  
(enlace para descargarlo:  
<https://get.adobe.com/es/reader/>)

A lo largo de este documento encontrará los siguientes íconos  
que facilitarán su navegación.

|  |   |  |   |   |  |
|--|---|--|---|---|--|
| <br>VER VIDEO | <br>AMPLIAR<br>INFORMACIÓN | <br>PRE - POST | <br>HOME | <br>ENLACE WEB | <br>ENLACE<br>INTERNO |
| Visualizar<br>videos<br>externos   | Contenidos<br>con más<br>información  | Navegación<br>anterior y<br>posterior  | Menú<br>principal   | Enlaces web<br>externos   | Contenidos<br>dentro del<br>documento  |

COORDINACIÓN  
Vicepresidencia de Asuntos Corporativos

ASESORÍA EXTERNA  
Desarrollo Visible

VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE  
Deloitte & Touche Ltda.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN  
Gatos Gemelos Comunicación

CONTÁCTENOS  
[cultura.sostenible@bav.sabmiller.com](mailto:cultura.sostenible@bav.sabmiller.com)

**Para ampliar información sobre nuestra gestión  
de desarrollo sostenible Prosperar, consulte aquí**



<sup>1</sup> Este informe no incluye las operaciones de Bavaria en Panamá, las cuales sí se reportan en los estados financieros e informes de gestión anual que se presentan en la Asamblea de Accionistas.

G4-17

ALCANCE Y COBERTURA:

Este documento cubre la gestión del año 2015 (1º de enero a 31 de diciembre de 2015) para las operaciones de Bavaria S. A.<sup>1</sup>: seis Plantas de producción de cerveza, dos Malterías, Impresora del Sur y la sociedad de transportes TEV.

Su contenido cumple los criterios de la opción Exhaustiva “de conformidad” con la guía Global Reporting Initiative versión G4 (GRI-G4).

Basado en el “Materiality disclosures service”, GRI verifica que en la fecha de publicación del Informe, los indicadores de los Contenidos Básicos Generales G4-17 a G4-27, fueron ubicados correctamente tanto en el Índice de contenido GRI, como en el texto final del Informe.

Constituye la Comunicación de Progreso (COP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Se sometió a proceso de verificación externa, el cual cubrió el ejercicio de diálogo con grupos de interés, el análisis de materialidad y la validación de 67 indicadores Índice de contenido GRI



Este icono señala indicadores GRI importantes para determinar la materialidad y el contenido del presente informe.



Este icono señala los asuntos materiales del presente informe.



UNA INVITACIÓN PARA QUE  
**SIGAMOS**  
*Prosuperando*



Me siento muy orgulloso de presentar el noveno Informe de Desarrollo Sostenible, correspondiente al año 2015, a través del cual evidenciamos la manera como continuamos dejando un legado a Colombia, su gente y su entorno.

Hemos avanzado con nuestras acciones de desarrollo sostenible, enmarcadas en la estrategia Prosperar, la cual nos ha proporcionado una perspectiva común

y un conjunto de imperativos compartidos que le dan un sentido humano y trascendente a nuestro negocio, y nos guía para seguir aportando, decididamente, a la consolidación de un Mundo Próspero, Sociable, Limpio, Resistente y Productivo; aportando, además, al avance de los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa de la cual somos signatarios, y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS Objetivos Globales).

A través de los contenidos, historias e indicadores que presentamos en este informe, queremos compartir nuestros avances y aprendizajes durante 2015, y hacerlos partícipes de nuestra forma de hacer negocios.

Algunos de nuestros resultados más destacados fueron:

- Más de **8.000 tenderos beneficiados** de nuestros programas para mejorar sus ingresos y calidad de vida.
- **5.479 padres de familia**, cuidadores, docentes y tenderos, involucrados en nuestros programas de prevención del consumo de alcohol en menores de edad.
- Más de **1.000 proveedores estratégicos** de nuestra cadena de abastecimiento beneficiados con programas de crecimiento.

- **921 emprendedores** beneficiados con nuestros programas Destapa Futuro, Red de Ángeles Inversionistas, Red de Emprendedores Bavaria.
- Más de **1.300 hectáreas** de bosque protegidas en cuencas hídricas aledañas a nuestras operaciones.
- **96,49% de aprovechamiento** de nuestros residuos.
- **0,91 kilogramos de CO<sub>2e</sub>** por hectolitro de cerveza transportado menos que en 2014, aunque se recorrieron 7.320.165 kilómetros más.
- **0,14 hectolitros de agua ahorrados**, por hectolitro de cerveza producido, aun cuando aumentamos nuestra producción de cerveza en 1.487.861 hectolitros.

Agradecemos a los colombianos y especialmente a nuestros colaboradores, distribuidores, clientes, detallistas, consumidores, comunidades y proveedores, por su confianza en esta Compañía, en sus productos y en sus servicios, puesto que son ellos los que hacen que Bavaria continúe siendo una de las empresas más admiradas, sólidas y rentables del país.

Los invitamos para que sigamos trabajando por el país que queremos tener, sigamos celebrando, sigamos cooperando, sigamos compartiendo y sigamos prosperando.

**GRANT HARRIES**  
 Presidente



BAVARIA,  
**SIGAMOS**  
*Compartiendo*

**ESTAMOS EN EL NEGOCIO DE LA CERVEZA  
Y LO HACEMOS DE UNA MANERA  
QUE MEJORA LA VIDA DE LAS PERSONAS.**

**A lo largo de nuestra historia** le hemos dado una enorme relevancia al desarrollo de la sociedad y a la protección del medio ambiente. Conscientes de que se logran mejores resultados actuando en armonía con el entorno y con nuestros aliados.

Por más de 126 años hemos acompañado a los colombianos, ofreciéndoles un completo portafolio de productos de calidad y tradición. Somos la compañía líder de bebidas en Colombia, la operación más grande de SABMiller plc<sup>2</sup> en Latinoamérica y uno de los contribuyentes más importantes a las utilidades de ese grupo cervecero en el mundo.

Aportamos significativamente a la economía de nuestro país mediante nuestra actividad industrial, el empleo que generamos, nuestra red de proveedores

y distribuidores, y los impuestos nacionales y departamentales.

El compromiso que sentimos por Colombia, se ha reflejado también a través de la promoción del consumo responsable de nuestros productos, el fomento al emprendimiento, la preservación del medio ambiente y el apoyo a las comunidades aledañas a nuestras Plantas.

Este espíritu se ha visto enriquecido con nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible, Prosperar, desarrollada por SABMiller en el año 2014 con el objetivo de alcanzar una serie de ambiciosas metas para el año 2020, en beneficio de nuestros grupos de interés y de los desafíos mundiales de sostenibilidad.

## #SigamosCompartiendo

Siempre queremos seguir adelante porque nuestro optimismo nos empuja a ser cada vez mejores. No podemos olvidar que todo lo bueno que tenemos hoy y que tendremos mañana, es gracias a lo bueno que siempre hemos sembrado.

Esta es una invitación para que le sigamos apostando al país que queremos tener: sigamos celebrando, sigamos sonriendo, sigamos ayudándonos, sigamos pedaleando, sigamos madrugando, trasnochando, levantándonos, inventándonos y reinventándonos, sigamos bailando y sigamos trabajando.

Vea aquí el video de la campaña Bavaria, Sigamos Compartiendo

<sup>2</sup> En adelante, SABMiller o el Grupo.





## VALORES

La gente es nuestra ventaja más duradera.

La responsabilidad es clara e individual.

Trabajamos y ganamos en equipo en todo el negocio.

Nos enfocamos en clientes y consumidores.

Hacemos lo mejor por nuestras comunidades locales.

Nuestra reputación es indivisible.





### **NUESTRO PROPÓSITO**

Brindamos frescura y sociabilidad, mejoramos la calidad de vida y ayudamos a construir comunidades locales.

NUESTRO  
**PORTAFOLIO**  
*de marcas*



**Aguila**



**Aguila Cero**



**Aguila Light**



**Cerveza Miller Lite**



**Club Colombia Dorada**



**Club Colombia Negra**



**Club Colombia Roja**



**Cola & Pola**



**Cola & Pola Roja**



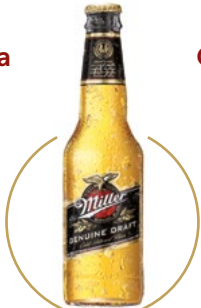
**Costeña**



**Costeñita**



**Grosch**



**Miller Genuine Draft**



**Peroni Nastro Azzurro**



**Pilsen**



**Póker**



**Pony Malta**



**Redd's**

# NUESTRA *operación*



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



Actualmente tenemos una capacidad de producción de aproximadamente 26 millones de hectolitros al año en nuestras **6 Cervecerías y 2 Malterías**.

Además contamos con:

**Impresora del Sur:** empresa de artes gráficas enfocada hacia la producción de etiquetas, materiales publicitarios y de empaque.

**Transportes TEV:** empresa encargada de transportar el 100% de las materias primas a nuestras Cervecerías y Malterías, y la totalidad de nuestro producto terminado a todos los centros de distribución del país.

3 Cervecerías de Bavaria se encuentran entre las 20 mejores Plantas de las operaciones de SABMiller a nivel global.  
Las 2 Malterías se encuentran entre las 10 mejores en su categoría.



## NUESTRO COMPROMISO CON LA CALIDAD

Históricamente, los planes de calidad nos han asegurado el cumplimiento de los estándares físicoquímicos, microbiológicos y sensoriales necesarios en cada etapa del proceso de producción de cerveza. Así lo demuestran las certificaciones de nuestros Sistemas de Gestión y la evaluación sensorial<sup>3</sup>, que mantuvo su valor promedio de 9,6 en una escala de 1 a 10.

<sup>3</sup> Evaluación realizada por catadores de cerveza entrenados y avalados por una entidad externa especialista en el tema.

**ISO 9001 Sistema de Gestión de Calidad**

**ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental**

**OHSAS 18001 Sistema de Gestión en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional**

Cervecerías de:  
Barranquilla, Boyacá,  
Bucaramanga,  
Medellín, Tocancipá  
y Valle.

Malterías de  
Cartagena y Tibitó.

Impresora del Sur.



Cervecerías de:  
Barranquilla,  
Boyacá,  
Bucaramanga,  
Medellín,  
Tocancipá  
y Valle.

**ISO 22000  
Sistema de Gestión de la Inocuidad**

# GENERAMOS VALOR A NUESTROS GRUPOS *de interés*

VALOR ECONÓMICO CREADO Y DISTRIBUIDO 2015  
(MILLONES DE PESOS)



Nos mantenemos como la 7ª empresa con mejor reputación de Colombia, según el estudio realizado por MERCOR EMPRESAS, y la 5ª más responsable y con mejor gobierno corporativo.

\* Ventas brutas, antes de descuentos.

# PROSPERAR: *estrategia* DE DESARROLLO SOSTENIBLE

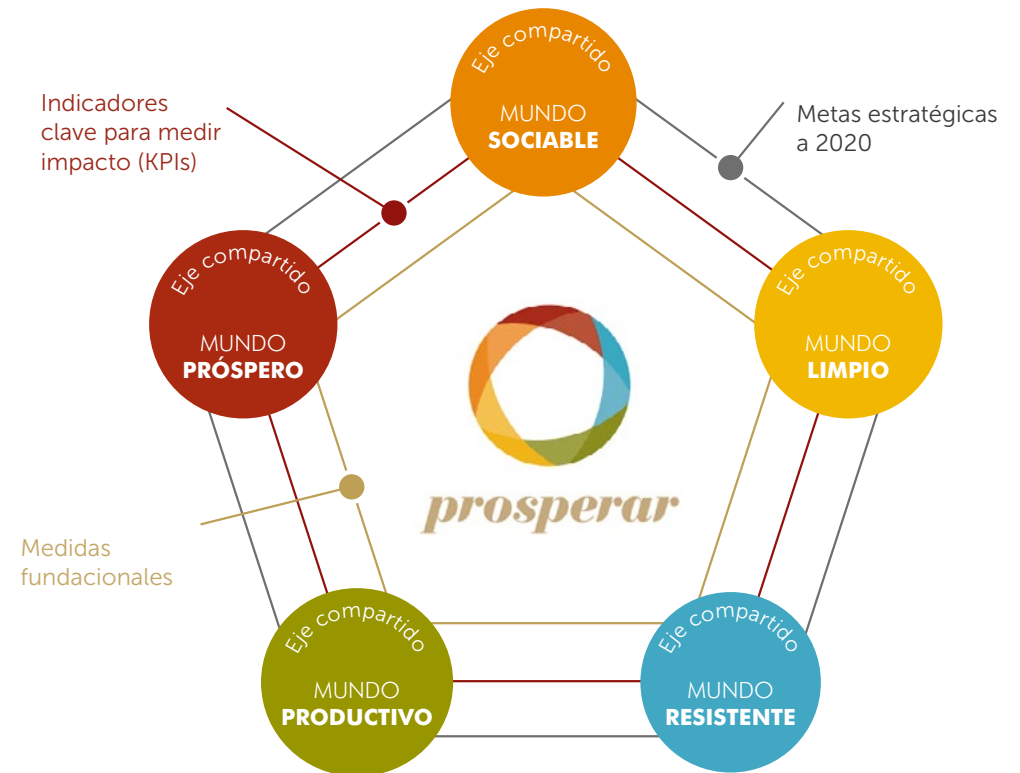
Fue desarrollada por SABMiller en el año 2014. Es la esencia de nuestra contribución a la sociedad y al entorno, con ella buscamos dejar un legado en los lugares donde operamos y liderar una visión compartida del mundo que queremos ayudar a construir.

Prosperar está compuesta por cinco ejes compartidos, o mundos, que representan nuestras prioridades y las cuestiones materiales para nuestro negocio.

## PROSPERAR, EN UNA MIRADA

Cada uno de los ejes o mundos de Prosperar se compone de lineamientos específicos (medidas fundacionales). El avance en torno a estos últimos, se mide progresivamente según se vayan cumpliendo diversas etapas o *stairways*, las cuales contemplan planes de acción y programas a implementar. Adicionalmente, cada mundo tiene indicadores clave de desempeño o KPIs, que representan mediciones de carácter cuantitativo para monitorear el avance de la estrategia.

Todos los KPIs, a su vez, tienen metas establecidas para ir cumpliendo cada periodo, hasta llegar al año 2020. Anualmente realizamos dos mediciones, conocidas como ejercicios SAM o Sustainability Assessment Matrix, donde la alta dirección de la Compañía monitorea el progreso y el avance de la estrategia para cada uno de los países a nivel regional y global.





### Mundo Próspero

Queremos un Mundo Próspero, donde los ingresos y la calidad de vida mejoren permanentemente.



### Mundo Sociable

Queremos un Mundo Sociable, donde nuestras cervezas sean desarrolladas, comercializadas y consumidas con responsabilidad, para el bienestar individual y social.



### Mundo Resistente

Queremos un Mundo Resistente, donde nuestro negocio, las comunidades locales y los ecosistemas compartan el acceso ininterrumpido al agua segura y limpia.



### Mundo Limpio

Queremos un Mundo Limpio, donde nada se desperdicie y las emisiones se reduzcan drásticamente.



### Mundo Productivo

Queremos un Mundo Productivo donde se utilice la tierra con responsabilidad, el suministro de alimentos esté asegurado, la biodiversidad esté protegida y podamos acceder a los cultivos para la elaboración de nuestros productos a precios razonables.

**Ejes compartidos**

**Medidas fundacionales**

**Metas a 2020**

- Crecimiento inclusivo y desarrollo de la cadena de valor.
- Buen vecino.
- Derechos humanos (en la cadena de suministro y a nivel interno).
- Impulso a la diversidad.
- Bienestar.

Apoyar directamente a más de medio millón de microempresas para potenciar su crecimiento y mejorar sus medios de sustento e impulsar el desarrollo local.

Aumentar la representación de las mujeres a nivel ejecutivo en nuestro equipo de trabajo.

- Consumo responsable de alcohol.
- Comunicación comercial responsable.
- Comportamiento responsable de los empleados frente al alcohol.

Prevenir el consumo de alcohol en menores de edad mediante el apoyo a proyectos transversales de prevención de riesgos, de uso adecuado del tiempo libre, de fortalecimiento de iniciativas de vida y del rol protector de la familia.

Promover, entre nuestros empleados y consumidores, prácticas de consumo responsable y moderado de nuestros productos.

Impulsar buenas prácticas de seguridad vial para garantizar el regreso seguro a casa, tanto de colaboradores como de nuestros consumidores y la sociedad en general.

Implementar internamente las políticas corporativas de SABMiller en relación con las prácticas de autorregulación comercial y publicitaria.

- Gestión de aguas residuales.
- Gestión de los riesgos del agua.

Asegurar el suministro de agua a todas las instalaciones, así como a todos los usuarios de cuencas, a través de una evaluación detallada de los riesgos de las cuencas donde nacen los ríos que nos suministran el agua para las plantas.

Lograr un consumo de 3 hectolitros de agua por cada hectolitro de cerveza producido.

- Emisiones procedentes de actividades no productivas.
- Fomento del reciclaje en los consumidores e innovación de empaques.
- Gestión y valoración de los residuos.

Reducir la huella de carbono en 25% a lo largo de nuestra cadena de valor (línea base año 2010) mediante la disminución:

- Del 25% en el contenido de carbono en los materiales de empaque.
- Del 50% de las emisiones de combustibles fósiles en la producción de cerveza.
- De las neveras con gases refrigerantes que generan calentamiento global.
- De la cantidad de los residuos generados en nuestras operaciones que se disponen en rellenos sanitarios y los generados por el transporte de materias primas y productos.

- Producción y abastecimiento estratégico de cebada.
- Abastecimiento responsable y sostenible de azúcar.

Mejorar la productividad de los cultivos locales de cebada, con respecto a estándares globales.

Reducir los indicadores de consumo de agua, energía y otros insumos, en áreas específicas de cosecha.

Optimizar la productividad de los cultivos agrícolas claves para la producción de cerveza, en lugares donde tenemos influencia.

Fortalecer la seguridad alimentaria de los pequeños agricultores de nuestra cadena de valor, a través del aumento de sus ingresos y de la producción de alimentos.

## RELACIONAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS *de interés*

G4-24  
G4-25  
G4-26

La gestión de relacionamiento es un proceso sistemático en nuestra Compañía, que tiene como objetivo construir relaciones de confianza y mutuo beneficio, así como crear valor.

Para nosotros, es vital conocer permanentemente la perspectiva de nuestros diferentes grupos de interés, así que nos comunicamos con ellos de manera estructurada y organizada, en línea con los temas que nos interesan mutuamente, a través de diversas estrategias y canales, en diferentes niveles, con diversos alcances, y siguiendo los lineamientos y procedimientos establecidos por nuestras áreas de comunicación interna y externa.

Contamos con mecanismos de retroalimentación, formales y periódicos, que nos arrojan importantes resultados para diagnosticar nuestra gestión y direccionar planes de acción con base en las oportunidades de mejora identificadas. Este es el caso de nuestros

estudios de satisfacción de clientes, las evaluaciones de proveedores, la medición del clima laboral, los índices de reputación, los estudios de percepción con consumidores y los diálogos con grupos de interés, para conocer sus opiniones, expectativas y recomendaciones en torno a los asuntos que hemos identificado como relevantes para nuestra gestión.

De manera periódica, dialogamos con nuestros grupos de interés en torno a los asuntos que hemos identificado como relevantes para nuestra estrategia de desarrollo sostenible.

Adicionalmente, lideramos y participamos de mesas interinstitucionales en temas relevantes para nuestra gestión, como consumo responsable, reciclaje, seguridad vial, emprendimiento, superación de la pobreza, y otros, que nos han convertido en una voz importante en el país, en representación de la empresa privada.



## NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



| Grupo de interés   | Ejes compartidos relacionados |
|--|-------------------------------|
| ACADEMIA (SECTOR EDUCATIVO)                                      |                               |
| ACCIONISTAS  |                               |
| AGRICULTORES   |                               |
| CLIENTES (TENDEROS)  |                               |
| COLABORADORES  |                               |
| COMUNIDADES LOCALES  |                               |
| CONSUMIDORES   |                               |
| CORPORACIONES AUTÓNOMAS REGIONALES                               |                               |
| DISTRIBUIDORES (FLOTA DE TRANSPORTE)                             |                               |
| EMPRENDEDORES  |                               |
| ENTIDADES GUBERNAMENTALES  |                               |
| FUERZA PÚBLICA   |                               |
| GREMIO   |                               |
| JUNTA DIRECTIVA  |                               |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES) |                               |
| ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES Y DE LA SOCIEDAD CIVIL         |                               |
| PROVEEDORES  |                               |

## DIÁLOGOS CON GRUPOS DE INTERÉS 2015

G4-26  
G4-27

En 2015, implementamos una estrategia de diálogo con representantes clave de nuestros grupos de interés para cada uno de los ejes compartidos de Prosperar.

El diálogo, que se realizó a través de sesiones de grupo presenciales y encuestas *online*, tuvo como objetivos:

- Conocer la percepción de los participantes respecto a Prosperar.
- Evaluar las iniciativas desarrolladas en el marco de Prosperar, considerando variables internas y externas con miras a potenciar su impacto.
- Profundizar en el análisis de materialidad con base en la importancia que los grupos de interés le asignan a los asuntos asociados a Prosperar.

Las ocho sesiones de grupo se realizaron a través de metodologías participativas y de taller, y contaron con la representación de grupos de interés clave para nuestra estrategia de desarrollo sostenible, así: **tenderos (dos), proveedores, agricultores, emprendedores de Destapa Futuro, beneficiarios y aliados de ZOLIP, proveedores de empaques y aliados de las iniciativas de consumo responsable.**



## PRINCIPALES HALLAZGOS



| Sesión de grupo   | Asuntos relevantes manifestados por los participantes  | Recomendaciones  |
|---|--|--|
| Tenderos beneficiarios de 4e, Camino al Progreso                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en las ventas.</li> <li>• Mejoramiento a la calidad de vida (tiempo en familia).</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Progreso.</li> <li>• Seguridad.</li> <li>• Gestión administrativa.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la divulgación del programa.</li> <li>• Lograr una mayor continuidad del mismo.</li> </ul>   |
| Proveedores   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinergia de los negocios (comprensión de necesidades mutuas).</li> <li>• Eficiencia operacional.</li> <li>• Innovación.</li> <li>• Bienestar y desarrollo de los empleados.</li> <li>• Seguridad industrial.</li> <li>• Uso responsable del agua.</li> <li>• Reducción de emisiones.</li> <li>• Reciclaje.</li> <li>• Eficiencia energética.</li> </ul> | Alinear el área Gestión de Proveedores con las otras dependencias involucradas con este grupo de interés.  |
| Agricultores beneficiarios del Programa de Cebada                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de los riesgos del agua frente a la escasez.</li> <li>• Precio de la cebada.</li> <li>• Cambio climático.</li> <li>• Asociatividad.</li> <li>• Relevo generacional para el campo.</li> <li>• Asistencia técnica.</li> </ul>   | Asesorar a las asociaciones para una compra de insumos más estratégica y económica.  |
| Emprendedores de Destapa Futuro   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento a emprendedores.</li> <li>• Comunicación para el consumo responsable.</li> </ul>  | Ampliar el seguimiento y acompañamiento a los proyectos.   |
| Beneficiarios y aliados de Zonas Libres de Extrema Pobreza (ZOLIP)              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas locales.</li> <li>• Mejoramiento a la calidad de vida.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer las alianzas locales.</li> <li>• Generar capacidades en los beneficiarios para fortalecer la corresponsabilidad.</li> <li>• Afianzar el enfoque para lograr la sostenibilidad económica.</li> </ul>  |
| Proveedores estratégicos para la gestión de Mundo Limpio (emisiones y empaques) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisiones.</li> <li>• Materiales de empaque.</li> <li>• Reducción de residuos peligrosos.</li> <li>• Reciclaje posconsumo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer mayor acompañamiento en temas jurídicos.</li> <li>• Aumentar el compromiso en la toda la cadena de suministros con respecto al desarrollo sostenible.</li> <li>• Asesorar la generación de políticas y acciones ambientales por parte de las administraciones locales.</li> </ul> |
| Aliados de Mundo Sociable (consumo responsable)                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevención del consumo en niños y jóvenes.</li> <li>• Medición de impacto.</li> <li>• Cambios culturales frente al consumo de alcohol.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la gestión de prevención del consumo de alcohol en corresponsabilidad con las familias.</li> <li>• Medir el impacto de las acciones realizadas en alianza con empresas privadas, y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.</li> </ul>                             |



# SIGAMOS *Prosuperando,*

NUUESTRO INFORME DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2015

G4-18  
G4-25  
G4-26

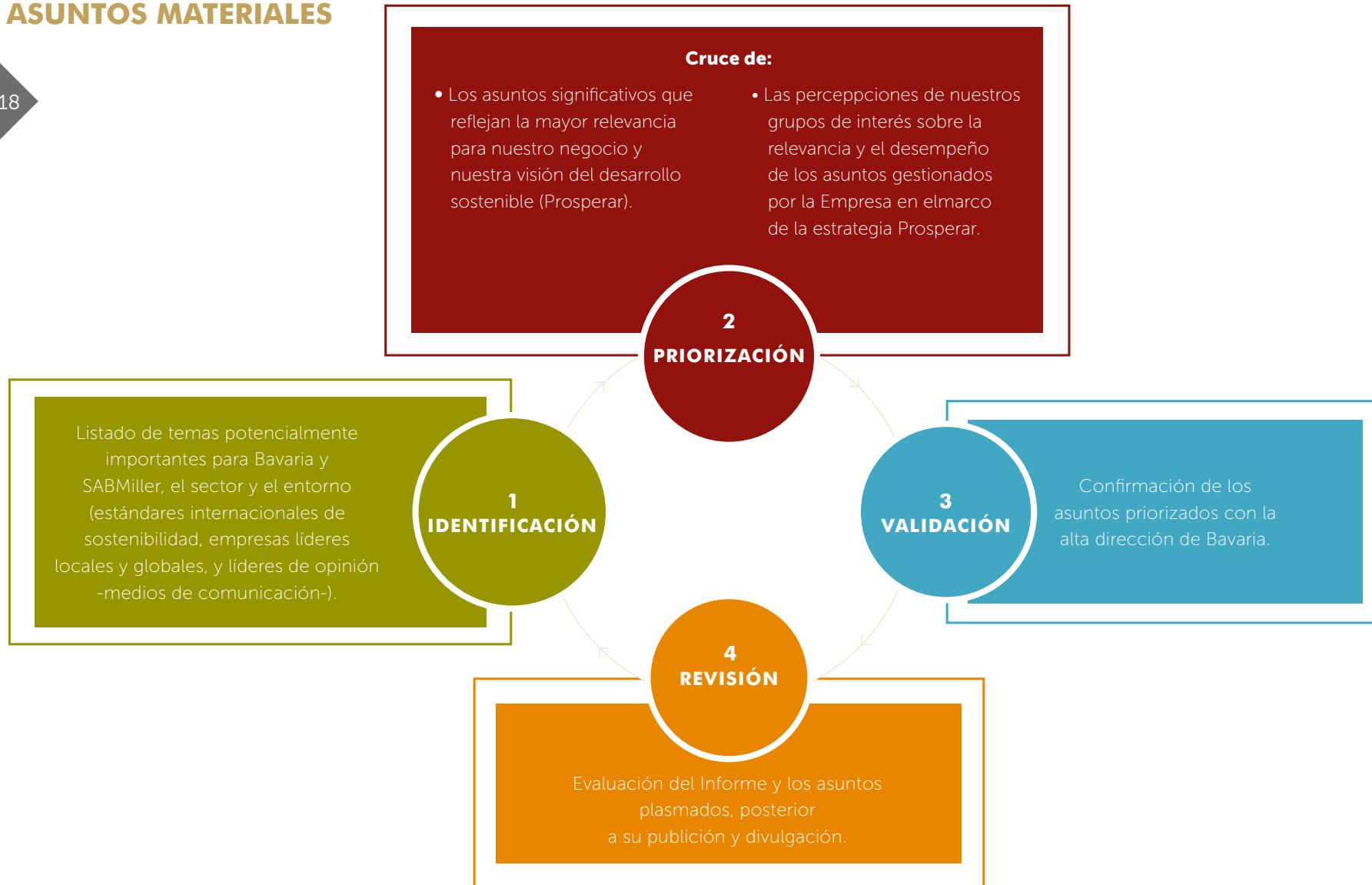
Presentamos por noveno año consecutivo nuestro Informe de Desarrollo Sostenible, el cual realizamos siguiendo las directrices de la Guía GRI-G4 para la opción Exhaustiva. Este documento, estructurado a partir de los ejes que integran nuestra estrategia Prosperar y asuntos identificados como relevantes en el análisis de materialidad, recoge el avance que logramos en 2015 para hacer frente a los retos globales y alcanzar las metas propuestas para el año 2020.





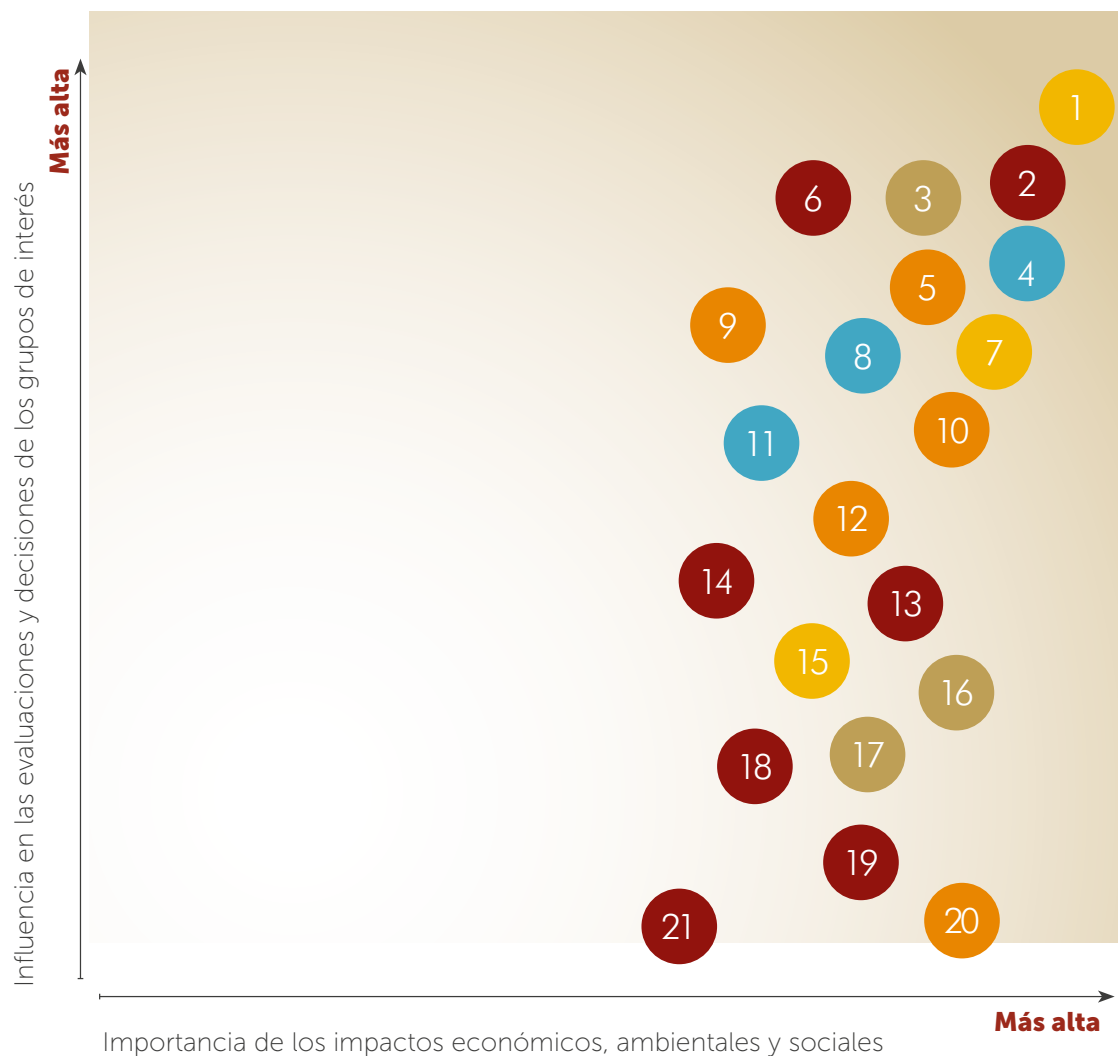
## PROCEDIMIENTO PARA LA DETERMINAR LOS ASUNTOS MATERIALES

G4-18



G4-18  
G4-19  
G4-20  
G4-21

### MATRIZ DE MATERIALIDAD 2015: PRIORIZACIÓN DE ASUNTOS



1. Reducción de emisiones  
(actividades productivas y actividades no productivas)
2. Crecimiento inclusivo y desarrollo de la cadena de valor
3. Buen gobierno corporativo
4. Uso responsable del recurso hídrico
5. Consumo responsable y moderado de alcohol
6. Aporte a la sociedad y a las comunidades aledañas
7. Reciclaje e innovación en los empaques
8. Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua
9. Prevención del consumo de alcohol en menores de edad
10. Comunicación comercial responsable
11. Gestión del agua residual
12. Prevención de la conducción tras la ingesta de alcohol
13. Derechos humanos en el ámbito interno  
y en la cadena de suministros
14. Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial
15. Gestión eficiente de residuos
16. Compromiso con la calidad
17. Desempeño económico
18. Impulso a la diversidad e inclusión
19. Desarrollo del capital humano
20. Consumo responsable de alcohol en colaboradores
21. Bienestar laboral



El análisis de materialidad contribuyó a determinar el contenido que hemos preparado para divulgar nuestros resultados, de manera transparente, fiable y equilibrada, a lo largo de este documento (los asuntos materiales corresponden a los primeros 17 lugares de esta matriz).

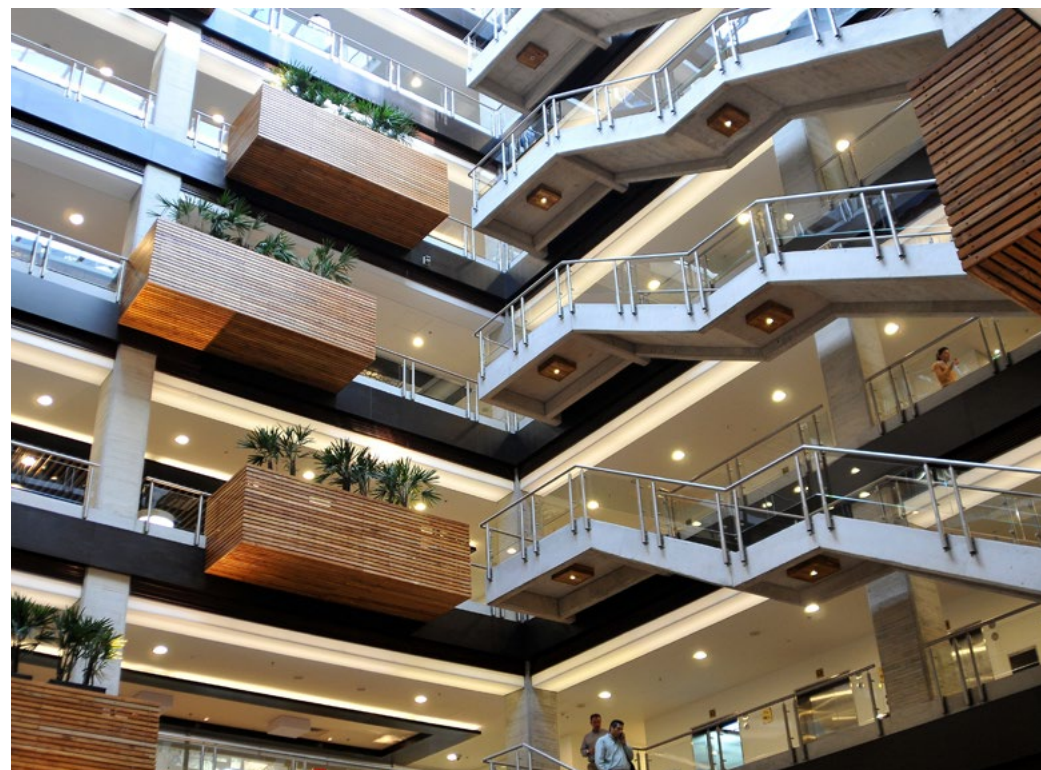
 BUEN  
**GOBIERNO**  
*Corporativo*

**ÓRGANOS Y HERRAMIENTAS  
 DE GOBIERNO CORPORATIVO**

**ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS**

Representa nuestro máximo órgano de gobierno. Para la toma de decisiones, cada acción de la Compañía tiene un voto en la Asamblea, de allí que las decisiones se toman por mayoría de los votos presentes, a excepción de los casos que por ley o estatutos se establece un quórum especial.

Durante 2015, nuestros accionistas participaron de tres Asambleas Generales (dos ordinarias y una extraordinaria), las cuales tuvieron la siguiente representación:



|   | Asamblea ordinaria 1<br>25 de marzo | Asamblea ordinaria 2<br>25 de septiembre | Asamblea extraordinaria<br>23 de julio |
|---|-------------------------------------|--|--|
| NÚMERO DE ACCIONISTAS PRESENTES O REPRESENTADOS | 17                                  | 16                                       | 4                                      |
| NÚMERO DE ACCIONES QUE REPRESENTAN              | 246.280.934                         | 244.184.174                              | 244.159.667                            |
| PORCENTAJE DE ACCIONES REPRESENTADAS            | 99,15%                              | 99,15%                                   | 99,14%                                 |

## COMPOSICIÓN ACCIONARIA

### BAVARIA S. A.

| Accionistas                                      | Número de Acciones |
|--|--------------------|
| SAB COLOMBIA S. A. S.                            | 233.720.606        |
| AXIN Y CIA LTDA                                  | 9.818.633          |
| INVERSIONES NIXA S. A.                           | 619.588            |
| SUBTOTAL   | 244.158.827        |
| OTROS (7.624 ACCIONISTAS MINORITARIOS) 2.122.107 | 2.122.107          |
| <b>TOTAL ACCIONES</b>                            | <b>246.280.934</b> |

### IMPRESORA DEL SUR S. A.

| Accionistas                         | Acciones          |
|-------------------------------------|-------------------|
| CERVECERIA UNION S. A.              | 9.000.010         |
| BAVARIA S. A.                       | 10.999.960        |
| INVERSIONES MALTERIA TROPICAL S. A. | 10                |
| MALTERIA TROPICAL S. A.             | 10                |
| SOCIEDAD PORTUARIA BAVARIA S. A.    | 10                |
| <b>TOTAL ACCIONES</b>               | <b>20.000.000</b> |

### TRANSPORTES TEV S. A.

| Accionistas                         | Acciones     |
|-------------------------------------|--------------|
| BAVARIA S. A.                       | 2.492        |
| INVERSIONES MALTERÍA TROPICAL S. A. | 2.486        |
| CERVECERÍA DEL VALLE S. A.          | 52           |
| CERVECERÍA UNIÓN S. A.              | 23           |
| MALTERÍA TROPICAL S. A.             | 23           |
| <b>TOTAL ACCIONES</b>               | <b>5.076</b> |



## JUNTA DIRECTIVA

Los miembros son seleccionados y nombrados por la Asamblea General de Accionistas a partir de una propuesta presentada por cualquiera de los accionistas, la cual es sometida a votación, teniendo en cuenta la idoneidad moral e intelectual para el cargo.

La Junta cuenta con un Comité de Auditoría, conformado por 6 de sus miembros, entre ellos los 4 de carácter independiente.

### MIEMBROS PRINCIPALES DE LA JUNTA DIRECTIVA PERÍODO 2014 - 2016

- Alejandro Santo Domingo Dávila
- Carlos Alejandro Pérez Dávila
- Karl Lippert
- Jonathan Solesbury
- Juan Carlos García Cañizares
- Alberto Preciado Arbeláez
- Rudolf Hommes Rodríguez
- Rafael Rivas Mallarino
- Manuel Rodríguez Becerra
- Luis Guillermo Plata Páez

|  | 2015 |
|--|------|
|  NÚMERO TOTAL DE HOMBRES  | 10   |
|  NÚMERO TOTAL DE MUJERES  | 0    |
|  NÚMERO TOTAL DE MIEMBROS EJECUTIVOS (DEL GRUPO SABMILLER)  | 2    |
|  NÚMERO TOTAL DE MIEMBROS NO EJECUTIVOS   | 8    |
|  NÚMERO TOTAL DE MIEMBROS INDEPENDIENTES<br>(AL MENOS 3 DE LOS MIEMBROS DEBEN SER INDEPENDIENTES) | 4    |



## **CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO**

Tiene por finalidad asegurar el respeto de los derechos de quienes inviertan en nuestra Empresa y, además, regula la adecuada administración de sus asuntos y el conocimiento público y transparente de su gestión.

Conozca nuestro  
Código de Buen Gobierno  
Corporativo aquí





## ÉTICA EMPRESARIAL

### PROGRAMA INTEGRAL DE ÉTICA

Está orientado a alimentar constantemente la cultura corporativa y fortalecer la ética empresarial, a través de capacitaciones y eventos corporativos. Se fundamenta en el Código de Ética de SABMiller y cuenta con la Línea Ética como mecanismo para el adecuado manejo de las posibles vulneraciones al mismo.

Conozca nuestro  
Código de Ética aquí



## LÍNEA ÉTICA

Recibe reportes de posibles comportamientos antiéticos, así como consultas sobre temas relacionados con nuestras políticas de conducta empresarial: Código de Ética, Código de Conducta para Proveedores y Política Antisoborno.

Todos los reportes son tramitados con la mayor confidencialidad por el Comité de Ética de Bavaria.

## REPORTES DE LA LÍNEA ÉTICA 2015

Durante 2015, tuvimos el registro de 246 casos: 89 concluyeron, 152 fueron archivados sin conclusión y 5 están en proceso de investigación. Los reportes están relacionados con casos como irregularidades en los contratos, acoso laboral, consumo irresponsable de alcohol, manejo irregular de activos, entre otros.





## CONFLICTOS DE INTERÉS

Casos con conflicto de interés

2015

## CONFLICTOS DE INTERESES DECLARADOS

RELACIONADOS CON PROVEEDORES

178

RELACIONADOS CON CLIENTES

179

RELACIONADOS CON LA COMPETENCIA

31

RELACIONADOS CON FAMILIARES / ESPOSOS O COMPAÑERO(A) PERMANENTE / NOVIO(A) TRABAJANDO EN LA EMPRESA

680

OTRAS SITUACIONES QUE PUEDAN AFECTAR LA TRANSPARENCIA O INDEPENDENCIA

3

**TOTAL****1.071**

## IMPACTO DE LOS CONFLICTOS DE INTERÉS DECLARADOS

POTENCIALES

996

REALES DE BAJO IMPACTO

75

**TOTAL CONFLICTOS DE INTERÉS DECLARADOS****1.071**



## OTRAS POLÍTICAS DE CONDUCTA EMPRESARIAL

POLÍTICA ANTISOBORNO

[Conózcala aquí](#)

POLÍTICA DE ADMINISTRACIÓN  
DE DOCUMENTOS

[Conózcala aquí](#)

CÓDIGO DE CONDUCTA  
PARA PROVEEDORES

[Conózcala aquí](#)

POLÍTICA PARA LA PREVENCIÓN  
Y CONTROL DEL RIESGO  
DE LAVADO DE ACTIVOS Y  
FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

[Conózcala aquí](#)

## CONTROL INTERNO

Aseguramos nuestra gestión con respecto a riesgos operativos y financieros del negocio, al contar con instancias como la División de Auditoría, Riesgos y Control Interno Financiero, la cual provee seguridad a los principales grupos de interés a través de la aplicación de las metodologías GIA (Global Internal Audit) e IFC (Internal Financial Control).

Para realizar las auditorías internas diseñamos y ejecutamos un plan con base en las matrices de evaluación de riesgos estratégicos y operativos, cuya gestión y actualización es monitoreada por la Coordinación de Riesgos con base en la metodología ERMR (Enterprise Risk Management Report) diseñada por SABMiller para tal fin. Seguido a este proceso, emitimos un reporte calificado que incluye hallazgos (calificados como de alto, mediano y bajo impacto desde el punto de vista de riesgo al proceso), las causas e impactos potenciales, recomendaciones, acciones acordadas con la administración, sus responsables y las fechas de implementación.

## CONTROLES INTERNOS CALIFICADOS

En 2015, realizamos un total de 117 controles internos, de los cuales: el 1,7% (2 controles) no se encontraban operando efectivamente, sin embargo, no representaban una relevancia significativa y el 5,1% (6 controles) se encontraron operando con deficiencias menores que no afectaron el cubrimiento del riesgo, no obstante implementamos acciones de remediación que permitieron corregir estas situaciones. Asimismo, llevamos a cabo 109 controles más, que equivalen al 93,2% restante, los cuales se encontraron diseñados apropiadamente y operando de forma efectiva durante todo el periodo de 2015.

## AUDITORÍAS

En 2015, incrementamos la eficiencia de los reportes de auditoría, disminuyendo su número y ampliando su alcance, esto gracias a la madurez en el ambiente de control, evidenciado por la efectividad de los controles SOX y el apoyo obtenido a todos los niveles para la Gestión del Riesgo. Realizamos 26 auditorías, de las cuales 25 se terminaron y reportaron y 1 quedó en progreso, al cierre del 31 de diciembre de 2015.

Con el propósito de fortalecer la transparencia de los estados financieros, **hemos adoptado e implementado los requerimientos de la Ley Sarbanes Oxley (SOX)** que se encarga de mantener el estado de alistamiento con base los estándares exigidos a compañías listadas en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

## GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestra metodología para este proceso, requiere de la participación de todas las áreas de la Compañía, a través de las cuales identificamos, gestionamos y reportamos riesgos estratégicos, operacionales, financieros y de cumplimiento. Para ello, analizamos 15 áreas de la Empresa, incluyendo Finanzas, Técnica, Cadena de Abastecimiento, Asuntos de Gobierno, Ventas, Distribución y Recursos Humanos, entre otras.

En 2015, los riesgos emergentes más significativos estuvieron asociados a la interrupción de la operación causada por fenómenos climáticos naturales y al impacto estratégico y operacional de la oferta realizada por AB InBev.

Actualmente, en Bavaria contamos con 15 líderes de riesgos y 1 Coordinador de Riesgos centralizado, quienes realizan presentaciones periódicas al Comité Ejecutivo y al Comité de Riesgos, este último compuesto por el presidente de la Compañía, los vicepresidentes de Asuntos Corporativos, de Finanzas y de Recursos Humanos y el director de Estrategia Corporativa. Adicionalmente, los resultados de la gestión son presentados trimestralmente al Comité de Auditoría y a la Junta Directiva. Semestralmente se envía el reporte de riesgos a la alta dirección a nivel regional (Hub de Latinoamérica) y global (SABMiller), como un ejercicio de doble vía que permite consolidar la información del Grupo y recibir retroalimentación sobre el particular.

## SUPERVISIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS

DE LOS ASUNTOS RELATIVOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE

Contamos con los comités CARACs (Corporate Accountability and Risk Assurance Committee): uno a nivel de Grupo y cinco a nivel regional, correspondientes a los Hub en Latinoamérica, Asia Pacífico, Europa, África y Norteamérica. El comité del Grupo aprueba y apoya la definición de la estrategia de sostenibilidad corporativa, y los comités locales apoyan y supervisan las implementaciones locales de la misma. Todos los comités supervisan dos veces al año el progreso y los resultados de la estrategia tanto a nivel de cada país, como a nivel regional y corporativo.



A woman with dark hair, wearing a pink shirt and a grey cardigan, is smiling warmly. She is behind a bar counter with several bottles of Pilsener beer. One bottle is being held up by a hand in the foreground. The background shows shelves stocked with various products, including bags of flour and boxes of cereal.

# MUNDO

*Próspero*



## QUEREMOS UN MUNDO PRÓSPERO DONDE LOS INGRESOS Y LA CALIDAD DE VIDA MEJOREN PERMANENTEMENTE

Los entornos en los que operamos enfrentan diferentes retos económicos y sociales, como el desempleo, la falta de acceso a mercados, la necesidad insatisfecha de adquirir capacidades y la insuficiencia de servicios básicos. Por este motivo, y sabiendo que las decisiones que tomamos pueden generar nuevas oportunidades, queremos acelerar el crecimiento y el desarrollo social trabajando con nuestra cadena de valor, representada en los tenderos, los proveedores, las comunidades vecinas, los colaboradores y los emprendedores locales.

A nuestros colaboradores, en particular, les ofrecemos un entorno laboral seguro y de bienestar, y para ellos, impulsamos estrategias internas de promoción de la diversidad y equidad de género.

El respeto y la promoción de los derechos humanos, es la base de todas nuestras actuaciones, y por supuesto, hace parte del Mundo Próspero que queremos contribuir a crear en los contextos de los cuales hacemos parte.

G4-19  
G4-20  
G4-21  
G4-27



### ASUNTOS MATERIALES

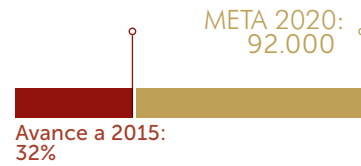
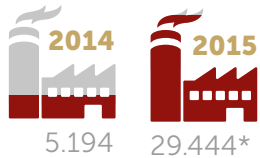
- ⊕ Crecimiento inclusivo y desarrollo en la cadena de valor
- ⊕ Aporte a la sociedad y a las comunidades aledañas
- ⊕ Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros
- ⊕ Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial



# NUESTRO *desempeño en 2015*

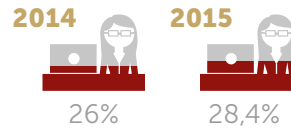
INDICADORES CLAVE (KPIs)

**1** NÚMERO DE PEQUEÑAS EMPRESAS  
INVOLUCRADAS EN PROGRAMAS PARA MEJORAR  
LOS INGRESOS Y LA CALIDAD DE VIDA



\* Cifra acumulativa a 2015.

**2** PORCENTAJE DE MUJERES  
EN CARGOS EJECUTIVOS Y GERENCIALES



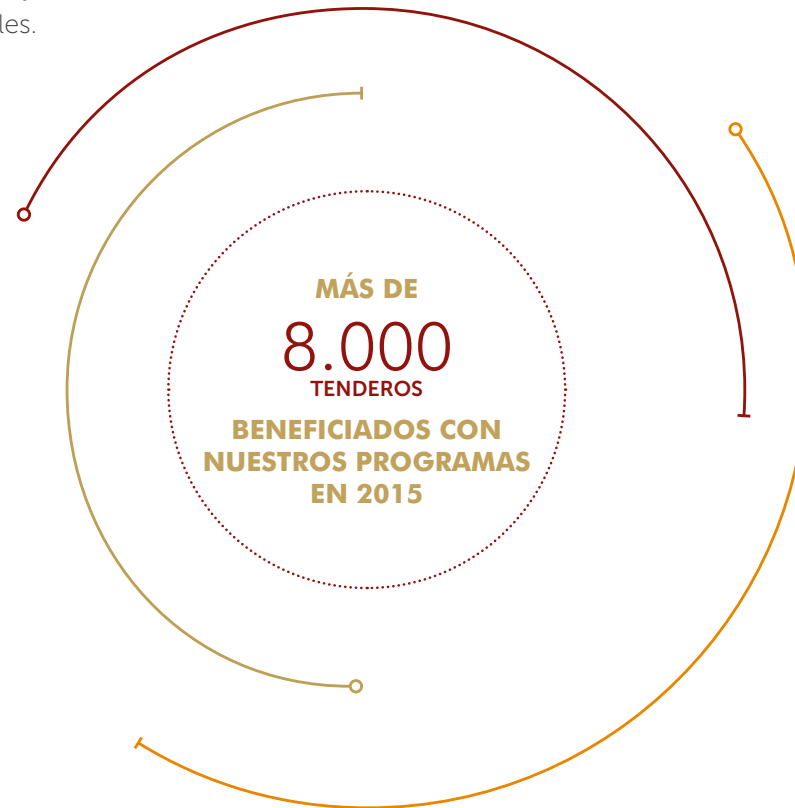


CRECIMIENTO INCLUSIVO Y DESARROLLO DE

# LA CADENA *de valor*

## NUESTRA APUESTA POR LOS TENDEROS

Para nosotros es fundamental contribuir con la dinámica social y comercial de los tenderos, y sembrar en ellos la motivación y las habilidades para fortalecerse como empresarios y hacer de sus negocios lugares prósperos y sostenibles.



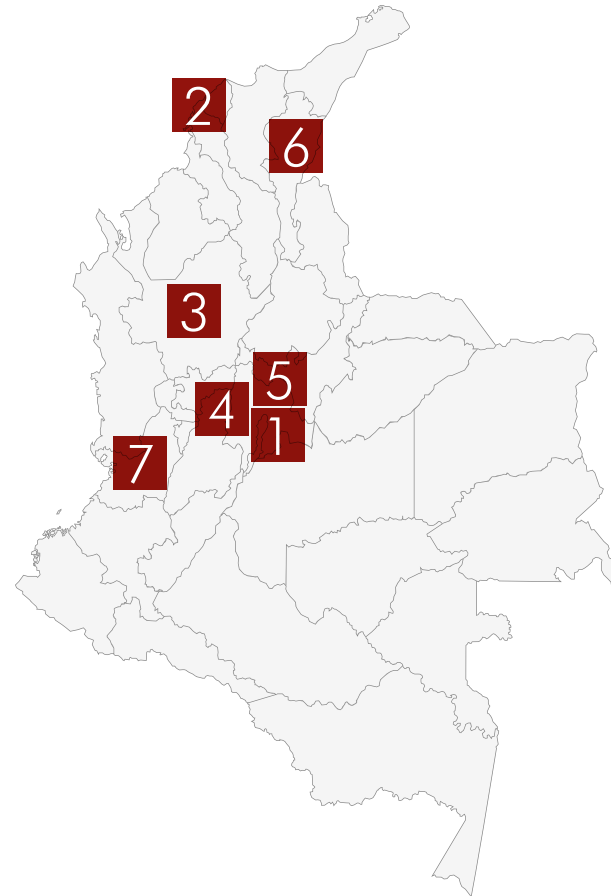
TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



## 4E, CAMINO AL PROGRESO

Desde 2013, SABMiller inició la implementación de este programa en seis países de Latinoamérica, para aportar al fortalecimiento de pequeños negocios que son la base del sustento de numerosas familias de escasos recursos, que son motor de impulso económico en la región.

A través de este programa, aportamos al desarrollo empresarial de los tenderos de nuestra cadena de valor, porque les apoyamos para adquirir habilidades administrativas, contables y de liderazgo, a la vez que les entregamos elementos para su crecimiento personal, familiar y su proyección comunitaria, de manera que puedan implementar actividades que redunden en el fortalecimiento y crecimiento de sus negocios, y de esta forma asegurar mejor la calidad de vida de sus familias y el bienestar de sus comunidades.



En Colombia, en los 3 años de ejecución del programa, se han capacitado más de

**6.000**  
TENDEROS

de los estratos 1, 2 y 3 impactando de manera indirecta a miles de familias de nuestro país.

En ciudades como:

- 1** Bogotá D. C.
- 2** Cartagena (Bolívar)
- 3** Medellín (Antioquia)
- 4** Soacha (Cundinamarca)
- 5** Tocancipá (Cundinamarca)
- 6** Valledupar (Cesar)
- 7** Yumbo (Valle)



### MÓDULOS DE APRENDIZAJE

El nombre 4e, Camino al Progreso, está relacionado con las cuatro fases de desarrollo que trabajamos con los dueños de tiendas: Tendero Responsable, Tendero Sostenible, Tendero Excelente y Tendero Líder.

Las cuales desarrollamos mediante seis módulos de formación presencial:



**Módulo 1** Ventas y estrategia de ubicación de los productos en el negocio.

**Módulo 2** Administración del negocio: ingresos, gastos, inventarios y ventas a crédito.

**Módulo 3** Finanzas del negocio: ciclo del dinero, costos, ganancias y crédito.

**Módulo 4** Mi negocio, mi patrimonio familiar: tiempo, unidad familiar, previsiones y gastos familiares.

**Módulo 5** Venta responsable de bebidas con contenido de alcohol.

**Módulo 6** Liderazgo comunitario: dirigido al 20% de los beneficiarios que muestren habilidades de liderazgo durante la formación.

Al finalizar la etapa de formación en grupo, inicia el acompañamiento y monitoreo individual realizado por los mismos facilitadores que brindaron la formación. En esta fase, la meta es asegurar el cumplimiento de los planes de acción que cada dueño de tienda desarrolla a partir de los aprendizajes adquiridos en cada módulo.





## AHORA TENGO TIEMPO PARA *comer con mis hijos y pasear*

G4-27

### María Estella Peña

Propietaria de la Cigarrería Fuente de Alcalá  
Tendera participante en 4e, Camino al Progreso  
Bogotá, D. C.

“Fundé mi negocio hace veinte años, con tres canastas de cerveza. Tenía cuatro juegos de rana y hacía campeonatos para atraer clientela, y así fui creciendo. Pero estaba ubicada en un sitio residencial y, según el estudio de suelo, no se permitía tomar licor allí; por eso me sellaron el negocio durante un fin de semana. Me tocó achicar el local y meter otros productos, pero al poco tiempo decidí cerrarlo porque no me estaba dando. Colgué el letrero de ‘se vende’ y en ese momento llegaron de Bavaria y me dijeron que no perdiera el esfuerzo de tantos años. La persona que se me acercó me invitó a participar de una charla. Con mi esposo empezamos a participar en talleres sobre la reorganización del negocio; incluso nos reunimos en salones comunales con otros tenderos.

Aprendí a tener un libro para hacer un inventario y saber cuánto era la venta diaria, empecé a surtir con más productos mi tienda y a estar más pendiente del negocio. La persona de Bavaria me acompañó en todo ese proceso y su orientación fue el incentivo para no acabar con lo que había construido. Ese fue un gran aprendizaje junto con mi familia, que me apoyó en la decisión de continuar. Hemos decidido trabajar ciertas horas y ahora tengo más tiempo para hacer otras cosas, como comer con mis hijos y pasear; además, económicamente hay más posibilidades de hacer otras cosas, por ejemplo, en diciembre, salimos una semana de paseo.

También soy la coordinadora del frente de seguridad; nos reunimos con la Policía para ver cuáles son las necesidades de la comunidad y hablar de los problemas que tenemos en la zona.

En 2015 me fue muy bien y pude surtir mejor el negocio, pero mi sueño es una cigarrería más grande y con más cosas para hacer crecer mi negocio y volverlo más productivo”.





## TIENDAS DE PAZ

Estamos alineados con la situación coyuntural de Colombia, que está a punto de firmar un acuerdo de paz que replegará el conflicto que por más de 50 años nos ha impactado. Tenemos confianza en el país y en las posibilidades que como empresa podemos ofrecer para alcanzar la paz.

Apoyamos a personas que han sido víctimas de la violencia para que reinicien una nueva vida e incentivamos el retorno de los desplazados a sus tierras, a través de las Tiendas de Paz, una alianza público-privada con el Departamento para la Prosperidad Social (DPS), las administraciones municipales, las organizaciones comunales y la Corporación Interactuar.

Esta iniciativa busca la generación de ingresos y el crecimiento económico de comunidades vulnerables en municipios que han sido foco de la violencia en el país.

**Nuestro aporte está representado en el fortalecimiento de los negocios a través del programa 4e, Camino al Progreso, la entrega de capital semilla para las tiendas y la oferta de capacitaciones a representantes de las Juntas de Acción Comunal de los municipios impactados.**

Adicionalmente, entregamos a las comunidades intervenidas, apoyo económico para la creación de un ahorro comunitario como una alternativa financiera, mediante la cual un grupo de personas organizadas (asociaciones, cooperativas, Juntas de Acción Comunal) disponen de los recursos para ofrecer microcréditos a sus asociados.



## OPORTUNIDADES BAVARIA: MICROCRÉDITOS

Facilitamos a los tenderos el acceso a créditos de libre inversión del sistema financiero formal, con facilidades de pago y requerimientos que les resultan viables de cumplir. **Entre 2009 y 2015, se han aprobado 29.444 préstamos con un desembolso total de 200.000 millones de pesos**, lo que ha dado como resultado, el crecimiento de pequeños negocios, el mejoramiento de la calidad de vida de los tenderos y sus familias, y la dinamización de las economías locales.



# TENEMOS UNA ESPERANZA *de construir paz*

G4-27

## **Gloria Marcela Guerra**

Miembro de Asvimarin (Asociación de Víctimas Mujeres Artesanas Innovadoras)  
Beneficiarias Tiendas de Paz  
Inspección El Placer, Valle del Guamuez, Putumayo

“Después de vivir el conflicto de noviembre de 1999, la violencia se instauró en la Inspección por seis años. Perdimos a familiares y amigos, y vivimos muchos atropellos.

En marzo de 2013, nos constituimos como Asvimarin (Asociación de Víctimas Mujeres Artesanas Innovadoras). Así logramos hacer parte del programa Tiendas de Paz, de Bavaria y el Departamento para la Prosperidad Social, en el que nos propusieron montar una tienda de artesanías. Tiendas de Paz nos donó estantería, neveras, congelador, televisor y mercancía, y cuando ya teníamos todo ¡no lo creíamos! A la inauguración asistieron unas 350 personas invitadas.

El programa nos dio un fondo de 17 millones para hacer préstamos a las asociadas –actualmente 37– para proyectos productivos, con la verificación de un comité de ahorro. Recibimos capacitación para llevar cuentas, manejo del computador, atención al cliente y registro en los libros contables.

Las mujeres ahora nos sentimos seguras porque la tienda es de nosotras. Queremos convertirla en un supermercado grande, y deseamos construir un taller de artesanías y un salón para capacitarnos y reunirnos. Somos conscientes de que a pesar del conflicto que hemos vivido, tenemos una esperanza de construir paz”.



## APORTAMOS AL CRECIMIENTO Y LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRA CADENA DE ABASTECIMIENTO

A lo largo de nuestra historia hemos aportado al crecimiento económico del país a través de las compras que realizamos. De igual manera, impactamos positivamente a nuestros proveedores con programas que han logrado el mejoramiento de su desempeño, productividad, ética, transparencia, responsabilidad social y protección ambiental.



En 2015, nuestras compras superaron los 2 billones de pesos.



Contamos con 5.499 proveedores activos: 1.214 de bienes y 4.285 de servicios.

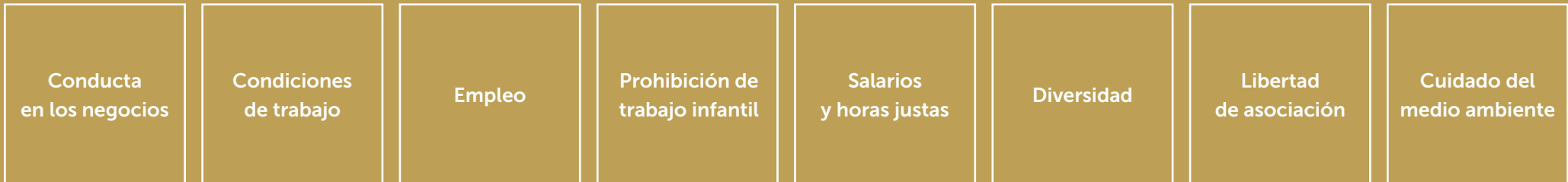


El 96% son colombianos y cerca del 70% son pequeñas y medianas empresas.

### PRINCIPIOS DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Trabajamos con nuestra red de proveedores en la constante búsqueda de un abastecimiento responsable, que contribuya con el mejoramiento de las condiciones sociales, ambientales y económicas del país. Para ello, nuestras relaciones comerciales se basan en los lineamientos de Prosperar y en los ocho Principios de Abastecimiento Responsable que hemos adoptado de SABMiller:

Encuentre más información en el apartado Abastecimiento Responsable, de este capítulo





## PLANES DE MEJORAMIENTO

Aportamos al mejoramiento de los procesos de nuestros proveedores estratégicos con el fin de incrementar su competitividad e impactar positivamente en sus evaluaciones de desempeño y acreditación local. En 2015, capacitamos a 163 proveedores, con 906 horas / hombre ofrecidas, en los módulos de Gestión del Cambio y Metodología SMETA (estándares laborales, integridad del negocio, salud, seguridad y medio ambiente).

Adicionalmente, realizamos el lanzamiento de **Urban Contractors**, plan de formación que involucra a los transportadores responsables de la entrega final de nuestros productos. El propósito es contribuir con el desarrollo empresarial de este tipo de proveedores y fortalecer nuestro modelo de distribución desde una perspectiva estratégica y sostenible. En este primer año, **capacitamos a 18 proveedores de transporte** en gestión del cambio, prácticas éticas, manejo de finanzas y acreditación local, y realizamos un diagnóstico del estado actual de sus procesos con respecto a nuestros requerimientos y lineamientos, para identificar sus brechas y oportunidades de mejora.

En 2015,  
capacitamos a

**163**

proveedores, con

**906**

horas / hombre  
ofrecidas.



rTempo  
as de Transporte






## PROGRAMAS PARA EL DESARROLLO DE NUESTROS PROVEEDORES

En 2015, apoyamos el crecimiento de más de **1.000 proveedores** estratégicos de nuestra cadena de abastecimiento, gracias a su participación en nuestros programas de gestión de proveedores.

### HUELLA VERDE

Compartimos buenas prácticas ambientales con nuestros proveedores e identificamos oportunidades de mejora en esta materia. **A diciembre de 2015, 121 proveedores de Bogotá, Cali y Medellín participaron, a través en actividades como:**

-  Divulgación de información sobre energías alternativas.
-  *Workshop* ambiental.
-  Módulos de formación en derechos humanos y gestión del cambio.

# 188

proveedores se han beneficiado de Huella Verde desde su inicio en 2009.

## CIPRES (CONSTRUIR VALOR INTEGRANDO PROVEEDORES ESTRATÉGICOS)

A través de este programa, detectamos oportunidades de mejora junto con los proveedores estratégicos, para la gestión de los costos de fabricación y la optimización de los procesos de producción y logística.

**En 2015, logramos ahorros cercanos a los 600 millones de pesos,** gracias a las prácticas implementadas con los proveedores de empaques, enfocadas principalmente en el aligeramiento de las botellas de vidrio 330 NR y el reciclaje de PET para la fabricación de avisos publicitarios de nuestra marca Club Colombia.

Adicionalmente, este programa generó un impacto positivo en materia ambiental dado que dio como resultado, **la reducción de 204 toneladas de CO<sub>2</sub> por año y el reciclaje de 8 toneladas de botellas de Pony Malta.**

En 2015, logramos ahorros cercanos a los

# 600

millones de pesos.

Encuentre más información de los beneficios ambientales de la implementación de CIPRES en el capítulo Mundo Limpio



## COMPRAS A POBLACIÓN VULNERABLE

Contribuimos con el desarrollo empresarial local, al adquirir un porcentaje de bienes y servicios producidos por comunidades en situación de vulnerabilidad. Una de las poblaciones apoyadas a través de estas compras, son los agricultores productores de cebada maltera, en el departamento de Boyacá.

Los agricultores, además, recibieron asistencia técnica y capacitación en buenas prácticas agrícolas, fortalecimiento empresarial y desarrollo social con una inversión de **250 millones de pesos**.

De otra parte, **con el apoyo del SENA, se formaron 74 mujeres agricultoras de cebada**, en el manejo de plantas medicinales con el fin de generar proyectos de emprendimiento para beneficiar la economía de sus hogares.

En 2015, se incorporaron

2

nuevos grupos asociativos.

Integrados por

186

pequeños agricultores y

29

agricultores comerciales.

Las compras a estos proveedores ascendieron a

658

millones de pesos y generaron

20.295

jornales y

117

empleos directos.

Otras compras a poblaciones vulnerables se realizaron a proveedores de estibas y de dotaciones, por un monto de 735 millones de pesos y 586 millones respectivamente.



## PROGRAMA DE CEBADA Y DE DESARROLLO A AGRICULTORES

Su propósito es impulsar la oferta de cebada local, cumpliendo con la calidad establecida por SABMiller, y promover su siembra como alternativa para mejorar los ingresos del agricultor e impactar positivamente las zonas de cultivo con un incremento del empleo y la economía rural.

Desde 2011, hemos acompañado la conformación de cuatro grupos asociativos de pequeños agricultores y hemos contribuido con el fortalecimiento integral del trabajo agrícola a través de capacitaciones y asistencia técnica en buenas prácticas, emprendimiento y cuidado ambiental.

Igualmente, este programa nos ha permitido realizar la trazabilidad de la calidad agronómica y maltera de la cebada desde la siembra hasta su envío a la Maltería.

[Vea aquí el video del Programa de Cebada.](#)



## EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Con el fin de seguir comprometiendo a quienes hacen parte de la cadena de suministros, frente a nuestros principios y prácticas, evaluamos su gestión sostenible así como el cumplimiento de los requerimientos comerciales adquiridos con nuestra Compañía. Para ello, aplicamos dos tipos de evaluaciones: de proceso y de desempeño.

### EVALUACIONES DE PROCESO

**115 de nuestros proveedores** se autoevaluaron, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora en su gestión de derechos humanos, prácticas ambientales, relaciones laborales e impactos a las comunidades.

A cierre de 2015, **25 empresas trabajaban en la ejecución de sus planes de acción** con un avance promedio de 46% para los proveedores de servicios y 62% para los de bienes.

115

evaluaciones de proceso realizadas.

51%

nota promedio de los proveedores de servicios.

52

nuevos proveedores evaluados.

71%

nota promedio de los proveedores de bienes.



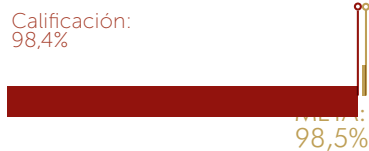


## EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

Nuestros proveedores estratégicos activos son calificados en su desempeño de manera automática por nuestro sistema informático de administración empresarial SAP. Adicionalmente, a algunos proveedores críticos de materiales directos, de repuestos, y de publicidad y mercadeo, les hacemos seguimiento detallado en sus indicadores de calidad y entrega a tiempo mediante herramientas de medición de desempeño manuales. Para el resto de los proveedores, contamos con la posibilidad de generar alertas o avisos de calidad por parte de los usuarios dentro de la Compañía.

Los resultados obtenidos son útiles para identificar casos críticos e incumplimientos reiterativos, así como para determinar planes de acción internos y externos.

### Calificación de desempeño\*



\*Calificación aplicada a 90 proveedores estratégicos de materiales directos.



## INICIATIVAS DE RECONOCIMIENTO A NUESTROS PROVEEDORES

### ESPIGAS

Reconocemos a nuestros proveedores con las mejores prácticas e iniciativas, que se destaquen por la ejecución de acciones encaminadas a mejorar indicadores tanto al interior de nuestra Compañía como en sus procesos productivos propios. El objetivo es conseguir alta confiabilidad en el suministro de materiales de alto impacto para nuestro negocio.

Espigas se clasifica en diferentes categorías –Bronce, Plata, Oro y Diamante– para reconocer a las empresas proveedoras según su nivel de desarrollo y aplicación de buenas prácticas

En 2015, el programa involucró a este número de proveedores:



### PREMIOS PROVEEDORES BAVARIA

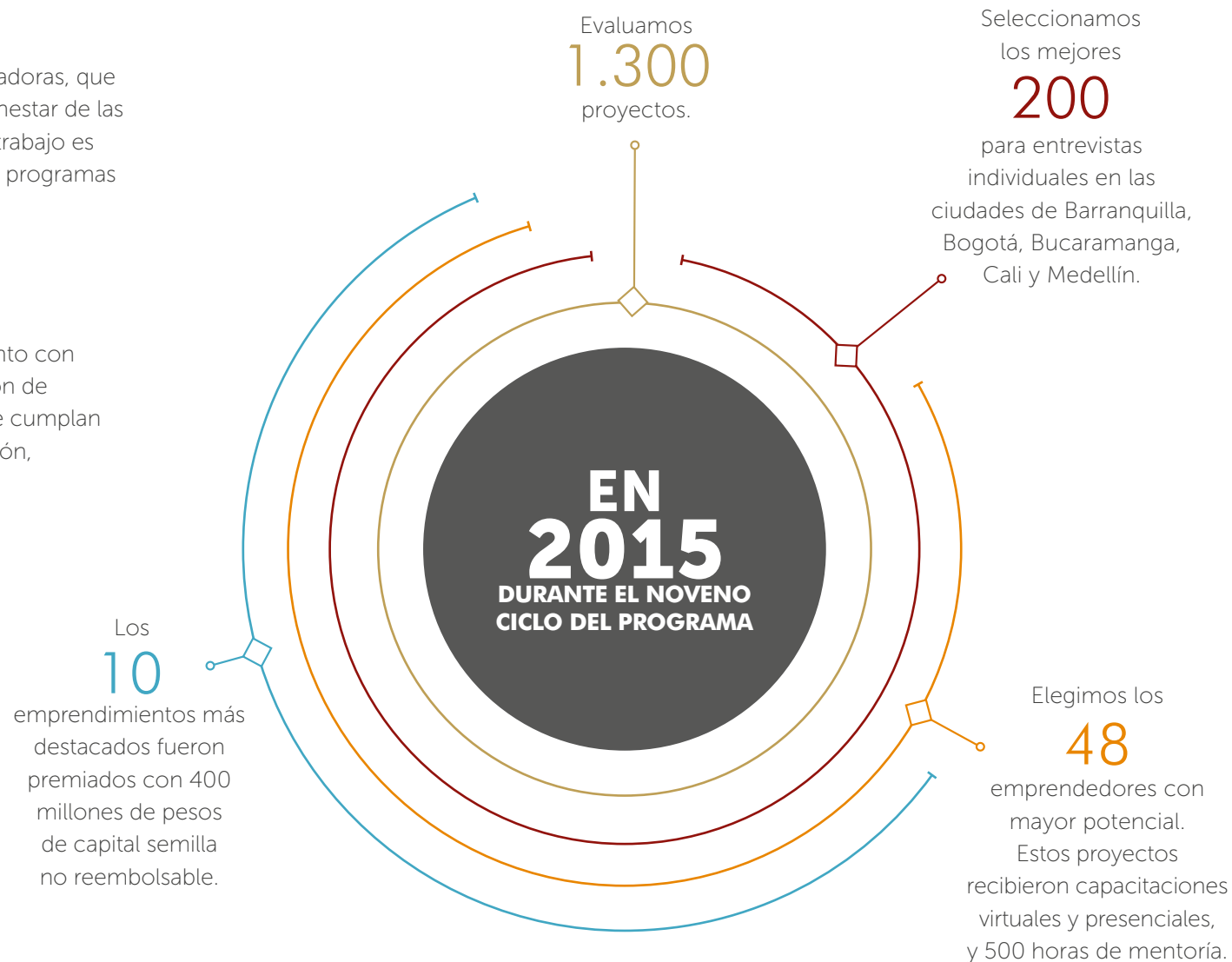
En 2015, en el marco de la Convención de Proveedores, realizamos la octava edición de los Premios Proveedores Bavaria, otorgando el máximo reconocimiento a 21 empresas, en las categorías: inversión y crecimiento, innovación y desarrollo, mejoramiento en calidad y desempeño, productividad, abastecimiento responsable y proveedor local del año.

## APOYAMOS EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR Y DE ALTO IMPACTO

Impulsamos proyectos y empresas nacientes e innovadoras, que generen productos y servicios que contribuyan al bienestar de las comunidades, la inclusión y el desarrollo social. Este trabajo es liderado por la Fundación Bavaria a través de diversos programas que facilitan su ejecución.

### DESTAPA FUTURO

Creamos este concurso para apoyar el emprendimiento con alto potencial de crecimiento, a través de la asignación de capital semilla a empresas o proyectos nacientes, que cumplan con criterios de rentabilidad, competitividad, innovación, sostenibilidad y generación de nuevos empleos.



## PROYECTOS DESTACADOS

Destacamos cuatro de los proyectos premiados por Destapa Futuro en su más reciente versión, debido a su alto grado de innovación, de posibilidad de crecimiento y de responsabilidad social y ambiental:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



## DESTAPA FUTURO EN TU REGIÓN

Replicamos el espíritu de emprendimiento del programa Destapa Futuro para aplicarlo con emprendedores locales.

### BAJO CAUCA ANTIOQUEÑO Y SUR DE CÓRDOBA



Finalizamos la operación de **Destapa Futuro en tu Región en la zona de influencia de 10 municipios de la región del Bajo Cauca Antioqueño**, el cual llevamos a cabo a través de una alianza entre la Fundación Bavaria, la Agencia para el Desarrollo Internacional USAID y la Universidad de Antioquia.

Gracias al mismo, generamos capacidades institucionales, colectivas e individuales para la implementación de alternativas productivas con miras al aporte del desarrollo sostenible de la región.

### VALLE DEL CAUCA



**Fortalecimos las capacidades de los emprendedores del Valle, ofrecimos recursos económicos para capital semilla y acceso a financiación.**

Contamos con la participación de 15 proyectos de emprendimiento, que recibieron asesoría y capacitación por parte de la Fundación Bavaria y de consultores empresariales locales. Además, se realizó un diagnóstico de cada uno de los proyectos participantes para seleccionar los 5 que tuvieron mayor posibilidad de crecimiento rápido, rentable y sostenido para aportarle a la región, a quienes se entregaron 200 millones de pesos de capital semilla.

Para la ejecución de Destapa Futuro en tu Región, contamos con la colaboración de instituciones como Valle del CaucaE (emprendimiento Vallecaucano), la Cámara de Comercio de Cali, iNNpulsa, la Universidad del Valle, la Universidad San Buenaventura, el SENA y la empresa canadiense Saje.

El proyecto aportó capital semilla por un valor cercano a los

**1.000**

millones de pesos,  
y benefició a

**21**

emprendedores de la región,  
con equipos, maquinaria,  
insumos e infraestructura.

Destapa Futuro en tu Región en el Valle del Cauca, cuenta con una inversión total de

**1.100**

millones de pesos,  
de los cuales la Fundación Bavaria aportó

**350**

millones en 2015.

## RED DE EMPRENDEDORES BAVARIA

Espacio para la conectividad, información, gestión de negocios y creación de conocimiento entre miles de emprendedores en todo el territorio nacional. A través de la Red, realizamos actividades virtuales y presenciales orientadas a la capacitación, la participación y el empoderamiento de la comunidad emprendedora.

En 2015, renovamos la imagen de la red virtual [www.redemprendedoresbavaria.net](http://www.redemprendedoresbavaria.net) y dispusimos más y mejores herramientas para sus usuarios, como las plataformas de aprendizaje y mentorías, los espacios de participación (foros y chats), el acceso a proyectos e iniciativas de emprendimiento y otros servicios que benefician a los emprendedores inscritos, desde todo el territorio nacional.



**La Red dispuso 27 cursos, 150 artículos en su blog y apoyó 28 webinars (#LaConversa), beneficiando a más de 18.000 emprendedores participantes.**

Adicionalmente, gestionó:



## RED NACIONAL DE ÁNGELES INVERSIONISTAS (RNAI)

Creamos la RNAI, con el propósito de incentivar el financiamiento de emprendimientos innovadores mediante la vinculación de inversionistas, fondos de inversión y grandes emprendedores.

14

### INVERSIONES CERRADAS

en sectores de tecnologías de la información y comunicación, alta tecnología, servicios, agroindustria y manufactura.

195

ruedas de inversión realizadas.

241

empresas convocadas.

40

empresas presentadas a sus inversionistas.

104

ángeles inversionistas vinculados.



## RETO BAVARIA

Concurso diseñado para acelerar procesos de innovación y emprendimiento, que permitan desarrollar soluciones para desafíos reales que enfrentamos en Bavaria, asociados a temas de desarrollo sostenible. Invitamos a grupos de investigadores, emprendedores o empresas a participar en los retos para ser solucionados con innovaciones científicas o tecnológicas que incentiven el desarrollo de la cadena de valor, generen empleo y conocimiento para la Compañía.



### EN SU PRIMERA VERSIÓN

entregamos un total de capital semilla de

**250**

**MILLONES DE PESOS**

para el apoyo a

3 proyectos que propusieron soluciones para el reciclaje de PET ámbar, el uso de alcohol residual de Águila Cero y la disposición de equipos de frío en desuso.

### EN LA SEGUNDA VERSIÓN

evaluamos proyectos para aprovechamiento del PET ámbar y los lodos de las Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR).



## SOLUCIONES GANADORAS

- ③ Gerdau Diaco, empresa líder en el segmento de aceros largos, nos ofreció la chatarrización y disposición integral de los residuos peligrosos aprovechables de las neveras dadas de baja, expidiendo certificados formales de disposición final.
- ③ Sobre el PET ámbar, hemos realizado pruebas con los emprendedores que resolvieron este reto para la fabricación de estibas con este material. Se espera que los participantes hagan parte de nuestra cadena de abastecimiento para la adquisición futura de este producto a gran escala.
- ③ La empresa Biofusión, aprovechará los lodos de la PTAR de nuestra Cervecería en Bucaramanga, para producir abono orgánico, haciendo que nuestro proceso de disposición sea más eficiente.



COMUNIDADES ALEDAÑAS:  
**SOMOS**  
*un buen vecino*

Brindamos apoyo a las comunidades cercanas a nuestra operación a través de programas para la superación de la pobreza y el aporte voluntario de nuestros colaboradores para el beneficio de las comunidades.

**CONTRIBUIMOS CON LA ELIMINACIÓN DE LA POBREZA EXTREMA**

Intervenimos en nuestras áreas de influencia con el programa Zonas Libres de Pobreza Extrema (ZOLIP), en conjunto con la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE), para contribuir a que **más familias logren superar sus condiciones de pobreza extrema y suplan sus necesidades básicas insatisfechas.**

En 2015, realizamos aportes que permitieron acercar a más personas a la senda de la prosperidad, porque contribuimos para que 139 familias mejoraran su condición de pobreza extrema en zonas aledañas a algunas de nuestras Plantas:



49  
 Barranquilla  
 (Atlántico)



47  
 Tocancipá  
 (Cundinamarca)



26  
 Tibasosa  
 (Boyacá)



17  
 Yumbo  
 (Valle)

Además, conseguimos un importante objetivo al graduar a **139** familias de Tocancipá (Cundinamarca), que superaron su condición de pobreza extrema, después de 3 años de acompañamiento.

Para lograr la superación de la pobreza extrema, acompañamos a las familias y les aportamos en las necesidades identificadas por la ANSPE a fin de cerrar la brecha de pobreza:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

Encuentre más información del programa  
Sanamente en el capítulo Mundo Sociable.





LA FAMILIA LARGACHA RODRÍGUEZ TUVO UN  
**CAMBIO TOTAL**  
*en sus condiciones de vida*



**Dervinson Puente Osorio**  
 Coordinador Zolip Yumbo  
 Fundación Bavaria

“La familia Largacha Rodríguez vive en el barrio Panorama del municipio de Yumbo, zona de alta pobreza, aledaña a nuestra Cervecería del Valle. El núcleo familiar está conformado por la señora Luz Marina, dedicada la mayor parte del tiempo al hogar; el señor José Ulises, que obtiene sus ingresos de un puesto ambulante de confitería; y sus tres hijos: Génesis, de 27 años, en situación de discapacidad cognitiva producto de una meningitis cerebral; Yorleni, de 24 años, que trabaja como operaria en una empresa de la zona, y Juan José, de 12 años, cursando grado quinto en el Colegio Mayor de Yumbo.

Después de un proceso de caracterización, identificamos los altos niveles de vulnerabilidad de esta familia y una urgente necesidad en materia de habitabilidad, ya que tenía unas condiciones de vivienda precarias: pisos en tierra, paredes en esterilla y tabla, techos de lata y pocos metros cuadrados para su convivencia. A través de una alianza con la Alcaldía de Yumbo, la Fundación Catalina Muñoz y la Fundación Bavaria (programa Uni2), les donamos una casa prefabricada, que se construyó con el apoyo de la misma familia y de colaboradores de nuestra Planta en este municipio.

Gracias a su nueva vivienda, la familia Largacha Rodríguez tuvo un cambio total en sus condiciones de vida; mejoró su seguridad, su bienestar y su convivencia. Y lo más importante es que la potencializó y la proyectó a mejorar otros aspectos de su vida”.



## CON NUESTROS EMPLEADOS, 'UNI2' POR LAS COMUNIDADES

En 2015, celebramos los diez años de Uni2, programa comprometido con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades vecinas, gracias a los aportes en dinero, en tiempo y en especie, de nuestros colaboradores.

Uni2 recibe los aportes voluntarios de los empleados, y Bavaria duplica el importe recibido. El dinero es administrado por nueve comités locales en:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

Desde su creación, más de

**7.000**

**MILLONES DE PESOS**

han sido donados por empleados y en la actualidad,

**48%**

de nuestros colaboradores hacen donaciones.



Cada comité es responsable de presentar un informe de gestión sobre los recursos invertidos.



## UNI2, EN 2015



Invertimos  
**700**  
MILLONES DE PESOS  
y beneficiamos  
a más de

**1.200**  
PERSONAS

en las zonas de influencia de las Plantas de todo el país, gracias a los aportes de nuestros colaboradores.



Contamos con la participación de  
**200**  
VOLUNTARIOS

quienes donaron  
más de  
**2.000**  
HORAS

para la realización de actividades y proyectos como la construcción de 12 casas en Bogotá y la jornada de reforestación en la Reserva Biológica El Encenillo (Guasca, Cundinamarca).



Realizamos la campaña

EMBAJADORES  
**Uni2**

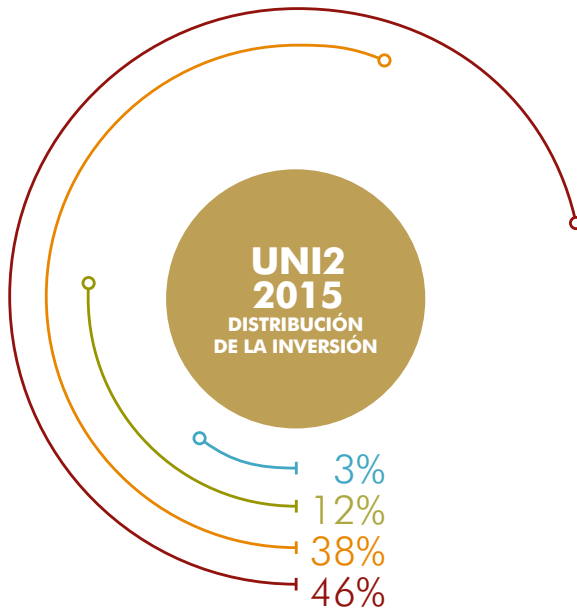
en la cual cada vicepresidencia de la Compañía, 9 en total, apadrinó una fundación, para que sus colaboradores la apoyaran económicamente a través de una plataforma virtual de *crowdfunding*.



Celebramos los 10 años del programa con una

**FERIA**  
DE FUNDACIONES

con el fin de dar a conocer la labor de estas organizaciones y la forma en que Uni2 las ha apoyado.



APOYO A ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO

DONACIONES PUNTUALES

PROYECTOS PRODUCTIVOS

PROYECTOS EN BENEFICIO  
DE LA NIÑEZ Y JUVENTUD







CÓMO VA A PASAR MI VIDA SIN HACER  
**ALGO IMPORTANTE**  
*para alguien*



**Gloria Inés Arias**  
 Directora de Desarrollo Institucional Fundación Proyecto Unión  
 Bogotá

.....

“Cuando dejé de trabajar en una empresa de la que era empleada, una amiga me dijo ‘por qué no vas a ayudar a una casa que hay en Chapinero adonde llegan niños con enfermedades terminales que han sido abandonados en los hospitales’. Y así llegué, en 2005, a hacer voluntariado al Hogar Santa Rita de Cascia [uno de los programa bandera de la Fundación Proyecto Unión, constituida formalmente en 2004]. Lo primero que vi era que las camas estaban amarradas con cabuyas, los colchones olían mal, su ropa estaba rota y la comida era básica. Sentí impotencia de que los hubieran abandonado. Pensé ‘cómo va a pasar mi vida sin hacer algo importante para alguien’, y fue cuando muy adentro de mí sentí una luz de esperanza porque podía hacer mucho por ellos. Sabía que estos chiquitos necesitaban lo mejor y lo nuevo; necesitan sentir que son la prioridad para alguien, así sea por un día. Así el hogar se fue transformando para convertirlo en un lugar adonde los niños llegaban a vivir; de hecho, comenzaron a estabilizarse y llegamos a tener 12 niños declarados como terminales que empezaron a caminar, a ir al colegio y a ser parte de una nueva familia gracias a que fueron adoptados. Ahora yo me dedico exclusivamente a gestionar donaciones y conseguir recursos con empresas privadas.

La Fundación Proyecto Unión es una de las fundaciones que Bavaria y sus empleados apoyan a través del programa Uni2. Entre sus aportes se incluyen regalos de Navidad, refrigerios, recursos anuales para la compra de pañales y leche en polvo, y el recaudo de 10 millones de pesos en 2015, a través del programa Embajadores Uni2 y una plataforma de *crowdfunding* para la dotación mobiliaria de la nueva sede de la Casa de los Ángeles.

Además del hogar, en la fundación también tenemos la Casa de los Ángeles, donde hospedamos a las mamás que traen a sus hijos enfermos a Bogotá para que les hagan sus quimioterapias; así, mientras ellos están en el hospital ellas tienen al menos un lugar donde dormir, bañarse, comer y tener un apoyo, durante el tiempo que dure el tratamiento. Próximamente, esta sede se trasladará a una instalación que estamos adecuando en el Parque Jaime Duque (Tocancipá, Cundinamarca), donde, gracias a un lote donado por el parque, le estamos dando forma a nuestro siguiente sueño: construir el Centro de Vida de los Ángeles, un hospital de primer nivel donde podamos atender a los niños enfermos. Sé que es un reto enorme, pero son ellos quienes me han enseñado que es posible cambiar la historia”.





## FUNDACIÓN BAVARIA 10 AÑOS DESTAPANDO SUEÑOS

En sus 10 años de operación, la Fundación Bavaria ha beneficiado a más de 100.000 colombianos. Sus programas han contribuido con la superación de 2 de las principales problemáticas del país: la generación de empleo y el acceso a oportunidades de las comunidades vulnerables, en especial, las ubicadas en las áreas de influencia de la Empresa:

### EMPRENDIMIENTO

#### OBJETIVO

Contribuir con la disminución de la pobreza y la generación de prosperidad.

#### PÚBLICO OBJETIVO

Emprendedores de todo el país.

#### PRINCIPALES INICIATIVAS

- ③ Destapa Futuro.
- ③ Red Nacional de Ángeles Inversionistas RNAI.
- ③ Red de Emprendedores Bavaria.

### CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES VULNERABLES Y CADENA DE VALOR

#### OBJETIVO

Mejorar la calidad de vida de las comunidades vulnerables de nuestra cadena de valor.

#### PÚBLICO OBJETIVO

Tenderos y comunidades aledañas a nuestras operaciones.

#### PRINCIPALES INICIATIVAS

- ③ Zonas Libres de Pobreza (ZOLIP).
- ③ 4e, Camino al Progreso.
- ③ Tiendas de Paz.

Para el desarrollo de sus proyectos la Fundación Bavaria ha obtenido recursos de apalancamiento de organizaciones como Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), iNNpulsa, Xcala, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Departamento de la Prosperidad Social (DPS) y Agencia Presidencial para la Superación de la Pobreza (ANSPE).

Vea aquí el video  
de los 10 años de la Fundación Bavaria







# DERECHOS *humanos*

Tanto para nuestros colaboradores directos, como para el personal subcontratado, y aquellos que se desempeñan en las empresas que forman parte de nuestra cadena de abastecimiento, establecemos a nivel vinculante el respeto de los derechos humanos, con particular énfasis en la prohibición de contratar menores de edad, la prevención del trabajo forzado, la garantía de todas las obligaciones laborales y el acatamiento de las normas de salud ocupacional y seguridad industrial, entre otros.

Adicionalmente, realizamos iniciativas para la promoción de los derechos humanos y fortalecer su relevancia entre nuestros grupos de interés.

## PROMOVEMOS LOS DERECHOS HUMANOS EN NUESTRO ENTORNO LABORAL

### DERECHOS HUMANOS PARA EMPLEADOS DE SEGURIDAD

**Capacitamos en derechos humanos a 27 colaboradores del área de seguridad de la Compañía y a 150 guardas de la empresa proveedora de servicios de vigilancia y seguridad.** Con estos últimos, hicimos énfasis en los Principios Voluntarios de Seguridad y Derechos Humanos.

### DEBIDA DILIGENCIA

**Durante 2015, realizamos un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía.** Los resultados de este diagnóstico, así como el plan de gestión correspondiente, se divulgarán en el primer semestre de 2016, una vez sean validados con la alta dirección.

En 2015, celebramos los acuerdos colectivos de trabajo, Convenciones y Pacto, con casi la totalidad de los empleados de la Compañía:

96%

## FOMENTAMOS EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTROS

### ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Aseguramos el cumplimiento y avance de los ocho Principios de Abastecimiento Responsable de SABMiller a través de la realización de acreditaciones comerciales que incluyen una auditoría en el marco de la metodología SMETA.

En 2015, brindamos **acompañamiento y asesoría técnica a 105 representantes de 78 proveedores de Bogotá y Medellín**, con base en los pilares que evalúa esta metodología.

Adicionalmente, con el propósito de reforzar y fomentar comportamientos éticos en nuestra cadena de suministros, en 2015:



Compartimos con más de 6.800 proveedores nuestro nuevo Código de Conducta en los negocios y el Código de Ética para proveedores.



Ajustamos los documentos de aceptación del Compromiso Ético y las políticas de Prevención de Lavado de Activos y de Antisoborno, con el propósito de asegurar que nuestros proveedores acepten y adopten las prácticas promovidas por SABMiller.



Realizamos la primera versión del Foro de Ética en Cadena.



## FORO ÉTICA EN CADENA

En 2015, realizamos en su primera versión el Foro de Ética en Cadena, ratificando nuestro compromiso por fomentar los más altos estándares de ética empresarial y reforzar nuestros fundamentos y buenas prácticas, evidenciadas en herramientas como el Código de Ética, el Código de Conducta y la Política Antisoborno.

En las cinco ciudades donde realizamos el Foro, **(Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín)**

contamos con la participación de

**404**  
PERSONAS

en representación de

**304**  
PROVEEDORES

directos y subcontratistas.

# NUESTRA *gente*



## HECHOS DESTACADOS 2015

### HCM (HUMAN CAPITAL MANAGEMENT)

Pusimos en marcha el Programa para la Autogestión y la Eficiencia HCM (por su sigla en inglés), herramienta tecnológica que nos permite manejar en forma integrada la información de cada colaborador, lo cual ha facilitado la administración del talento humano.

### INDUCCIÓN

Modernizamos el proceso de inducción, mediante la creación de la herramienta virtual On Boarding, que brinda a los nuevos trabajadores acceso a la información general de la Compañía, a través de procesos ágiles que crean mayor conexión emocional con la cultura corporativa.

### TRABAJO CON SIGNIFICADO

Hemos mejorado nuestro entorno laboral, gracias a esta estrategia enfocada al fortalecimiento del conocimiento de las metas y los resultados de la Compañía por parte de nuestros colaboradores, así como a la facilitación de oportunidades de crecimiento, entrenamiento y desarrollo.

### CONVOCATORIAS

En 2015, realizamos **150** convocatorias, de las cuales el **74%** fueron cubiertas por personal interno y el **26%** por personal externo, evidenciando nuestro compromiso por ofrecer oportunidades a nuestro talento.






Para el nivel gerencial y superior, realizamos **89** procesos, de los cuales el **80%** se cubrió con personal interno y el **20%** con personal externo.

## IMPULSAMOS LA INCLUSIÓN Y LA DIVERSIDAD

Impulsar la diversidad es una opción ineludible para construir un mundo próspero, donde las personas se sientan representadas y encuentren oportunidades de desarrollo sin importar su género, edad, lugar de nacimiento, religión, color de piel, opción sexual, opinión política, color de piel o necesidades particulares.

Teniendo en cuenta lo anterior, nuestros procesos de selección de talento se acogen a la Política de Ética y Diversidad, que se basa en los principios de igualdad, equidad, imparcialidad, respeto y justicia para todos.

### CARACTERIZACIÓN DE NUESTRA PLANTA

| TOTAL COLABORADORES 2015        |  |  |  |  |  |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO   | 3.464   | 81,62   | 780   | 18,38   | 4.244   |
| CONTRATO A TÉRMINO FIJO         | 505   | 87,83   | 70  | 12,17   | 575   |
| PRACTICANTES Y ESTUDIANTES SENA | 64  | 36,57   | 111   | 63,43   | 175   |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>4.033</b>  | <b>80,76</b>  | <b>961</b>  | <b>19,24</b>  | <b>4.994</b>  |

**4.913**  
TOTAL COLABORADORES 2014



81%



19%

**4.994**  
TOTAL COLABORADORES 2015








80,76%








19,24%






COLABORADORES, SEGÚN GÉNERO Y NIVEL JERÁRQUICO 2015

|               |  |  |  |  |  |
|---------------|---|--|---|---|---|
| DIRECTORES    | 50  | 73,53  | 18  | 26,47   | 68  |
| GERENTES      | 192   | 71,11  | 78  | 28,89   | 270   |
| PROFESIONALES | 943   | 71,12  | 383   | 28,88   | 1.326   |
| OPERARIOS     | 2.784   | 88,24  | 371   | 11,76   | 3.155   |
| ESTUDIANTES   | 64  | 36,57  | 111   | 63,43   | 175   |




COLABORADORES, SEGÚN GÉNERO Y EDAD 2015

|              |  |  |  |  |  |
|--------------|--|---|--|--|--|
| 18 A 25 AÑOS | 264  | 63,16   | 154  | 36,84  | 418  |
| 26 A 35 AÑOS | 1.096  | 75,59   | 354  | 24,41  | 1.450  |
| 36 A 45 AÑOS | 1.398  | 83,02   | 286  | 16,98  | 1.684  |
| 46 A 60 AÑOS | 1.258  | 88,40   | 165  | 11,60  | 1.423  |
| 61 Y MÁS     | 17   | 88,47   | 2  | 10,53  | 19   |




## COLABORADORES, SEGÚN GÉNERO Y PLANTA 2015

|  |  |  |  |
|--|---|---|---|
| CERVECERÍA UNIÓN (MEDELLÍN)            | 317   | 47  | 364   |
| CERVECERÍA BARRANQUILLA                | 606   | 103   | 709   |
| OFICINA CENTRAL (BOGOTÁ)               | 633   | 398   | 1.031   |
| CERVECERÍA BOYACÁ                      | 209   | 32  | 241   |
| CERVECERÍA BUCARAMANGA                 | 309   | 78  | 387   |
| IMPRESORA DEL SUR Y REGIONAL OCCIDENTE | 246   | 109   | 355   |
| MALTERÍA TROPICAL                      | 67  | 7   | 74  |
| REGIONAL ANTIOQUIA                     | 235   | 38  | 273   |
| TOCANCIPÁ (CUNDINAMARCA)               | 611   | 54  | 665   |
| TIBITÓ (BOYACÁ)                        | 83  | 7   | 90  |
| CERVECERÍA DEL VALLE                   | 313   | 47  | 360   |
| TRANSPORTES TEV                        | 404   | 41  | 455   |

## NÚMERO DE COLABORADORES QUE DEJARON SU EMPLEO EN 2015, POR PLANTA

|  |  |  |  |
|--|---|---|---|
| CERVECERÍA UNIÓN (MEDELLÍN)            | 3   | 3   | 6   |
| CERVECERÍA BARRANQUILLA                | 16  | 2   | 18  |
| OFICINA CENTRAL (BOGOTÁ)               | 36  | 25  | 61  |
| CERVECERÍA BOYACÁ                      | 1   | 1   | 2   |
| CERVECERÍA BUCARAMANGA                 | 8   | 4   | 12  |
| IMPRESORA DEL SUR Y REGIONAL OCCIDENTE | 16  | 3   | 19  |
| MALTERÍA TROPICAL                      | 1   | 1   | 2   |
| REGIONAL ANTIOQUIA                     | 19  | 4   | 23  |
| TOCANCIPÁ (CUNDINAMARCA)               | 8   | 1   | 9   |
| TIBITÓ (BOYACÁ)                        | 1   | 0   | 1   |
| CERVECERÍA DEL VALLE                   | 6   | 0   | 6   |
| TRANSPORTES TEV                        | 36  | 5   | 41  |

NÚMERO DE COLABORADORES QUE DEJARON SU EMPLEO EN 2015, POR EDAD

|              |  |  |  |
|--------------|--|---|---|
| 18 A 25 AÑOS | 7  | 2   | 9   |
| 26 A 35 AÑOS | 50   | 26  | 76  |
| 36 A 45 AÑOS | 59   | 13  | 72  |
| 46 A 60 AÑOS | 27   | 7   | 34  |
| 61 Y MÁS     | 9  | 0   | 9   |

ÍNDICE DE ROTACIÓN



2014

6,3%



2015

3,64%\*

\* El índice de rotación es significativamente inferior al del año anterior, debido a la gestión que realizamos para la búsqueda de eficiencias en la estructura organizacional de las áreas que se requerían (proyecto denominado Lean).

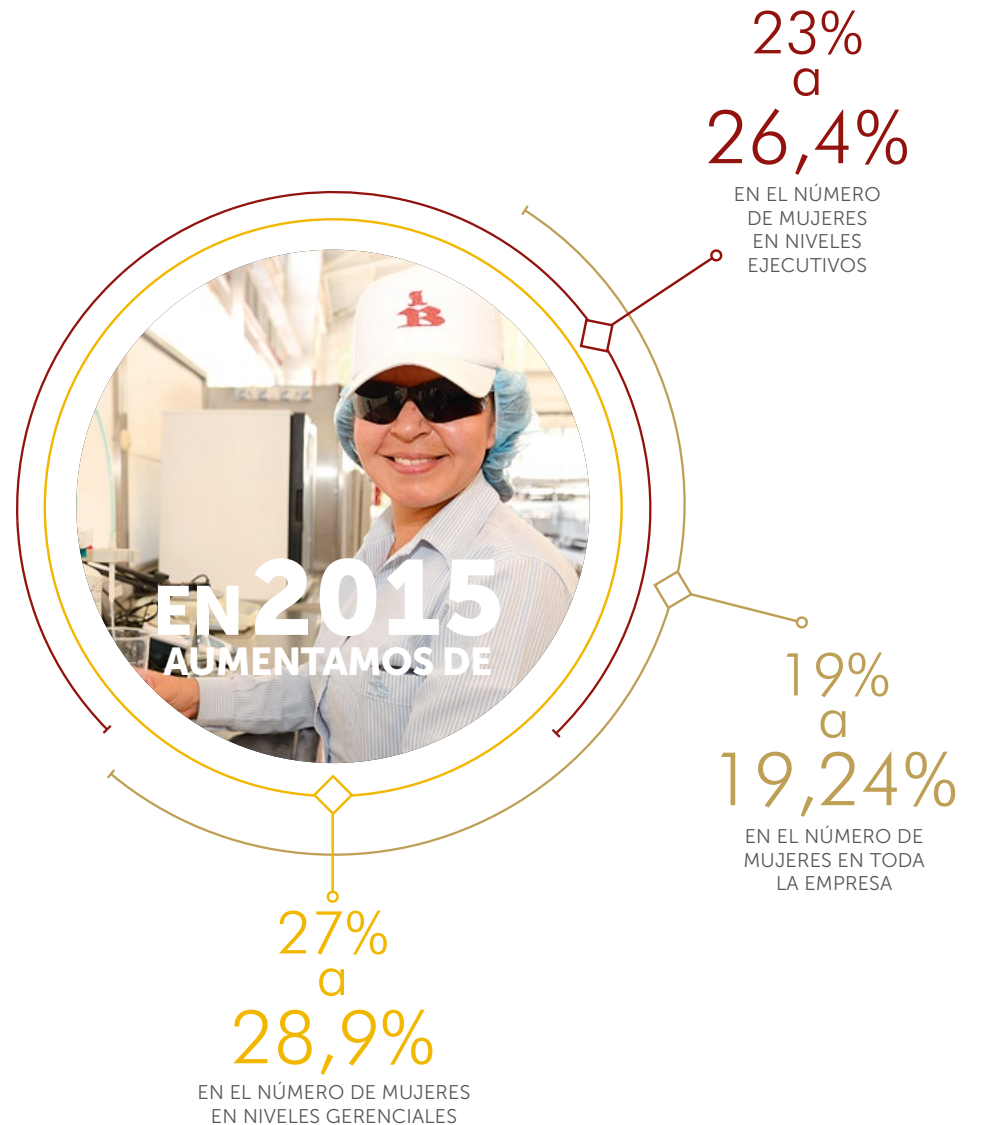


## EQUIDAD DE GÉNERO

Estamos convencidos de que a través de la generación de oportunidades de crecimiento para nuestras colaboradoras tendremos mejores resultados de negocio y ayudaremos a cambiar los estereotipos de rol, tradiciones culturales y estilos de vida. Por ello, **durante 2015 realizamos el taller “Liderazgo y conciencia femenina: una oportunidad para valorar la experiencia de ser mujer”**. Este espacio de formación contó con la participación de 169 colaboradoras de los niveles profesional, ejecutivo y directivo. Las reflexiones y conclusiones del taller nos servirán para diseñar y desarrollar las estrategias de fortalecimiento de la equidad de género en la Compañía.

Gracias a la retroalimentación de las participantes y a los resultados de los talleres, definimos una propuesta para la promoción de la equidad de género que implementaremos a partir de 2016 y que contempla, entre otras, actividades como: talleres de *mindfulness* (atención y meditación), *mentoring* para mujeres que pasan a ser line manager, trabajo flexible.

Adicionalmente, en nuestros procesos de selección tenemos como meta incluir al menos una mujer en la terna de finalistas preseleccionados.



**SALARIO PROMEDIO, SEGÚN GÉNERO\***

2015



\$3.935.088



\$4.692.535



\$4.088.276

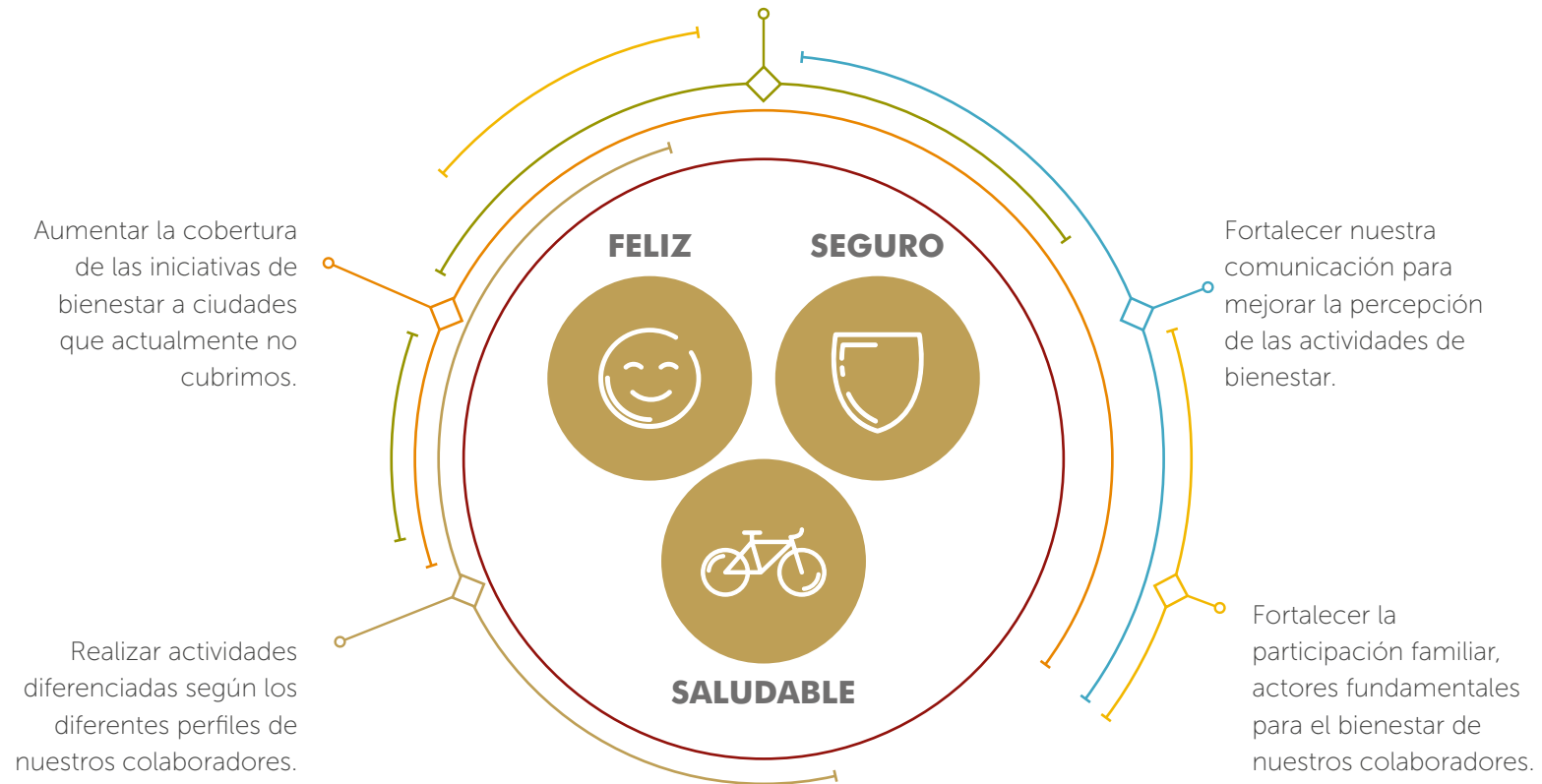
\* Este salario no incluye Transportes TEV, cuyo salario promedio para los hombres es de \$1.670.854 y para las mujeres de \$3.393.393.



## ¡VIVE BIEN!, NUESTRA APUESTA POR EL BIENESTAR

Uno de nuestros principales desafíos en 2015, fue el diseño y la estructuración de la estrategia de bienestar ¡Vive Bien! Con esta estrategia buscamos:

Alinear bajo una misma sombrilla las actividades que desarrollan las diferentes áreas de la Organización en beneficio de nuestros colaboradores.



## ACTIVIDADES DE BIENESTAR

Durante 2015, realizamos las siguientes actividades para nuestros colaboradores:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

Las actividades con mayor acogida fueron el Programa Mejores Estudiantes, la celebración de halloween y las vacaciones recreativas, con una participación superior al **90%**.



## SALUD OCUPACIONAL, SEGURIDAD E HIGIENE INDUSTRIAL

Orientamos todos los planes y programas de seguridad y salud en el trabajo, conforme con los lineamientos del Manual Global de Salud y Seguridad de SABMiller y las disposiciones legales, a través de un Sistema de Gestión Integral que articula la calidad, la inocuidad, el cuidado del medio ambiente, la seguridad y la salud ocupacional.

### Desarrollamos las siguientes actividades preventivas en 2015:



Fortalecimiento de los programas de prevención y monitoreo de epidemias chikungunya y zika.



Jornada nacional de vacunación contra la influenza: 2.219 personas beneficiadas.



Ferias de salud en todas las regionales: 5.153 trabajadores, contratistas y familiares participantes.



Conmemoración Día mundial de la lucha contra el VIH sida en todas las regionales: 840 colaboradores y 195 contratistas participantes.



Convención de Convenciones para la prevención de enfermedades y accidentes: 2.000 asistentes.



### Dimos continuidad a los programas de:



Vigilancia epidemiológica de problemas osteomusculares, con una cobertura de 4.402 colaboradores y contratistas.



Pausas activas en todas las sedes con una participación de 5.368 personas.



Prevención de riesgo psicosocial.



Prevención ergonómica, que incluyó un diagnóstico nacional con evaluación de 110 puestos y 1.375 colaboradores.



|   | 2014 | 2015   |
|---|------|--------|
| ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTALIDAD                | 3    | 3,8*   |
| ÍNDICE DE SEVERIDAD                                   | 29,9 | 24,9** |
| NÚMERO DE CASOS CONFIRMADOS DE ENFERMEDAD PROFESIONAL | 8    | 6      |
| DÍAS DE AUSENCIA POR ENFERMEDAD PROFESIONAL           | 34   | 69***  |

\* El aumento en el índice de frecuencia obedece a un cambio de fórmula. A partir de 2015, incluimos contratistas permanentes en el cálculo (accidentes de operadores logísticos y empresas de reparto).

\*\* La disminución en el índice de severidad se debe al mayor control que estamos ejerciendo en los factores de riesgo, por lo tanto, se reducen significativamente los días fuera del trabajo por lesiones incapacitantes.

\*\*\* Días generados por un caso que corresponde a una enfermedad laboral diagnosticada en 2013.

## CULTURA DE SALUD Y SEGURIDAD

Con el propósito de mejorar la cultura de salud ocupacional y seguridad, implementamos **SafeStart**, una herramienta que involucra a nuestros colaboradores y sus familias para promover comportamientos seguros en el trabajo, el hogar y en diferentes espacios de la vida cotidiana.

El programa, consta de cinco módulos basados en entender y controlar estados que causan errores críticos y accidentes como la prisa, frustración, fatiga y complacencia. Las capacitaciones abarcaron a todo el personal directivo, profesional, administrativo y operativo. Incluye un *kit* para cada trabajador con guías en seguridad y juegos interactivos para que los colaboradores involucren a sus hijos.



### EN IMPRESORA DEL SUR

- Implementamos el Programa SafeStart.
- Impartimos el curso Técnico mecánico en maquinaria industrial, con el SENA.
- Certificamos por competencias en Operación Segura de Montacargas y Curso Avanzado de Alturas, con el SENA.

Formamos más de

170  
INSTRUCTORES

9  
COMITÉS DE LIDERAZGO

y todos los equipos de todas las plantas  
realizaron la capacitación SafeStar.



## EN TRANSPORTES TEV

Estamos implementado las acciones necesarias para ejecutar el **Plan Estratégico de Seguridad Vial**, Resolución del Ministerio de Transporte de 2014, para todas las empresas que posean y administren flotas de vehículos automotores, como es el caso de Transportes TEV. **En 2015, logramos un porcentaje de ejecución promedio en todos los componentes del plan en un 50%.**



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



## FORMACIÓN Y DESARROLLO

Nuestra estrategia de desarrollo tiene un doble propósito: por un lado, facilitar oportunidades de crecimiento y entrenamiento a nuestros colaboradores para su formación integral; por el otro, contribuir al cumplimiento de la estrategia y las metas de nuestra Compañía.

En 2015, invertimos más de **4.000 millones de pesos** en procesos de capacitación:



**123.077**

HORAS

Que beneficiaron a  
**3.807**  
colaboradores directos.



**120.851**

HORAS

Ofrecidas a  
**4.273**  
terceros.



## CONVERSACIONES PRODUCTIVAS




Culminamos las sesiones presenciales de esta iniciativa regional de SABMiller que hemos implementado con

**1.300**  
LÍDERES

de la Organización (Directores, Gerentes y Profesionales -con personas a cargo-), mediante capacitaciones prácticas sobre indagación apreciativa, empoderamiento lingüístico, coaching y sinergia en equipo.

Aplicamos una encuesta de efectividad del programa evidenciando los 3 comportamientos en los cuales hay un mayor cambio en los líderes: reconocen el buen desempeño, asumen la responsabilidad por lo que dicen, y escuchan, observan y preguntan más, antes de emitir nuevas recomendaciones.

COLABORADORES DIRECTOS BENEFICIARIOS DE CAPACITACIONES EN 2015, SEGÚN NIVEL JERÁRQUICO

|                  |  |  |  |
|------------------|---|---|---|
| PRESIDENTE       | 1   | 0   | 1   |
| VICEPRESIDENTES  | 7   | 1   | 8   |
| DIRECTORES       | 40  | 17  | 57  |
| GERENTES         | 190   | 76  | 266   |
| PROFESIONALES    | 915   | 364   | 1.279   |
| OPERARIOS        | 1.492   | 164   | 1.656   |
| NO PROFESIONALES | 409   | 131   | 540   |

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR COLABORADOR (DIRECTOS)



\* La disminución del promedio se debe a que estamos promoviendo programas *e-learning* y metodologías de desarrollo *on the job*.



## PLANES DE DESARROLLO A LA MEDIDA

Diseñamos planes de desarrollo para todas las vicepresidencias de la Compañía, con soluciones de aprendizaje a la medida de cada una, considerando las siguientes proporciones para la metodología:

**70%**

ESTRATEGIAS *ON THE JOB*

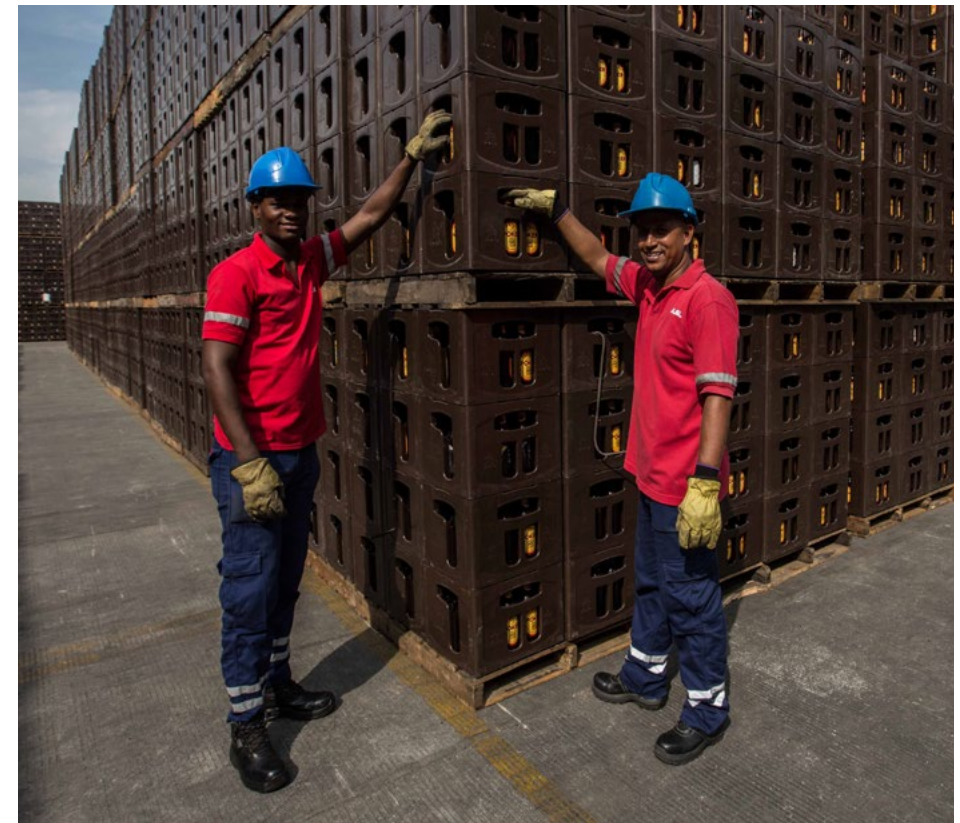
**20%**

MENTORING Y COACHING

**10%**

CAPACITACIÓN FORMAL

Destacamos que el mayor porcentaje de formación en las Plantas durante 2015, estuvo enfocado en el programa de seguridad SafeStar, con cobertura nacional, así como talleres en temas regulatorios y buenas prácticas de manufactura.



## PLANES DE DESARROLLO INDIVIDUAL

Constituyen una herramienta a través de la cual identificamos las oportunidades de desarrollo y definimos las acciones a seguir según una población determinada al interior de la Organización. Estos planes son fundamentales para el cumplimiento de las metas establecidas.

## PROGRAMAS CORPORATIVOS

Con base en el análisis de las necesidades consignadas en los planes de desarrollo, diseñamos un programa de capacitación corporativo para todas las áreas funcionales de la Compañía:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

## HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS DE APRENDIZAJE

Lanzamos el sitio *online* de Aprendizaje y Desarrollo, donde ofrecemos a nuestros colaboradores una biblioteca virtual con resúmenes de libros de negocios, audiolibros y recomendaciones de desarrollo.

Montamos bibliotecas en cada una de nuestras Plantas, en donde los colaboradores pueden tomar prestados libros y películas sobre temas de liderazgo, trabajo en equipo, solución de problemas, entre otros.

## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO

Su objetivo es fortalecer el desempeño y el desarrollo de todos nuestros colaboradores, con base en su contribución a la estrategia de la Organización.

En las evaluaciones participan todos los colaboradores con contrato a término indefinido de la Compañía<sup>4</sup> y se aplica entre abril y mayo, fecha que coincide con nuestro cierre de año fiscal.



En 2015<sup>5</sup>, realizamos revisión de desempeño a **3.716 colaboradores**, correspondiente al 99% de la población objeto de este programa.

<sup>4</sup> La evaluación se aplica a colaboradores directos, con contrato a término indefinido que lleven más de tres meses en la Compañía. Los empleados de TEV no se incluyen dentro de esta muestra (a excepción de su Director).

<sup>5</sup> Resultados correspondientes al periodo fiscal 2015.

COLABORADORES EVALUADOS, POR CATEGORÍA PROFESIONAL



Destacamos la implementación del módulo de desempeño y desarrollo en la plataforma tecnológica HCM (Human Capital Management), como herramienta de documentación única y oficial para registrar la información resultante de las etapas del programa de evaluación del desempeño: Metas, One on One, Evaluaciones de Desempeño y Desarrollo, Plan de Desempeño Individual y Hoja de Vida.





# MUNDO Sociable



## QUEREMOS UN MUNDO DONDE NUESTRAS CERVEZAS SEAN DESARROLLADAS, COMERCIALIZADAS Y CONSUMIDAS CON RESPONSABILIDAD, PARA EL BIENESTAR INDIVIDUAL Y SOCIAL

Estamos comprometidos con el consumo responsable de alcohol entre adultos, y con la prevención y erradicación del consumo de alcohol entre menores de edad, en donde la consigna es la cero tolerancia.

Sabemos que aunque la cerveza tiene menor contenido de alcohol en comparación con otras bebidas, cuando se consume de manera irresponsable, puede comprometer la seguridad física y el bienestar. Las bebidas alcohólicas deben ser consumidas responsablemente solo por aquellas personas con edad legal, que asuman la decisión libremente, y en sintonía con un estilo de vida sano y equilibrado.

Creemos que podemos contribuir a cambiar los patrones negativos de consumo de alcohol en el país. La reducción de los problemas del consumo inadecuado requiere de una responsabilidad compartida que empieza por nosotros y se extiende a otras instancias de la sociedad como el gobierno, establecimientos que lo comercialicen, agremiaciones educativas, organizaciones sociales y padres de familia.

Por lo anterior, actuamos acorde con la regulación y con las políticas; cumplimos altos estándares de comercialización y venta; trabajamos internamente, en un mercadeo responsable de nuestros productos para garantizar que la publicidad no sea atractiva a menores de edad, ni incite al consumo irresponsable; y desarrollamos iniciativas y campañas de prevención, dirigidas a la sociedad en general, a los clientes, a tenderos, a padres de familia y a jóvenes; siempre en alianza con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

G4-19  
G4-20  
G4-21  
G4-27



### ASUNTOS MATERIALES

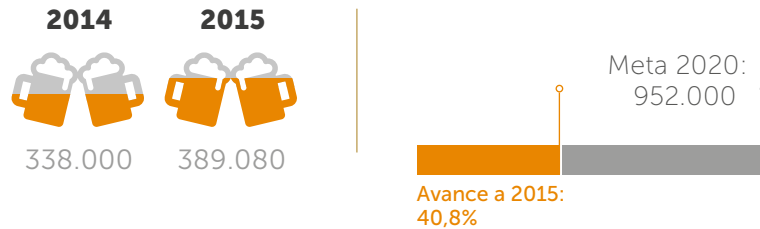
- ⦿ Consumo responsable y moderado de alcohol
- ⦿ Prevención del consumo de alcohol en menores de edad
- ⦿ Comunicación comercial responsable
- ⦿ Prevención de la conducción tras la ingesta de alcohol



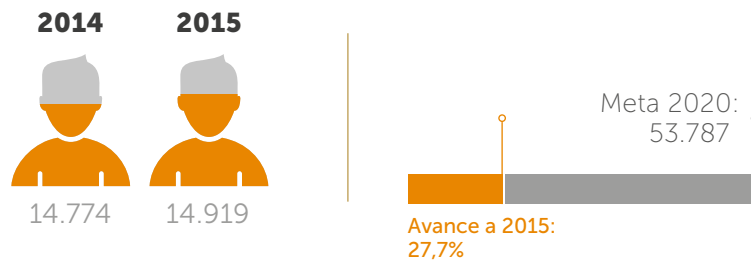
# NUESTRO *desempeño en 2015*

INDICADORES CLAVE (KPIs)

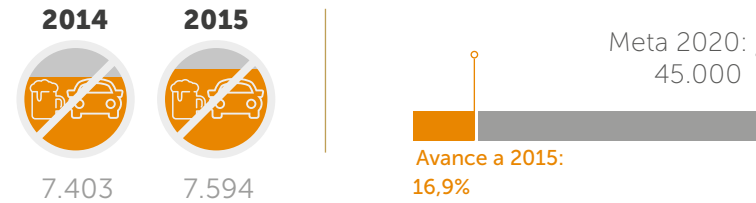
## 1 CONSUMIDORES CUBIERTOS POR LAS CAMPAÑAS Y LOS PROGRAMAS DE MODERACIÓN



## 2 PERSONAS INVOLUCRADAS EN LOS PROGRAMAS PARA PREVENIR EL CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES DE EDAD

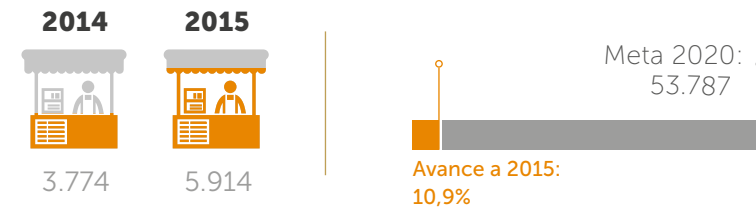


## 3 CONSUMIDORES QUE HAN PARTICIPADO EN INICIATIVAS PARA IMPEDIR LA CONDUCCIÓN DE VEHÍCULOS TRAS LA INGESTA DE ALCOHOL\*

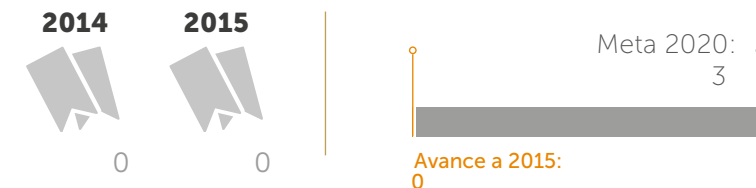


\* Este indicador se calcula de esta manera hasta 2015. A partir de 2016, se calculará con base en un concepto amplio de seguridad vial.

## 4 VENDEDORES Y TENDEROS INCLUIDOS EN ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE VENTA RESPONSABLE



## 5 MARCAS QUE INTEGRAN NUESTROS PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD EN SUS ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN




 CONSUMO RESPONSABLE Y  
**MODERADO**  
*de alcohol*

Promovemos las Zonas de Rumba Segura en diferentes ciudades del país, con el propósito de generar condiciones propicias para el sano esparcimiento y para un consumo seguro de alcohol.

Realizamos intervenciones integrales en las zonas de diversión o durante fechas especiales, mediante alianzas con las administraciones locales de cada ciudad y otros actores importantes como medios de comunicación, Policía y gremios.

Sensibilizamos con mensajes de consumo responsable a

**389.080**

personas, en las principales ferias y fiestas de ciudades como:

BARRANQUILLA (ATLÁNTICO)  
BOGOTÁ D. C.

BUCARAMANGA (SANTANDER)

CALI (VALLE DEL CAUCA)

CARTAGENA (BOLÍVAR)

MANIZALES (CALDAS)

MEDELLÍN (ANTIOQUIA)

PASTO (NARIÑO)

SANTA MARTA (MAGDALENA)

TUNJA (BOYACÁ)

VALLEDUPAR (CESAR)



Entregamos  
**39.435**  
 asistencias gratuitas de conductor elegido.

Transportamos de manera segura a  
**7.594**  
 consumidores a sus hogares.



## COMUNICACIÓN COMERCIAL RESPONSABLE

Capacitamos a

406  
PERSONAS

sobre la **Política de Alcohol de la Compañía**, que incluyó empleados directos, agencias de publicidad y proveedores.

Realizamos

52  
**Comités de Cumplimiento  
de Comunicación Comercial**

en los que se revisaron

**700 campañas:**

495  
fueron aprobadas.



PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL

# EN MENORES *de edad*

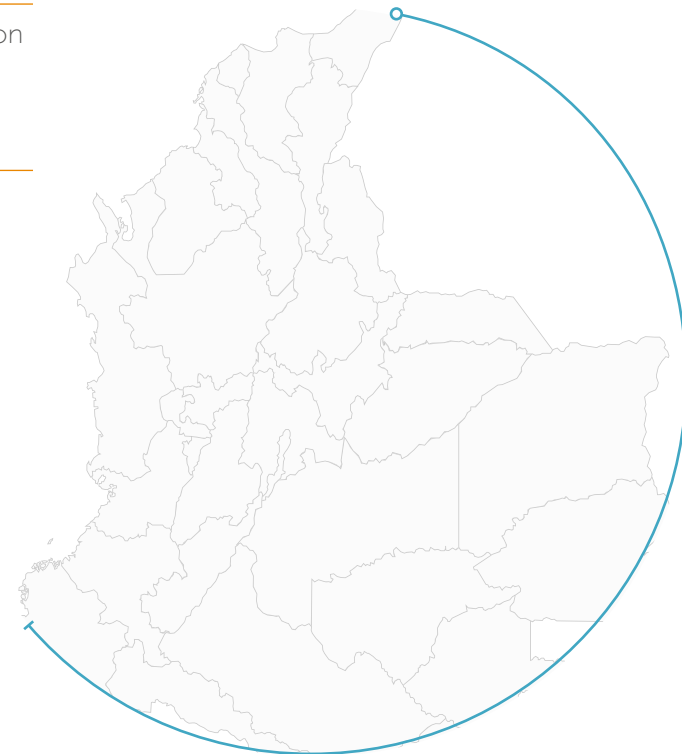
El bienestar de los niños y jóvenes es primordial para nosotros, por esta razón, las políticas están orientadas a la cero tolerancia del consumo de alcohol en esta población. Nuestros programas, no solo llaman la atención sino que forman a comerciantes, padres de familia y educadores, sobre la importancia de proteger a los menores de edad de los riesgos de esta práctica.

## CONOCEMOS LA PROBLEMÁTICA DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES

Patrocinamos el Segundo Estudio de Consumo de Alcohol en Menores en Siete Ciudades Capitales y Dos Municipios Pequeños de Colombia, realizado por la Corporación Nuevos Rumbos, el cual nos ha permitido profundizar en la comprensión de la situación actual del país, en materia de consumo de alcohol en menores de edad y reforzar las acciones para enfrentar esta problemática.

En el estudio participaron

**9.677**  
ESTUDIANTES DE:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS

**12**  
AÑOS  
es la edad promedio de inicio de consumo.

**70%**  
de los menores encuestados ha probado el alcohol.

**55,7%**  
de los adolescentes consumen alcohol.

**46%**  
consumen alcohol en presencia de sus padres.

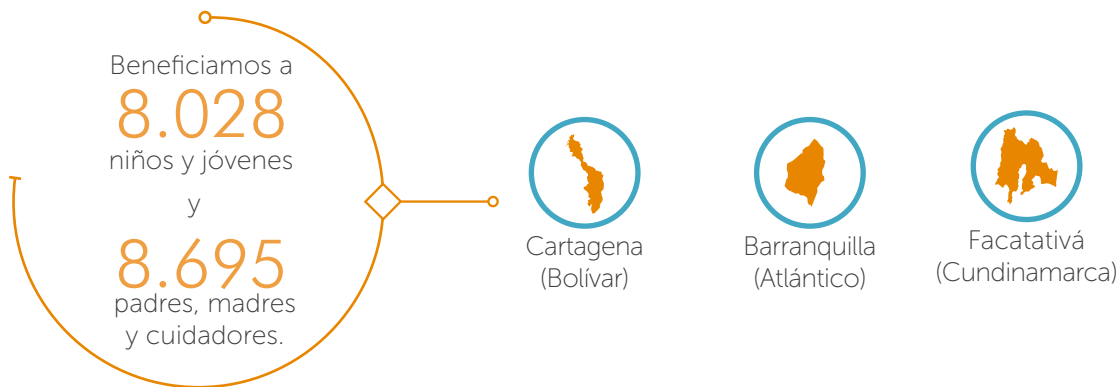
Lea el Segundo Estudio de Consumo de Alcohol en Menores aquí

**CONTRIBUIMOS CON LA PREVENCIÓN DE FACTORES DE RIESGO**

Contamos con programas e iniciativas dirigidas a niños, jóvenes, padres de familia, cuidadores y docentes, que buscan prevenir los factores de riesgo asociados al inicio de consumo de alcohol y sustancias psicoactivas, por parte de menores de edad.

**SanaMente**

Prevenimos los factores que se asocian al inicio del consumo de alcohol en menores de edad, mediante sesiones diseñadas para ser aplicadas dentro de la jornada escolar, en grupos clasificados según las edades y con actividades que se complementan con trabajo familiar.



Gracias al desarrollo de esta iniciativa, mediante evaluaciones, hemos comprobado el aumento de la percepción de riesgo de los estudiantes y las influencias normativas, por parte de los padres de familia.



## PAZalobien

Implementamos este programa con la Fundación Mi Sangre en Medellín. En 2015, llegamos a 509 niños y jóvenes de la Institución Educativa Luis Carlos Galán Sarmiento, de la comuna 8 de esta ciudad, quienes tuvieron la oportunidad de descubrir y ejercer sus habilidades como constructores de paz a través del arte y la lúdica. Asimismo, **185 padres de familia y acudientes, y 41 docentes, fueron formados en la metodología PAZalobien.**

## PROYECTO PLATAFORMA

Desarrollamos una plataforma tecnológica para identificar, convocar y seleccionar proyectos que logren fortalecer entornos protectores para la **prevención del consumo de sustancias psicoactivas, con énfasis en el consumo de alcohol.**

En el primer semestre de 2015, con el apoyo de la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Bogotá, realizamos una convocatoria pública a través de la cual seleccionamos 2 proyectos en las localidades de Bosa y Kennedy: **Bosa Con-vida y el Cartel del Cine.**

Invertimos en total **240 millones de pesos** y hemos beneficiado a **217 niños** entre los 7 y 18 años de **6 barrios de estas localidades**, con el desarrollo de actividades lúdicas encaminadas a un adecuado aprovechamiento del tiempo libre.

## CAPACITAMOS EN VENTA RESPONSABLE A TENDEROS DE TODO EL PAÍS



Continuamos con la campaña **Alianza +18**, junto con Diageo y Pernod Ricard, cuya finalidad es concientizar a las personas que laboran en establecimientos comerciales para que soliciten la cédula y verifiquen la mayoría de edad del comprador, antes de vender bebidas alcohólicas.



### ATIENDO MI TIENDA, CON RESPONSABILIDAD

En alianza con la Policía Nacional, lanzamos, en 34 ciudades del país, el programa radial **Atiendo mi Tienda, con Responsabilidad**, compuesto por 9 microhistorias en audio sobre prevención, venta y consumo responsable de alcohol y el no consumo por parte de mujeres embarazadas y menores de edad.



# LOS NIÑOS ESTÁN APRENDIENDO A DECIR 'NO' FRENTE A SITUACIONES *de riesgo*



**María Erley Coronado**

Coordinadora Proyecto Bosa con-vida: intégrate para prevenir  
Fundación Cenainco  
Bogotá D. C.

“Cuando a un niño se le ofrece oportunidades productivas en su tiempo libre, se fortalecen su proyecto de vida, su autoestima, sus habilidades, su capacidad de toma de decisiones, su seguridad personal, y su autoconfianza, que es el primer eje protector del ser humano. Esto es lo que buscamos promover en el programa Bosa con-vida: intégrate para prevenir, a través del desarrollo de talleres de artes manuales y de recreación y deportes para niños entre los 10 y 17 años, en 3 barrios de Bosa en Bogotá.

En alianza con la Junta de Acción Comunal, logramos que nos facilitaran y nos arrendaran un espacio para una Casa Taller, y ahí estamos ejecutando el proyecto desde 2015. En agosto, arrancamos las actividades con los participantes: en promedio, 30 participantes en manualidades y 50 en recreación y deporte. Hay alta motivación frente al fútbol, el cual se da una vez por semana durante 2 horas.

Asimismo, hacemos visitas domiciliarias que nos permiten conocer, desde la familia y el hogar, cuál es la realidad y qué factores de riesgo identificamos. Estamos convencidos de que, para que una persona caiga en el consumo de sustancias psicoactivas, muchas condiciones se generan en la familia, el barrio y las amistades. Hemos organizado talleres y espacios de interlocución con los padres para escucharlos y ayudarlos a fortalecer todos los factores protectores: el vínculo afectivo, el círculo relacional, el apoyo, la utilización productiva del tiempo libre, entre otros.

Esta experiencia está marcando la historia de vida de los niños, pues se sienten queridos, acogidos y felices con lo que están haciendo, en un proceso de aprendizaje diferente, alternativo. La relación directa, cálida, respetuosa y amable los estimula: van autoafirmándose en su seguridad personal para aprender a decir no frente a situaciones de riesgo a las que pueden estar expuestos, les facilita su nivel de expresión, desarrollan sus talentos, generan reconocimiento de capacidades al interior de familias y entre ellos mismos, fortalecen el cumplimiento de normas, aprenden a usar racionalmente los insumos que se les provee, manejan mejor sus relaciones y conflictos, aprenden a pedir perdón y amplían su red de amigos”.





# COMPORTAMIENTO RESPONSABLE

## de nuestros colaboradores

Comunicamos de manera periódica la Política de Alcohol para empleados y realizamos un video explicativo sobre la Política de Comunicaciones Comerciales, el cual compartimos en medios digitales internos.



Asimismo, desde el área de Recursos Humanos, desarrollamos un *e-learning* que nos permitió capacitar en 2015, a nuestro equipo humano a través de un curso interactivo en el que se registraron:

**104**  
PARTICIPANTES.

Conozca nuestra  
Política de Alcohol aquí





# **SEGURIDAD** *vial*

Trabajamos en beneficio de la seguridad vial a través de soluciones conjuntas con gobiernos, empresas del sector privado y organizaciones sociales.

## **POR UN BUEN CAMINO: SEGURIDAD EN LAS VÍAS DE NUESTRO PAÍS**

En 2015, comenzamos a gestionar este programa, cuyo objetivo es busca promover y fortalecer la movilidad segura y amigable con el medio ambiente.

Con ocasión de esta iniciativa, hemos iniciado un proceso de análisis de nuestros retos en seguridad vial y estamos ejecutando acciones para superarlos, mejorando las prácticas de nuestros conductores, incorporando tecnologías en nuestra flota de transporte para circular con mayor seguridad y facilitando los traslados de nuestros colaboradores:



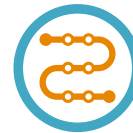
Instalamos cintas retroreflectivas en 602 vehículos pesados, tractocamiones y camiones de reparto de nuestra flota de transporte. Estándares internacionales han demostrado que gracias a esta práctica se reduce la probabilidad de accidente hasta en un 21%.



Implementamos barreras antiempotramiento lateral en 430 vehículos, con una inversión aproximada de 570 millones de pesos. Estos dispositivos, reducen la probabilidad de muerte en accidentes en los cuales pueden estar involucrados, principalmente, motociclistas y ciclistas.



Ubicamos un dispositivo regulador de velocidad en 600 vehículos de nuestra flota de reparto, para evitar exceder los límites de velocidad en las carreteras nacionales.



Contamos con un servicio de 120 rutas, empleado por 2.700 de nuestros colaboradores en todo el país. Este servicio implica una inversión anual de 8.400 millones de pesos.



Hacemos seguimiento y control satelital las 24 horas del día a todos nuestros vehículos pesados y livianos, con el fin de monitorear variables como la velocidad, el estilo de conducción y el comportamiento seguro en la vía, entre otras.



Fortalecimos los programas de entrenamiento a los conductores, haciendo énfasis en la modificación de comportamientos no adecuados o inseguros en la vías.



El Pacto Mundial de las Naciones Unidas seleccionó nuestro programa Por un Buen Camino como mejor práctica en el Foro Anual Latinoamericano de la CEPAL, debido a su contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos para 2030 por las Naciones Unidas.





## MOBILEYE MÁS SEGURIDAD PARA NUESTROS VEHÍCULOS



Instalamos este dispositivo  
de última tecnología en

**179**  
DE NUESTROS  
VEHÍCULOS

con una inversión aproximada de

**340**  
MILLONES DE PESOS.

Esta herramienta emite una alarma visual y sonora interna para que los conductores puedan leer las señales de velocidad, las líneas de división de las vías, las luces de otros vehículos, la distancia con el vehículo delantero y la presencia de peatones.





# MUNDO

*Resistente*

## QUEREMOS UN MUNDO RESISTENTE DONDE NUESTRO NEGOCIO, LAS COMUNIDADES LOCALES Y LOS ECOSISTEMAS, COMPARTAN EL ACCESO ININTERRUMPIDO AL AGUA SEGURA Y LIMPIA

G4-19  
G4-20  
G4-21  
G4-27

El agua es un recurso vital no solo para los seres humanos, sino para la conservación y subsistencia de los ecosistemas y la biodiversidad, y el desarrollo de las sociedades y la economía. Es la principal materia prima en la elaboración de nuestros productos y es esencial para el cultivo y la siembra en la agricultura. Su disponibilidad representa un desafío global, porque está siendo afectada por factores como el acelerado cambio climático y el crecimiento desmedido de la población mundial.

En Bavaria, hemos establecido un fuerte compromiso con el cuidado del agua, una prioridad estratégica, que gestionamos a partir de la comprensión de los riesgos, el uso eficiente del recurso hídrico en nuestras instalaciones, el manejo adecuado de las aguas residuales, la conservación de cuencas en zonas cercanas a nuestra operación y el establecimiento de alianzas con nuestros grupos de interés más cercanos.



### ASUNTOS MATERIALES

- ④ Uso responsable del recurso hídrico
- ④ Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua
- ④ Gestión del agua residual

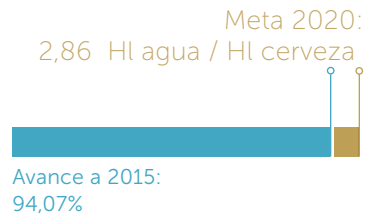
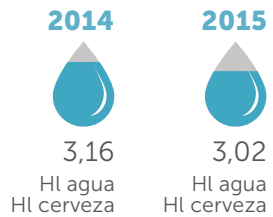




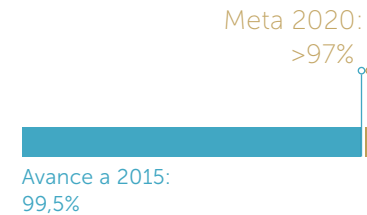
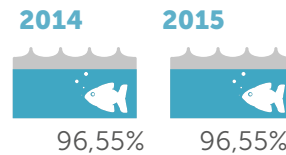
# NUESTRO *desempeño en 2015*

INDICADORES CLAVE (KPIs)

## 1 EFICIENCIA EN EL USO DE AGUA PARA LA PRODUCCIÓN DE CERVEZA (AGUA UTILIZADA / VOLUMEN DE PRODUCCIÓN)



## 2 PORCENTAJE DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN CON SUMINISTRO SEGURO DE AGUA



USO RESPONSABLE DEL  
**RECURSO**  
*hídrico*

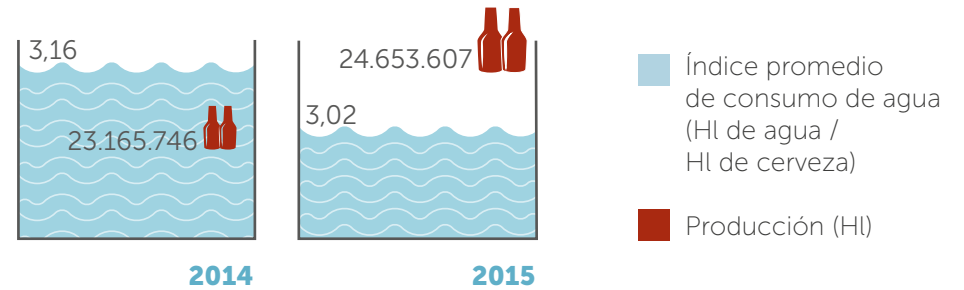
**REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA**

Históricamente, hemos desarrollado buenas prácticas técnicas e incentivado internamente la cultura de uso y ahorro eficiente, lo que nos ha permitido continuar reduciendo el consumo de agua por cada hectolitro de cerveza que producimos, en contraste, con el incremento en la producción.

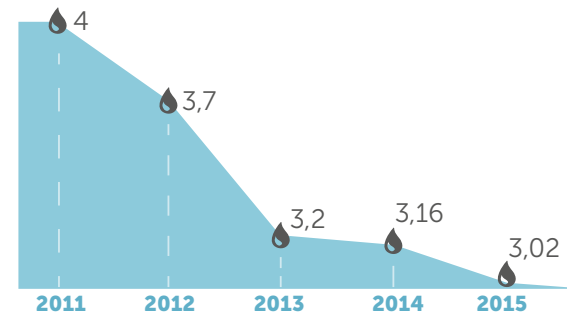
Hemos mantenido la reducción constante y sostenida del consumo de agua en la mayoría de nuestras Plantas, destacándose el comportamiento histórico de las Cervecerías de Boyacá y de Tocancipá.

En 2015, tuvimos situaciones que contribuyeron a aumentar el consumo de agua en algunas de nuestras sedes, como es el caso de la Cervecería Valle, que se vio impactada por la baja calidad del agua del río Cauca, y nuestras Malterías, que vieron afectado su desempeño debido a la variabilidad de las maltas recibidas.




ÍNDICE PROMEDIO DE CONSUMO DE AGUA  
(HL DE AGUA / HL DE CERVEZA)



HISTÓRICO ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA  
(HL DE AGUA / HL DE CERVEZA)



ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA, POR PLANTA (HL DE AGUA / HL DE CERVEZA)

|                             |  2013 |  2014 |  2015 |
|-----------------------------|--|--|--|
| CERVECERÍA BARRANQUILLA     | 3,80   | 3,81   | 3,53   |
| CERVECERÍA BOYACÁ           | 2,80   | 2,69   | 2,57   |
| CERVECERÍA DE BUCARAMANGA   | 3,24   | 3,16   | 3,03   |
| CERVECERÍA UNIÓN (MEDELLÍN) | 3,50   | 3,47   | 3,27   |
| CERVECERÍA DE TOCANCIPÁ     | 2,93   | 2,89   | 2,76   |
| CERVECERÍA DEL VALLE        | 3,26   | 3,07   | 3,12   |
| MALTERÍA TIBITÓ (L / T)     | 4,49   | 4,45   | 4,54   |
| MALTERÍA TROPICAL (L / T)   | 3,78   | 3,77   | 3,88   |

AGUA CONSUMIDA (m³)

|                                  |  2013 |  2014 |  2015 |
|----------------------------------|--|--|--|
| CONSUMO DE AGUA SUPERFICIAL      | 8.023.877  | 8.046.394  | 8.079.929  |
| CONSUMO DE SERVICIOS MUNICIPALES | 99.948   | 91.166   | 234.327  |
| CONSUMO DE AGUA LLUVIA           |  |  | 369  |
| TOTAL DE AGUA CONSUMIDA          | 8.123.825  | 8.138.961  | 8.314.625  |

AGUA CONSUMIDA (m³)



EN TRANSPORTES TEV

1.208



EN IMPRESORA DEL SUR

3.369,1

## RECUPERACIÓN DEL AGUA




Hemos implementado procesos para el reciclaje de agua en las Cervecerías de Tocancipá, desde el año 2011, y en la Cervecería del Valle desde el año 2013. Durante 2015, las 2 Plantas recuperaron un total de 546.629 m<sup>3</sup> de agua, correspondiente al 14% de su consumo total.

### AGUA RECUPERADA POR PLANTA (m<sup>3</sup>)

#### Cervecería de Tocancipá

|   | 2014      | 2015      |
|---|-----------|-----------|
|  AGUA CONSUMIDA                  | 2.680.342 | 2.614.468 |
|  AGUA RECUPERADA               | 464.840   | 483.253   |
|  PORCENTAJE DE AGUA RECUPERADA | 17%       | 18%       |

#### Cervecería del Valle

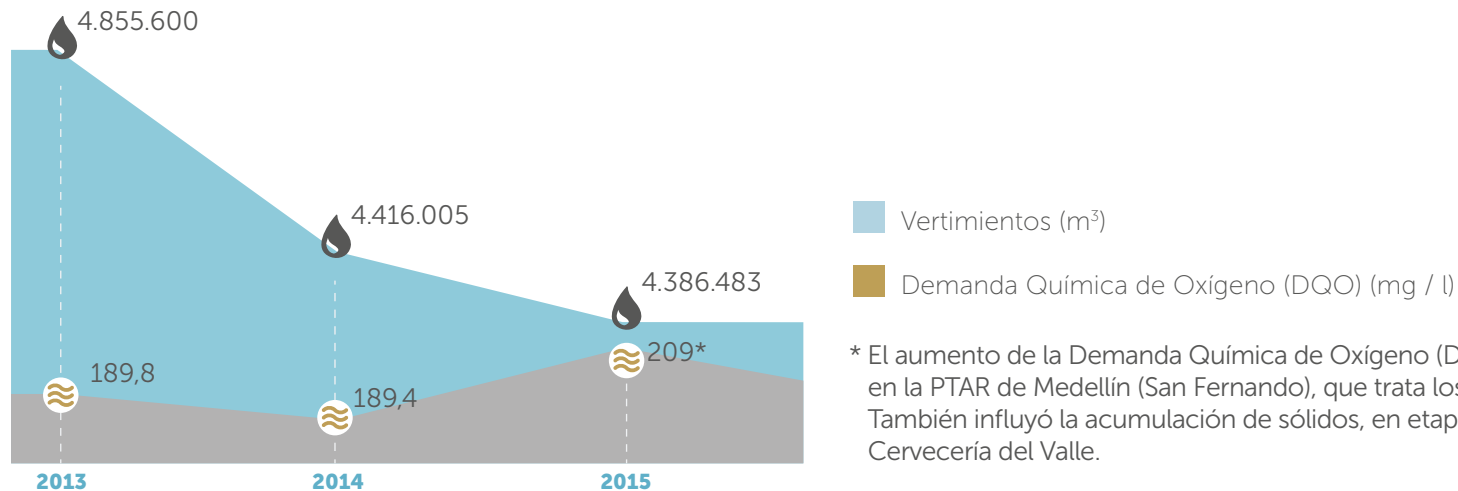
|   | 2014      | 2015      |
|---|-----------|-----------|
|  AGUA CONSUMIDA                  | 1.111.189 | 1.322.066 |
|  AGUA RECUPERADA               | 34.064    | 63.376    |
|  PORCENTAJE DE AGUA RECUPERADA | 3%        | 5%        |



# GESTIÓN *del agua residual*

El volumen de agua residual vertida tras el tratamiento de la misma en las diferentes Plantas y Unidades Productivas, ha venido mostrando una disminución año tras año, gracias a los esfuerzos realizados. Desarrollamos planes de acción encaminados al mejoramiento de la calidad de nuestros efluentes:

- Estandarizamos el tratamiento de agua residual en las Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) de Barranquilla, Bucaramanga, Tibitó, Tocancipá y Valle, con el propósito de disminuir la carga vertida de las operaciones.
- Acondicionamos un sistema fisicoquímico a la planta de neutralización ubicada en Medellín con el propósito de remover sólidos primarios y dar cumplimiento a los estándares nacionales para vertimiento al alcantarillado.
- Continuamos realizando seguimiento al control en la fuente, para evitar impactos en los esquemas de tratamiento de efluentes.



\* El aumento de la Demanda Química de Oxígeno (DQO), se generó debido a problemas de eficiencia en la PTAR de Medellín (San Fernando), que trata los efluentes de nuestra Cervecería en esa ciudad. También influyó la acumulación de sólidos, en etapas previas del esquema de tratamiento en la Cervecería del Valle.



## EN IMPRESORA DEL SUR

Realizamos caracterizaciones de agua residual 2 veces al año, así como monitoreos diarios, semanales, mensuales y semestrales.

En 2015, tuvimos vertimientos por 3.445 m³.

## NUEVA NORMA DE VERTIMIENTOS

En 2015, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, expidió la Resolución No. 0631 del 17 de marzo, por la cual se establecen los parámetros y los valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales a cuerpos de aguas superficiales y a los sistemas de alcantarillado público.

La Resolución nos da un periodo de dos años para cumplir con los nuevos parámetros establecidos. Por ello, hemos hecho un importante trabajo de adaptación, modernización y complementación en las PTAR de nuestras Cervecerías, que en su mayoría, ya cumplen con los requerimientos definidos para el sector de bebidas (elaboración de maltas y cervezas).



## COMPLEMENTACIÓN PTAR CERVECERÍA BUCARAMANGA

En esta Cervecería, realizamos una importante obra civil para el sistema de complementación de su PTAR, que desde 2014, cuenta con dos reactores aerobios y un equipo de flotación por aire disuelto, gracias al cual hemos logrado bajar la carga orgánica y retirar sólidos suspendidos totales, cumpliendo así todos los parámetros establecidos por la norma.

| Parámetros generales   | Máximos Norma | 2014 | 2015 |
|--|---------------|------|------|
| PH (UNIDADES DE PH)  | 6 a 9         | 8,07 | 7,89 |
| DEMANDA QUÍMICA DE OXÍGENO – DQO (MG / l O <sub>2</sub> )    | 200           | 227  | 172  |
| DEMANDA BIOQUÍMICA DE OXÍGENO – DBO (MG / l O <sub>2</sub> ) | 100           | 70   | 50   |
| SÓLIDOS SUSPENDIDOS TOTALES – SST (MG / l)                   | 50            | 27   | 25   |
| SÓLIDOS SEDIMENTABLES – SSED (ML / l)                        | 2             | 0,1  | 25   |





GESTIÓN DE LOS RIESGOS DE ESCASEZ Y

# CALIDAD *del agua*

Dado que administrar los riesgos del agua significa no solo estar consciente de potenciales sucesos que puedan afectar la disponibilidad normal de este recurso y atenderlos oportunamente, sino también establecer mecanismos de acción colectiva para su utilización y cuidado, participamos en alianzas y programas *multiactor*, con el propósito de proteger y mejorar la gestión del agua en las cuencas y los ríos de las regiones donde están ubicadas nuestras Plantas.

## PLAN DE COOPERACIÓN DE CUENCAS

Abordamos la gestión del riesgo hídrico desde una mirada multidimensional, incorporando elementos relativos a los riesgos físico, normativo y reputacional. Con base en estos aspectos **definimos el Plan de Cooperación de Cuencas**, un proyecto ambicioso y de largo plazo que gestionamos en beneficio de las cuencas hídricas estratégicas para nuestra operación.

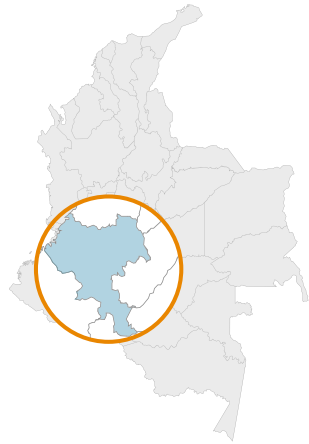
Los esfuerzos por proteger y mejorar las cuencas y los ríos son responsabilidad de diversos actores: públicos, privados y sociales. En consecuencia, **todas las acciones que realizamos en beneficio de las cuencas, las hacemos en coordinación con las Corporaciones Autónomas Regionales**, en línea con sus planeaciones y las estrategias de ordenamiento de sus territorios.





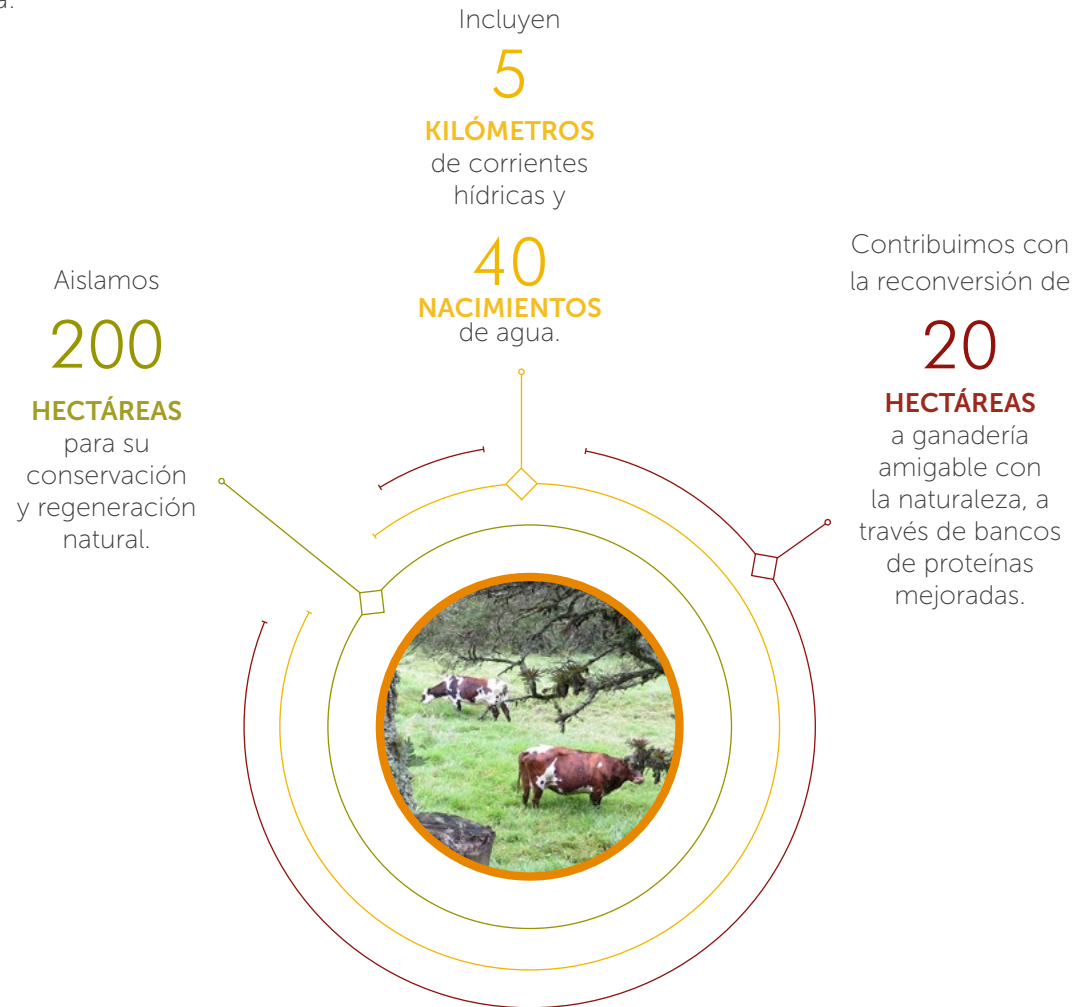
Destacamos el trabajo realizado durante 2015, en las siguientes regiones, el cual responde a dar soluciones a problemas identificados y asociados a una o varias de las facetas del riesgo hídrico identificado durante el diagnóstico de cada cuenca y Planta:

### CUENCA ALTA DEL RÍO CAUCA



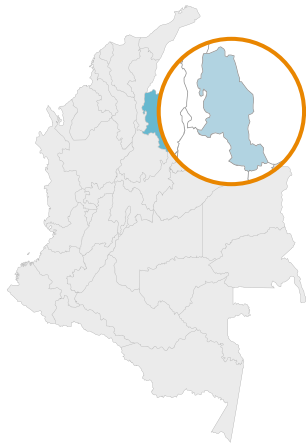
**47 familias participan de este programa,** las cuales son capacitadas y asistidas técnicamente en aspectos ambientales, sociales y agropecuarios (emprendimiento, ganadería, autonomía alimentaria y desarrollo personal).

Este proyecto lo realizamos en alianza con **el Fondo Agua por la Vida y la Sostenibilidad** (valle geográfico del río Cauca) y las **comunidades indígenas de los resguardos de Toribio, Tacueyó y San Francisco** (Cauca).





## PÁRAMO DE SANTURBÁN



En Norte de Santander, acompañamos a CORPONOR (Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental), en la **protección del Páramo de Santurbán**, localizado en la zona alta de la cuenca del río Zulia que abastece parte del agua que va a Bucaramanga.



Nuestro apoyo se ha evidenciado en logros como:

La declaratoria de **30.000 hectáreas de área protegida** del Parque Natural Regional Santurbán, territorio con **68 lagunas de origen glaciar**, contribuyendo al cuidado de una de las principales fuentes de agua del país.



La creación del Fondo Regional del Agua, el cual tiene como objetivo la **recuperación de las principales cuencas hídricas de la región**.



El apoyo a la ejecución del primer proyecto de dicho Fondo, en alianza con la Corporación, la Gobernación de Norte de Santander y autoridades locales para **ofrecer los recursos maderables necesarios para las actividades mineras de la región**, contribuyendo con la disminución de la presión que ejercen estas actividades productivas sobre el bosque nativo cercano a la cuenca del río Zulia. El objetivo es lograr el cultivo de 5 hectáreas anuales, durante 7 años consecutivos.

## FUENTES HÍDRICAS DE LA REGIÓN CAPITAL



Participamos **Fondo de Agua para Bogotá**, Agua Somos, que enfoca sus intervenciones en las cuencas hídricas que abastecen de agua la ciudad de Bogotá y los municipios vecinos.

Logramos la conservación de

**1.161**

**HECTÁREAS,**

a través de acuerdos de conservación con las comunidades de los municipios de

**La Calera y Guasca (Cundinamarca) y de la zona alta de la localidad de Ciudad Bolívar, en Bogotá D. C.**



“

## SE HAN LIBERADO ÁREAS DE PROTECCIÓN *y conservación*

G4-27

### **Pedro Hernán Moreno Padilla**

Director Fondo Agua por la Vida y la Sostenibilidad, Asocaña  
Cali, Valle del Cauca.

“El objetivo del Programa de protección y conservación de la cuenca alta del río Cauca, es trabajar en el manejo integral de las cuencas, con el fin de mantener los caudales de agua necesarios, en cantidad y calidad, para generar agua potable y para el uso agrícola e industrial, además de conservar la biodiversidad. La problemática es que en lo que llamamos ecosistemas estratégicos para la producción de agua hay alta intervención antrópica: ganadería, cultivos e intervención sobre bosques nativos.

Destacamos logros como la confianza que se ha generado en la comunidad indígena y el sector agroindustrial e industrial de la zona plana del Valle. También el que se hayan liberado áreas de protección y conservación de ecosistemas estratégicos para la producción de agua, lo que ha cambiado el paisaje ostensiblemente. Y otro asunto de impacto, es que se ha logrado disminuir la presión que ejerce la gente sobre esos ecosistemas –en especial páramos y bosque alto andino–. Con grandes esfuerzos y el apoyo de Bavaria, de los indígenas y de Corpopaló, hemos reconvertido 480 hectáreas en ganadería sostenible.

Adicionalmente, hemos contribuido con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que viene en la zona, ya que gestionamos temas relacionados con educación y sensibilización ambiental, capacitación en protección sostenible y proyectos de seguridad alimentaria. Tenemos un dicho que dice que “conservación y protección de la naturaleza, con hambre, no funciona”.

También trabajamos con acueductos comunitarios o familiares: miramos dónde está el agua que abastece los acueductos de las veredas y los arreglamos un poco, sobre todo por fugas. Las fincas han cuidado mucho los nacimientos que surten de agua a todas las familias”.





A close-up photograph of an Aguila Light beer label on a production line. The label features a central eagle with its wings spread, perched on a globe. Above the eagle, the text "CERVEZA DE COLOMBIA" is visible. Below the eagle, the word "AGUILA" is written in large, bold, blue letters. Underneath "AGUILA", the word "LIGHT" is written in a smaller, blue, stylized font. The label is surrounded by metal machinery, and the background is blurred, showing other parts of the factory.

# MUNDO

*Limpio*



## QUEREMOS UN MUNDO LIMPIO DONDE NADA SE DESPERDICIE Y LAS EMISIONES SE REDUZCAN DRÁSTICAMENTE

El cambio climático afecta radicalmente a las sociedades, especialmente a las más vulnerables, y genera un desequilibrio en el desarrollo de las personas, en el crecimiento de las economías, y entre otros, en la viabilidad de las industrias. Por lo anterior, este fenómeno se ha convertido en una de las mayores preocupaciones globales.

La principal transformación, la ha sufrido la atmósfera debido a la modificación de los balances que la conforman, como resultado del aumento de concentraciones de gases invernadero, tales como el dióxido de carbono, el metano, los óxidos nitrosos. Los residuos que constantemente generan las actividades humanas, no solo liberan emisiones sino que contaminan los recursos naturales e impactan negativamente los ecosistemas, dando paso a la necesidad de intervenir y reaccionar frente a una problemática que, entre todos, debemos resolver.

Conscientes de esta situación y considerando la declaración de organismos internacionales frente a la urgencia de minimizar los contaminantes físicos y atmosféricos que afectan el planeta, seguimos trabajando para reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> a lo largo de toda la cadena de valor, haciendo especial énfasis en el proceso de distribución, en la optimización de nuestros empaques, en el aprovechamiento de nuestros residuos y en la promoción del reciclaje posconsumo.

G4-19  
G4-20  
G4-21  
G4-27



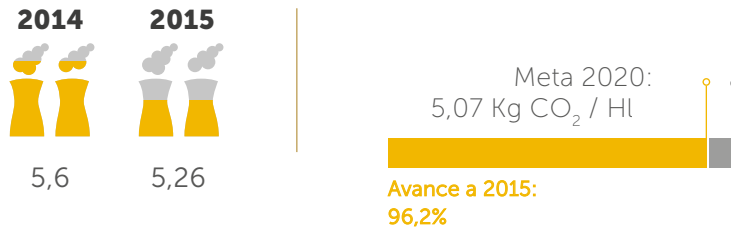
### ASUNTOS MATERIALES

- ⊗ Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas)
- ⊗ Gestión eficiente de residuos
- ⊗ Reciclaje e innovación en los empaques

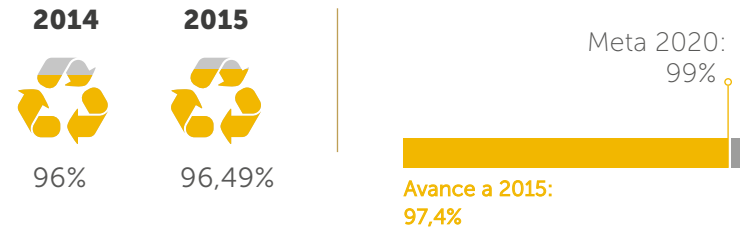
# NUESTRO *desempeño en 2015*

INDICADORES CLAVE (KPIs)

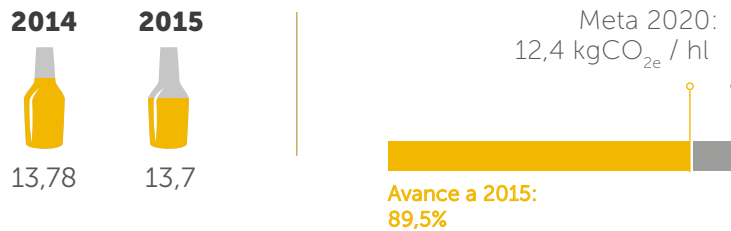
## 1 EMISIONES DE CARBONO / PRODUCCIÓN DE CERVEZA (KG CO<sub>2</sub> / HL CERVEZA)



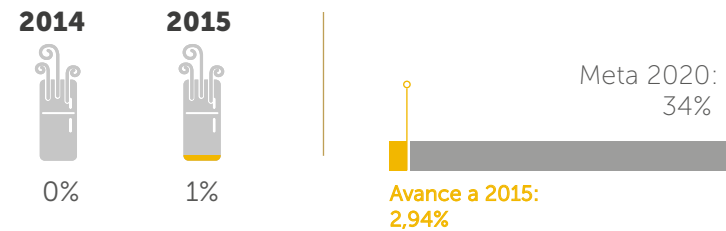
## 3 PORCENTAJE DE REUTILIZACIÓN Y RECICLAJE EN LAS INSTALACIONES



## 2 EMISIONES DE CARBONO / MATERIALES DE EMPAQUE (KG CO<sub>2</sub> / HL CERVEZA)



## 4 PORCENTAJE DE NEVERAS LIBRES DE HFC<sup>6</sup> EN EL MERCADO



<sup>6</sup> Hidrofluorocarbonos



# REDUCCIÓN *de emisiones*

## EN NUESTRO PROCESO PRODUCTIVO

La reducción del consumo de energía y las emisiones son una prioridad de nuestra gestión operacional. Hemos alcanzado la mejora de la eficiencia en el uso de los recursos energéticos, gracias a los altos estándares de tecnología e innovación en las Plantas y al compromiso y cultura de nuestra gente que está orientada por normas operativas de excelencia.

### EFICIENCIA ENERGÉTICA



LA REDUCCIÓN EN EL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, EN 2015, SE FUNDAMENTA EN PRÁCTICAS COMO:


- ⦿ Trabajos en el sistema de refrigeración asociado al manejo de dos temperaturas de evaporación, y asegurar la remoción de agua, aire y aceite del amoníaco.
- ⦿ Reducción de fugas en redes de aire comprimido.
- ⦿ Reposición de motores eléctricos por nuevos equipos de mayor eficiencia.



EN CUANTO AL AHORRO DE ENERGÍA TÉRMICA, DESTACAMOS:




- ⦿ Revisión frecuente del control de combustión en calderas.
- ⦿ Ajuste de los tiempos de calentamiento de equipos, al inicio de la producción.
- ⦿ Mejoramiento de la recuperación de condensado (cantidad y temperatura).
- ⦿ Realización de rutas de revisión y mantenimiento periódico a los sistemas de trampeo de vapor.
- ⦿ Mayor participación en la producción de líneas de embotellado con pasterización *flash*.

CONSUMO DE ENERGÍA POR HECTOLITRO DE CERVEZA PRODUCIDO (MJ / HL CERVEZA)

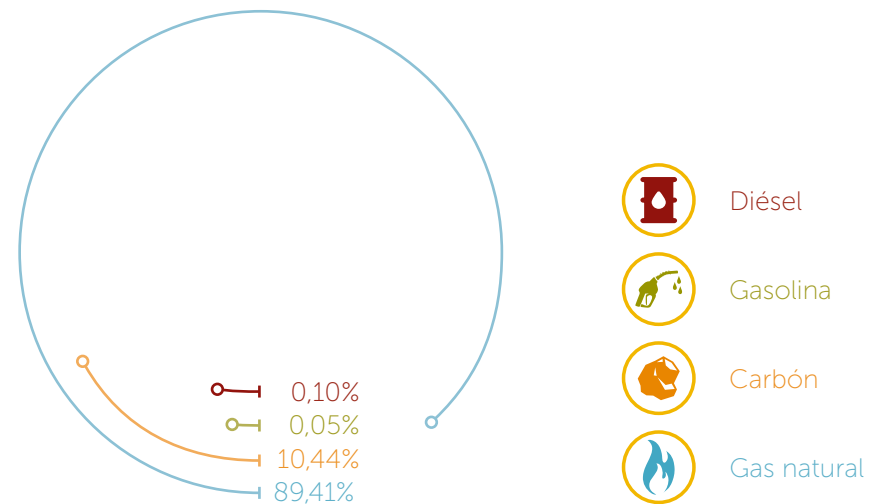
| Tipo de energía  | 2014          | 2015          |
|--|---------------|---------------|
|  Térmica   | 92,1          | 85,8          |
|  Eléctrica | 22,68         | 23,03         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>114,78</b> | <b>108,83</b> |

Aunque aumentamos nuestro consumo de energía eléctrica, debido a que durante tres meses estuvo fuera de servicio nuestro sistema de cogeneración (gas natural), logramos una reducción del consumo total de energía gracias a la optimización en los procesos de calefacción y a una mayor participación en la producción de nuevas líneas de embotellado con pasteurización *flash*.

CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTA DE FUENTES NO RENOVABLES, EN CERVECERÍAS Y MALTERÍAS (MJ)

| Tipo de energía  | 2013                 | 2014                 | 2015                 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|
|  Gas natural       | 1.969.537.190        | 2.130.767.029        | 2.176.431.120        |
|  Carbón            | 563.041.291          | 475.800.401          | 426.007.568          |
|  Gasolina y Diésel | 2.595.598            | 3.404.948            | 3.015.609            |
| <b>TOTAL</b>   | <b>2.535.174.078</b> | <b>2.609.972.378</b> | <b>2.604.505.845</b> |

PORCENTAJE POR TIPO DE ENERGÍA CONSUMIDA EN CERVECERÍAS 2015





CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA (MJ)

2015



CERVECERÍAS

567.669.919



MALTERÍAS

137.443.133



TOTAL

705.113.052

CONSUMO DE ENERGÍA DE FUENTES RENOVABLES

En 2015, utilizamos un 5,2% de energía renovable, debido al aprovechamiento de biogás del proceso anaerobio de las Plantas de Tratamiento de Agua Residual (PTAR) en las Cervecerías Bucaramanga, Tocancipá y Valle, así como del sistema de generación de energía eléctrica con turbina hidráulica en nuestra Cervecería en Medellín.

CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTA DE FUENTES RENOVABLES (MJ)

| Biogás                 | 2013       | 2014       | 2015       |
|------------------------|------------|------------|------------|
| CERVECERÍA BUCARAMANGA | 4.698.364  | 9.691.022  | 10.129.519 |
| CERVECERÍA TOCANCIPÁ   | 73.385.864 | 76.908.424 | 82.558.494 |
| CERVECERÍA VALLE       | 21.239.339 | 17.954.183 | 8.761.245* |

| Hidroelectricidad   | 2013      | 2014      | 2015      |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| CERVECERÍA MEDELLÍN | 8.907.188 | 8.962.340 | 7.772.191 |

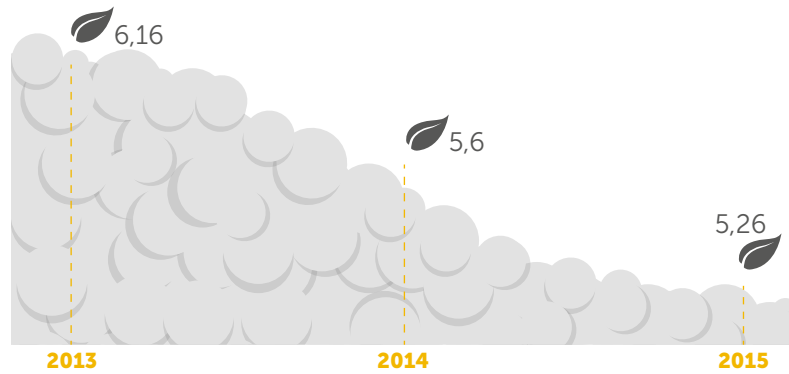


\* La reducción se debió a que el sistema reactor anaerobio no operó con la capacidad requerida y acostumbrada.

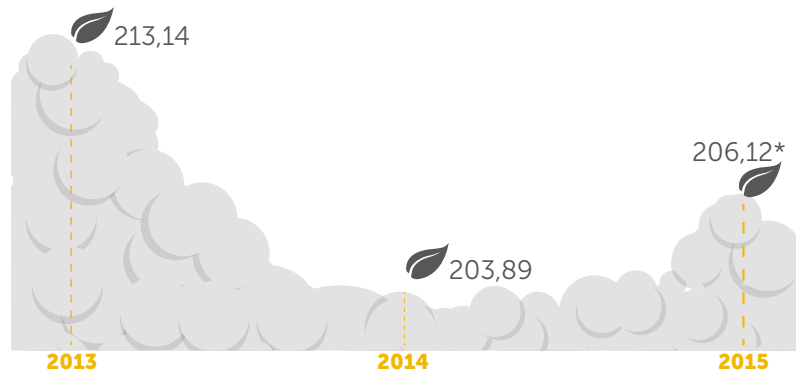
## EMISIONES

Hemos mantenido una reducción sostenida en los últimos años de los kilogramos de CO<sub>2</sub> por hectolitro de cerveza envasado (Cervecerías) y por tonelada de malta producida (Malterías).

### EMISIONES DE CO<sub>2</sub> EN LA PRODUCCIÓN DE CERVEZA (KG CO<sub>2</sub> / HL CERVEZA)



### EMISIONES DE CO<sub>2</sub> MALTERÍAS (KG CO<sub>2</sub> / TON)



\* El aumento está asociado al incremento en el factor de emisión por uso de energía eléctrica de la red nacional.



## EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Nos hemos propuesto reducir los impactos que van más allá de nuestro proceso productivo y que se generan a lo largo de la cadena de valor, es decir, aquellos que no intervienen directamente en la fabricación de cerveza, tales como la distribución y la refrigeración de los productos.




### CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y EMISIONES DE LA FLOTA DE DISTRIBUCIÓN

Las disminuciones del consumo de combustible de nuestra flota de distribución se deben a iniciativas que venimos desarrollando desde años anteriores o que implementamos a partir de 2015, entre las cuales destacamos:



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

CONSUMO PROMEDIO DE COMBUSTIBLE POR FLOTA DE DISTRIBUCIÓN (L / 100 KM)

|   | Promedio<br>(2011 a 2013) | 2014  | 2015   |
|---|---------------------------|-------|--------|
|  FLOTA T1 | 62,48                     | 59,8  | 62,47* |
|  FLOTA T2 |                           | 47,5  | 62,88  |
|  FLOTA T3 | 34,42                     | 34,41 | 34,41  |

\* El aumento del consumo en esta flota se debe a los apoyos que se realizaron en alta temporada desde Plantas del centro del país (por ejemplo, Boyacá o Bucaramanga) hacia Plantas de la Costa Atlántica. En consecuencia, se hicieron más kilómetros con la misma capacidad de hectolitros transportados por viaje.

KILÓMETROS RECORRIDOS E INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE LAS FLOTAS DE DISTRIBUCIÓN

EMISIONES POR KILÓMETRO RECORRIDO (CO<sub>2e</sub> / KM)



0,919 kilogramos

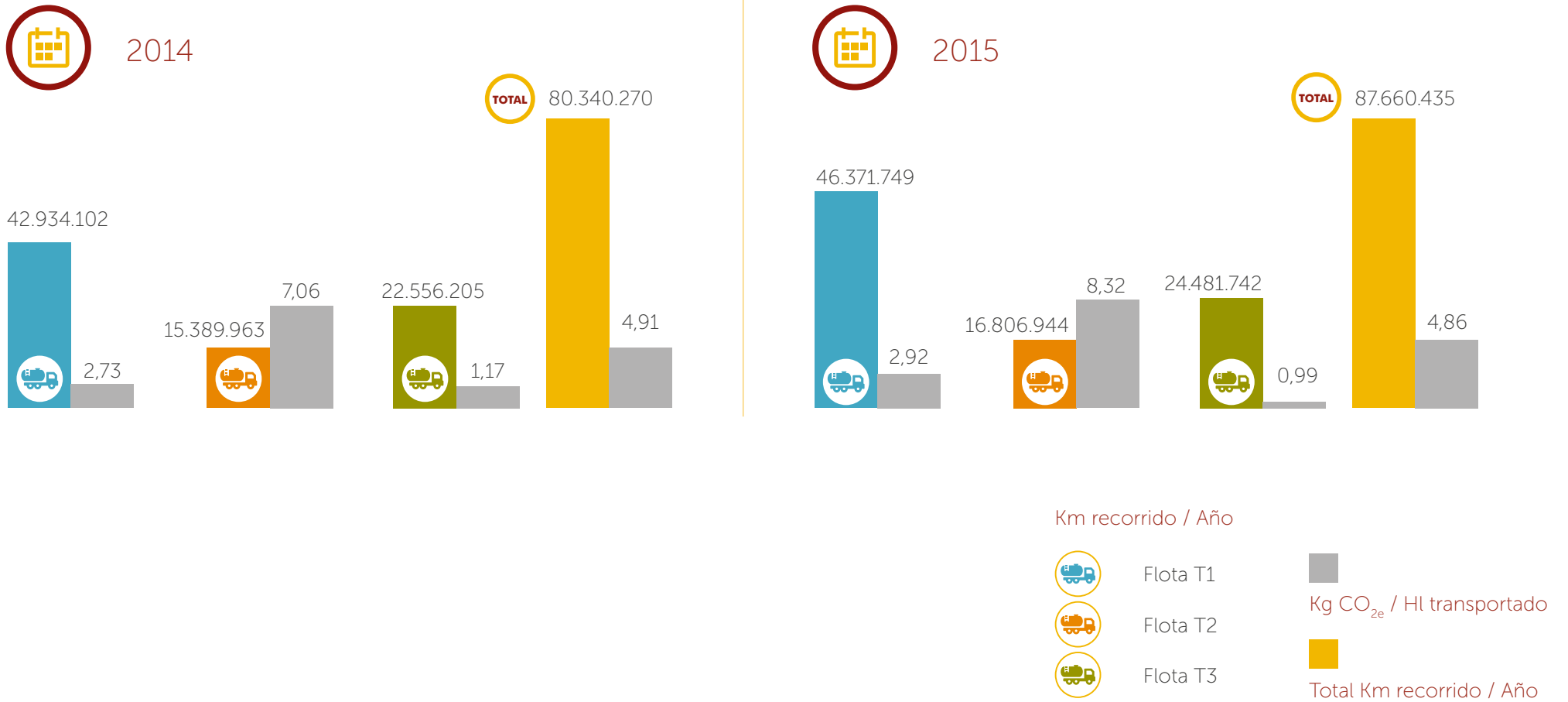
**CLASIFICACIÓN DE NUESTRA FLOTA DE DISTRIBUCIÓN**

Flota T1, compuesta en un 50,7% por flota propia y un 49,3% por terceros.  
 Flota T2, compuesta en su totalidad por terceros (secundaria).  
 Flota T3, compuesta en su totalidad por propios (de reparto).



KILÓMETROS RECORRIDOS Y EMISIONES POR HECTOLITRO TRANSPORTADO

Para el año 2015, hubo una reducción de emisiones de **0,91 kilogramos de CO<sub>2e</sub>** por hectolitro de cerveza transportado, aunque se recorrieron **7.320.165 kilómetros más que en 2014.**





## NEVERAS Y REFRIGERADORES LIBRES DE HFC

Una adecuada gestión de los equipos de frío es importante para controlar y reducir las emisiones atmosféricas por el uso de gases HFC, que contribuyen al calentamiento global.

En 2015, incursionamos en la compra de 1.758 equipos con gas refrigerante R290 (en reemplazo del R134), el cual nos genera 10% de ahorro de energía, comparado con neveras de última tecnología, y hasta 40%, en contraste con neveras obsoletas.



### RECAMBIO DE NEVERAS

Retiramos de circulación 4.384 equipos refrigerantes obsoletos, para que entraran en operación

# 14.889

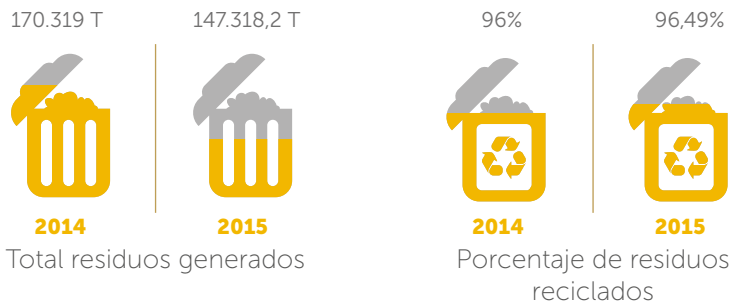
### NUEVAS NEVERAS

con tecnología de vanguardia y amigable con el medio ambiente (año fiscal 2015).

# GESTIÓN *eficiente de residuos*

Actualmente, nuestras operaciones evidencian un porcentaje de aprovechamiento de residuos del **96,49%**. Incluso, algunas de nuestras plantas cuentan con niveles de reutilización cercanos al **100%**, como es el caso de la Cervecería de Tocancipá, que como parte de su proyecto para llevar la operación a cero desperdicios, ha alcanzado el **98,36%**. Sumado a las metas de reducción, también hacemos énfasis en la trazabilidad y la adecuada disposición final de nuestros residuos.

## RESIDUOS GENERADOS Y RECICLADOS EN CERVECERÍAS Y MALTERÍAS



## CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS GENERADOS EN CERVECERÍAS Y MALTERÍAS 2015

| Tipo de residuo  | PESO (T) | RESIDUOS APROVECHADOS |
|--|----------|-----------------------|
| <b>Orgánicos</b><br>Afrechos, germen de malta, levaduras y otros residuos orgánicos del proceso.   | 85.980   | 100%                  |
| <b>Generales</b><br>Vidrio, papel, etiqueta, diatomácea, plásticos, metales, chatarra, cenizas, madera, cartón y lodos de tratamiento de agua. | 61.146   | 91,5%                 |
| <b>Peligrosos</b>  | 192,2    | 4%                    |

Una de las soluciones propuestas en el marco del concurso Reto Bavaria en 2015, fue la alternativa para la disposición de lodos de la PTAR de la Cervecería Bucaramanga, los cuales se aprovecharán para producir abono orgánico.

Encuentre más información de Reto Bavaria en el capítulo Mundo Próspero







## EN TRANSPORTES TEV

Con el propósito de reducir los principales residuos de las operaciones, en Transportes TEV desarrollamos iniciativas como la implementación del **uso de aceites sintéticos, aumentando su durabilidad de 60.000 a 250.000 kilómetros** y la campaña para el **uso del eje retráctil en 73 tráileres**, en los desplazamientos con envases vacíos, práctica que permite que el eje delantero se eleve para evitar el desgaste de 4 llantas por vehículo, reduciendo el consumo de llantas, frenos y rodamientos.



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN

## CLASIFICACIÓN DE LOS RESIDUOS EN TRANSPORTES TEV 2015







## EN IMPRESORA DEL SUR

- Para la limpieza de las máquinas de impresión, área crítica de nuestra operación, empezamos a implementar el material *wypall*<sup>7</sup>, el cual presenta un mayor rendimiento; por ende, hemos logrado disminuir este tipo de residuo en un 40%.
- El porcentaje promedio del material reciclado es del 98%, correspondiente a residuos de papel y cartón.

### CLASIFICACIÓN DE LOS RESIDUOS EN IMPRESORA DEL SUR 2015



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



<sup>7</sup> Paños de limpieza de alto desempeño.


 RECICLAJE  
**E INNOVACIÓN**  
*en los empaques*

**DESARROLLAMOS EMPAQUES AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE**

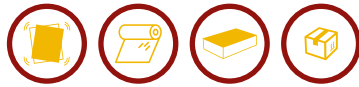
Contamos con procesos especializados para el diseño de nuevos empaques, de manera que sean óptimos en términos de tipo y cantidad de materiales utilizados, así como amigables con el medio ambiente. Adicionalmente, la toma de decisiones sobre el desarrollo de nuevos empaques introdujo, formalmente, el análisis de las mejores opciones en términos ambientales. Estos lineamientos se documentan en nuestro Comité de Homologaciones de la Vicepresidencia Técnica.

MATERIALES PARA ENVASES 2015

| Tipo de material  | UNIDADES      |
|---|---------------|
|      |               |
| TAPAS TIPO CORONA   | 5.988.480.297 |
| ENVASES DE ALUMINIO   | 715.839.968   |
| TAPAS PARA ENVASE DE ALUMINIO   | 715.760.803   |
| TAPAS PLÁSTICAS   | 492.338.823   |
| PREFORMAS PET   | 307.775.491   |
| BOTELLAS PET  | 187.609.412   |
| BOTELLAS DE VIDRIO RETORNABLES  | 158.978.677   |
| BOTELLAS DE VIDRIO NO RETORNABLES   | 45.201.848    |

MATERIALES DE EMPAQUES 2015

| Tipo de material   | UNIDADES       |
|--|----------------|
| ETIQUETAS DE PAPEL   | 15.856.726.376 |
| ETIQUETAS PLÁSTICAS  | 489.133.402    |
| BANDEJAS DE CARTÓN   | 15.478.159     |
| CAJAS DE CARTÓN CORRUGADAS (METALIZADAS, ESMALTADAS Y KRAFT) | 2.475.980      |
| MULTIEMPAQUES  | 2.111.999      |
| ETIQUETAS AUTOADHESIVAS                                      | 56.093         |
|  | KILOGRAMOS     |
| PAPEL  | 5.294.490      |
| TERMOENCOGIBLE SIN IMPRESIÓN                                 | 1.453.263      |
| TERMOENCOGIBLE IMPRESO                                       | 688.753        |



PORCENTAJE DE MATERIAL RECICLADO EN ENVASES Y EMPAQUES 2015

80%

en las bandejas de cartón.

63%

en las cajas de cartón corrugado x 24.

61%

en las cajas metalizadas x 24.

46%

en los envases de aluminio.

27%

en las botellas de vidrio.

## ALIGERAMIENTO DE BOTELLAS

Uno de nuestros principales frentes de trabajo en la innovación de empaques consiste en la reducción del peso de nuestras botellas de plástico y de vidrio:

### BOTELLA 175 ML RETORNABLE FLINT DE ÁGUILA LIGHT



Nuestro principal desarrollo del año 2015, en nuevas presentaciones, fue la botella 175 ml *Retornable Flint* de Águila Light, con un peso de **159 gramos**, lo cual la clasifica como una botella ligera.

### BOTELLAS PET 200 ML Y 1.000 ML



Logramos una reducción de 0,7 gramos en el peso de la botella PET 200 ml y de 2,7 gramos en la de 1.000 ml, generando un ahorro aproximado de **350 toneladas** de material PET.

### TAPAS SIN LINER



Implementamos el uso de tapas sin *liner*, disminuyendo el uso de plástico en **167 toneladas** por año.

### BOTELLAS 330 NR



En alianza con Peldar (uno de nuestros proveedores), logramos el aligeramiento de las botellas 330 NR, dejando de procesar **340 toneladas** de vidrio por año, lo que representa una reducción de 204 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales.



## SOLUCIONES PARA LA REUTILIZACIÓN Y EL RECICLAJE DE EMPAQUES

En alianza con nuestros proveedores, buscamos soluciones viables y efectivas para la reutilización y el reciclaje nuestros empaques y envases.

### RECICLAJE BOTELLAS PONY MALTA (PET ÁMBAR)

- ☺ En conjunto con Gestión y Medios (proveedor de artículos publicitarios), desarrollamos un proyecto mediante el cual reciclamos **8 toneladas de botellas de Pony Malta** para ser procesadas y convertidas en material PET reciclado, con el que fabricamos **23.000 avisos publicitarios para la marca Club Colombia**. En 2016, seguiremos implementado esta iniciativa mientras evaluamos su viabilidad y continuidad.
- ☺ Nuestro proveedor de botellas PET, SMI, se encuentra en proceso de adecuación de su planta Apropet, para **procesar las botellas de Pony Malta y obtener PET reciclado** que se usará como materia prima para la fabricación de nuevas botellas. Las fases siguientes son las pruebas y homologaciones externas (Invima) e internas (Área de Calidad).



## EMPAQUES CON SELLO FSC

**A partir de 2015, iniciamos el uso de multiempaques promocionales con cajas de cartón con sello FSC.**

Esta certificación garantiza que la materia prima proviene de bosques certificados y su proceso, desde la siembra hasta la comercialización, se realiza de manera sostenible y garantizando el respeto de los derechos humanos.

FSC promueve el manejo responsable de las plantaciones forestales alrededor del mundo y verifica que por cada árbol talado que se use para la elaboración de los empaques se siembre otro igual, contribuyendo con la conservación del medio ambiente.



## REUTILIZACIÓN DE VIDRIO EN SAN ANDRÉS ISLAS

En Colombia, uno de los lugares que enfrenta enormes retos en la gestión de sus residuos es San Andrés Islas, donde el ciclo de vida del vertedero está próximo a expirar y el transporte de los residuos al área continental del país es muy costoso. En la Isla, el porcentaje más alto de vidrio usado es de tipo comercial, estrechamente asociado con nuestras marcas, por lo tanto, decidimos apoyar el proyecto de reutilización de vidrio molido como material agregado en la fabricación de bloques de hormigón para uso local.

**El principal reto consistió en desarrollar la solución para utilizar 4,7 toneladas de vidrio al día en la Isla, para lo cual en 2015 avanzamos en:**

- Definición de la línea de producción: diseño y distribución de los equipos en el lugar, así como la logística para la recogida del vidrio (soportado con la dotación de una moto-coche).
- Documentación relativa al sistema de producción y al plan de certificación bajo la norma técnica para 3 tipos de bloques.
- Construcción de una planta de producción de bloques con una capacidad de procesamiento diario de 4,5 toneladas de vidrio.
- Entrenamiento a los beneficiarios, en la técnica de producción de bloques.
- Diseño de la estrategia de gestión comercial, de mercadeo y ventas.

## PROMOVEMOS EL RECICLAJE POSCONSUMO

Si bien la mayoría de nuestras cervezas (81%) es distribuida en envases de vidrio retornable, incentivar el reciclaje de envases y empaques no retornables, se ha establecido como una prioridad para contribuir con un mundo más limpio. Dada la envergadura de este propósito, la realización de alianzas con diversos actores constituye un mecanismo fundamental para cumplir con las metas propuestas.



TOQUE LOS BOTONES  
PARA VISUALIZAR  
LA INFORMACIÓN



## BAVARIA ESTÁ INTERESADA EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA *de reciclaje del país*

G4-27

### Ana Julieta Ruiz Giraldo

Directora Ejecutiva  
CEMPRE Colombia (Compromiso Empresarial para el Reciclaje)

.....

"Bavaria es fundadora de CEMPRE, junto con otras empresas, y aporta una cuota de sostenimiento para que el Centro pueda funcionar y nos da donaciones adicionales para proyectos específicos como Reciclatones y Reciclar tiene Valor. En este momento, el trabajo que hacemos, muy de la mano con las organizaciones de los recicladores, es darle mayor relevancia a los procesos de construcción de la política pública. Esto redundará en que cada vez haya menos residuos en los rellenos sanitarios, mayor porcentaje de material que se incorpore a procesos productivos y mejores condiciones de vida de los recicladores.

Con respecto al fortalecimiento de las asociaciones de recicladores, en 2015, se hicieron 3 talleres regionales y 1 taller nacional para contarles del marco normativo y explicarles sus derechos, y acompañamos a más de 70 organizaciones del país en su proceso de formulación y seguimiento de propuestas para que quedaran incluidas en el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS) de su municipio. Asimismo, se apoyó la realización de censos de recicladores, algo muy importante porque la principal debilidad para tomar decisiones con respecto a la población recicladora, es que no sabemos bien cuántos hay en el país, cuáles son sus características y sus necesidades.

El trabajo que realizan los recicladores es de alta relevancia ya que son ellos los que tienen el peso más importante en la recuperación de residuos posconsumo, y nunca el país les había reconocido el pago por esta labor. Lo que hacen es recoger los residuos, comercializarlos por su cuenta, y de eso básicamente viven con unos ingresos mínimos. Ahora, por primera vez, les vamos a reconocer su trabajo".





CULTURA AMBIENTAL POR UN  
**MUNDO**  
*limpio*



**BANCO DE LA TIERRA**

A través de una puesta en escena de este Banco, motivamos a nuestros colaboradores para que consignaran ideas de apoyo al ambiente con énfasis en el ahorro de agua y energía, y la reducción de residuos.



**PROGRAMA DE MOVILIDAD EMPRESARIAL SOSTENIBLE (PMES)**

Desarrollamos este programa en nuestra oficina central en Bogotá, el cual comprende iniciativas como la disposición de parqueaderos para funcionarios que comparten su automóvil con sus compañeros de oficina para los traslados desde y hacia sus viviendas; habilitación de espacios para parquear hasta 100 bicicletas; y contratación de 10 bicicletas para préstamo a nuestros colaboradores las 24 horas del día, durante toda la semana hábil.



**SEMANA DEL CARRO COMPARTIDO**

Instituimos una semana en el año para ofrecer incentivos a los colaboradores que lleven a cabo esta buena práctica con sus compañeros de trabajo.



**CAMPAÑA DE RECUPERACIÓN DE PILAS**

En todas nuestras Cervecerías tenemos contenedores de almacenamiento de pilas recolectadas por nuestros colaboradores para apoyar esta campaña liderada por la ANDI.



A photograph of a man with a mustache, wearing a brown hat and a white jacket, smiling and holding a bundle of wheat in a golden field. The background shows rolling hills under a cloudy sky.

# MUNDO

*Productivo*

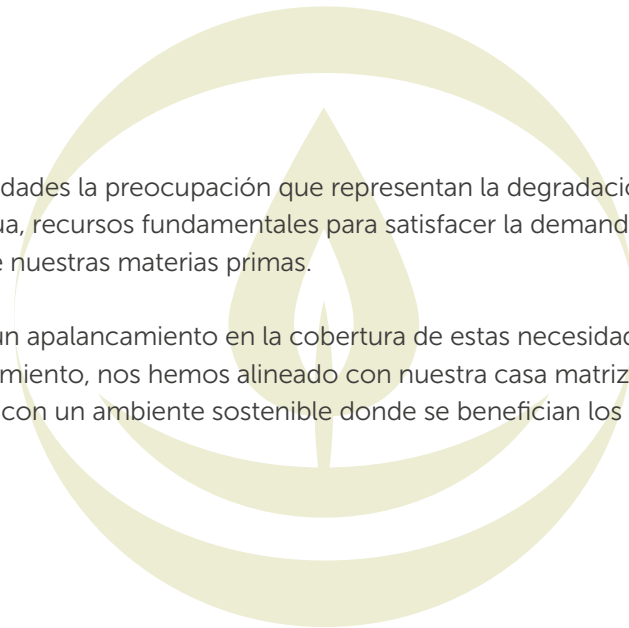


QUEREMOS UN MUNDO PRODUCTIVO DONDE SE UTILICE  
LA TIERRA CON RESPONSABILIDAD, EL SUMINISTRO DE ALIMENTOS  
ESTÉ ASEGURADO, LA BIODIVERSIDAD ESTÉ PROTEGIDA Y PODAMOS  
ACCEDER A LOS CULTIVOS PARA LA ELABORACIÓN DE NUESTROS  
PRODUCTOS A PRECIOS RAZONABLES

G4-19  
G4-20  
G4-21  
G4-27

Compartimos con las comunidades la preocupación que representan la degradación creciente de las tierras cultivables y la escasez de agua, recursos fundamentales para satisfacer la demanda de alimentos de la población y dar continuidad al cultivo de nuestras materias primas.

Con el propósito de generar un apalancamiento en la cobertura de estas necesidades y aportar a los desafíos impuestos por el mismo crecimiento, nos hemos alineado con nuestra casa matriz SABMiller, que ha definido una estrategia para contribuir con un ambiente sostenible donde se benefician los agricultores, la sociedad y se dinamiza la economía.



ABASTECIMIENTO

# RESPONSABLE *de azúcar*

Brindamos apoyo y acompañamiento a nuestros proveedores de azúcar para la búsqueda del cumplimiento del **estándar Bonsucro**, programa global, sin ánimo de lucro y de carácter multiactor, **cuyo objetivo es reducir los impactos ambientales y sociales de la producción de azúcar de caña.**

En 2015, realizamos una preauditoría basada en la metodología Bonsucro a uno de nuestros proveedores y realizamos visitas para la entrega del informe y de los pasos a seguir. Adicionalmente, establecimos una línea de base a través de la cual **diagnosticamos las principales brechas para cumplir con los requerimientos establecidos por el estándar**, por parte de las empresas que nos abastecen de esta materia prima.

Hemos identificado que lograr la certificación Bonsucro del 100% del azúcar que compramos es un gran reto; por ello, iniciamos este recorrido de manera paulatina y soportada en el compromiso de nuestros proveedores. En consecuencia, estamos trabajando con el área de abastecimiento global de SABMiller en el establecimiento de una estrategia adaptada al contexto de nuestra región y a la realidad de los proveedores, **para lograr el propósito de tener un abastecimiento responsable de azúcar.**

Conozca más  
sobre el estándar Bonsucro aquí







IMPULSO DE LA

# OFERTA LOCAL *de cebada*

Llevamos a cabo el Programa de Desarrollo a Agricultores, con el propósito de contribuir con su desarrollo y, de manera simultánea, los acompañamos en el mejoramiento de su actividad agrícola **para impulsar la oferta local de cebada, con la calidad esperada, para la producción de nuestras cervezas.**

Desplegamos acciones que han permitido la asociación de cultivadores de cebada en el departamento de Boyacá, obteniendo como resultado, **el progreso de sus cultivos, y una mejora en su entorno laboral y personal.** La información relacionada con la puesta en marcha y el desempeño de este programa, se enmarca actualmente en Mundo Próspero y está relacionada con uno de nuestros asuntos significativos: crecimiento inclusivo y desarrollo de la cadena de valor (compras a población vulnerable).

Encuentre más información del Programa de Desarrollo a Agricultores en el capítulo Mundo Próspero







# ANEXOS:

INDICE DE CONTENIDO GRI  
MEMORANDO DE VERIFICACIÓN  
EXTERNA

## ÍNDICE DE CONTENIDO GRI PARA LA OPCIÓN EXHAUSTIVA "DE CONFORMIDAD" CON LA GUÍA G4

El Informe de Bavaria S. A. ha sido construido de acuerdo con los lineamientos propuestos en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) G4, bajo la opción Exhaustiva "de Conformidad" y sus contenidos han sido sometidos a verificación externa. El Índice de contenido GRI G4 presenta los indicadores asociados a los asuntos materiales para la Compañía y sus grupos de interés.



### CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES   | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIÓN | VERIFICACIÓN |
|--|--|---------|--------------|
| <b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>   |  |         |              |
| G4-1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la misma, y estrategia con miras a abordarla.          | Una invitación para que sigamos prosperando (página 7).  |         | •            |
| G4-2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.   | Prosperar, en una mirada (página 16).<br>Gestión de riesgos (página 34).<br>Enfoque Mundo Próspero (página 36).<br>Enfoque Mundo Sociable (página 88).<br>Enfoque Mundo Resistente (página 102).<br>Enfoque Mundo Limpio (página 115).<br>Enfoque Mundo Productivo (página 137). |         |              |
| <b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>   |  |         |              |
| G4-3 Nombre de la organización.  | <i>Bavaria S. A.</i>   |         | •            |
| G4-4 Principales marcas, productos y servicios.  | Nuestro portafolio de marcas (página 12).  |         | •            |
| G4-5 Localización de la sede central de la organización.   | <i>Carrera 53 A # 127 - 35 (Bogotá D. C. - Colombia).</i>  |         | •            |
| G4-6 Número de países donde opera la empresa y nombre de los países donde tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe. | Nuestra operación (página 13).   |         | •            |
| G4-7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.  | Composición accionaria (página 26).  |         | •            |
| G4-8 Mercados servidos: desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes.  | Nuestra operación (página 13).<br>Enlace externo:<br><a href="http://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros">http://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros</a>   |         | •            |
| G4-9 Tamaño de la organización: número de empleados, número total de operaciones, ventas netas o ingresos.   | Nuestra operación (página 13).<br>Generamos valor a nuestros grupos de interés (página 15).<br>Caracterización de nuestra planta (página 69).  |         | •            |



| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIÓN | VERIFICACIÓN |
|--|---|---------|--------------|
| G4-10 Tamaño de la plantilla: número de empleados por tipo contrato laboral y género, número de empleados por región y género. Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas       | Caracterización de nuestra planta (página 69). Colaboradores, según género y Planta 2015 (página 71).   |         | •            |
| G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Derechos humanos (página 66). <i>Firmamos Convenciones Colectivas y Pactos Colectivos en las sociedades Bavaria S. A. y Cervecería del Valle S. A. con una vigencia de dos años (septiembre 2015 - agosto 2017). La Convención Colectiva en Bavaria S. A. acoge al 19% de trabajadores (650). La Convención Colectiva para la Cervecería del Valle S. A. acoge el 22% de los trabajadores (80). A su vez, el Pacto Colectivo en Bavaria acoge al 81% de sus trabajadores y en Cervecería del Valle S. A. el 78%. En Impresora del Sur no hay Convención Colectiva. El 100% de sus colaboradores pertenecen al Pacto Colectivo. En Transportes TEV, el 17,8% de los colaboradores están cubiertos por Convención Colectiva de trabajo, y el 82,2% están cubiertos por Pacto Colectivo.</i> |         |              |
| G4-12 Descripción de la cadena de abastecimiento de la organización.   | Aportamos al crecimiento y la sostenibilidad de nuestra cadena de abastecimiento (página 44).   |         |              |
| G4-13 Cambios significativos que hayan tenido lugar durante el periodo cubierto por la memoria en cuanto a aspectos como: tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de abastecimiento de la organización. | <i>Ampliación de la Cervecería del Valle (de 4,2 millones HL/año a 5,8 millones HL/año), para cubrir el aumento de la demanda y nuevos productos. Cervecería de Barranquilla amplió su capacidad de producción desde 4,2 mill HL/año a 4,8 mill HL/año, con el mismo propósito. A nivel global, nuestra casa matriz, aceptó, a finales de 2015, la oferta de la cervecera belga AB Inbev para la realización de un acuerdo de fusión por adquisición.</i>   |         |              |
| G4-14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.  | Gestión de riesgos (página 34). Enfoque Mundo Resistente (página 102). Enfoque Mundo Limpio (página 115).   |         | •            |
| G4-15 Cartas, principios, programas o iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización ha adoptado, suscribe o apoya.  | <i>Pacto Mundial de Naciones Unidas, CEO Water Mandate, CEO Commitments, Caring for climate, Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.</i>   |         | •            |
| G4-16 Principales asociaciones y organizaciones a las que pertenezca o apoye la empresa: asociaciones sectoriales, entes nacionales e internacionales.   | <i>Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Cámara de Comercio Colombo Americana (AMCHAM), Cámara de Comercio Colombo Británica, Cámara de Industrias Asociadas de Bebidas Alcohólicas (CABA), Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) y Empresarios de la Sabana Norte (ASIENORTE).</i>   |         | •            |
| <b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>   |   |         |              |
| G4-17 Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y especificación sobre si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en la memoria.         | <i>Bavaria S. A., Cervecería del Valle S. A., Maltería Tropical S. A., Cervecería Unión S. A., Sociedad Portuaria Bavaria S. A., Impresora del Sur S. A., Transportes TEV S. A. Este informe no incluye las operaciones de Bavaria en Panamá, las cuales sí se reportan en los estados financieros e informes de gestión anual que se presentan en la Asamblea de Accionistas.</i>  |         | •            |
| G4-18 Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.   | Sigamos Prosperando, nuestro Informe de Desarrollo Sostenible 2015 (páginas 22 - 24).   |         | •            |
| G4-19 Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido de la memoria.  | Matriz de materialidad 2015: priorización de asuntos (página 24).   |         | •            |



| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES   | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIÓN | VERIFICACIÓN |
|--|--|---------|--------------|
| G4-20 Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización: relación de cada tema material con toda la organización o con alguna de las entidades que hacen parte de la misma. | Nuestros grupos de interés (página 19).<br>Matriz de materialidad 2015: priorización de asuntos (página 24).<br>Enfoque Mundo Próspero (página 36).<br>Enfoque Mundo Sociable (página 88).<br>Enfoque Mundo Resistente (página 102).<br>Enfoque Mundo Limpio (página 115).<br>Enfoque Mundo Productivo (página 137).   |         | •            |
| G4-21 Límite de cada aspecto material fuera de la organización.  | Nuestros grupos de interés (página 19).<br>Matriz de materialidad 2015: priorización de asuntos (página 24).<br>Enfoque Mundo Próspero (página 36).<br>Enfoque Mundo Sociable (página 88).<br>Enfoque Mundo Resistente (página 102).<br>Enfoque Mundo Limpio (página 115).<br>Enfoque Mundo Productivo (página 137).   |         | •            |
| G4-22 Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.  | <i>El consumo de energía eléctrica reportado en el Informe de Desarrollo Sostenible 2014 para Cervecerías fue de 179.643.978 MJ, mientras que realmente fueron 180.100.764 KWh.</i>  |         | •            |
| G4-23 Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados con respecto a memorias anteriores.   | <i>No hay cambios significativos con respecto al alcance, la cobertura o los métodos de valoración con respecto a informes anteriores. Sin embargo, en el presente Informe se amplía el alcance y se detalla la información de algunos indicadores reportados para las empresas subsidiarias Impresora del Sur y Transportes TEV, principalmente los relacionados con los capítulos Mundo Resistente y Mundo Limpio.</i> |         | •            |
| <b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>  |  |         |              |
| G4-24 Lista de los grupos de interés con los que la organización se relaciona.   | Relacionamiento con nuestros grupos de interés (páginas 18 y 19).  |         |              |
| G4-25 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.   | Relacionamiento con nuestros grupos de interés (páginas 18 y 19).  |         |              |
| G4-26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, frecuencia de su participación y rol de los diálogos en la elaboración de la memoria.                                  | Relacionamiento con nuestros grupos de interés (páginas 18 y 19).<br>Diálogos con grupos de interés 2015 (páginas 20 y 21).  |         | •            |
| G4-27 Asuntos, preocupaciones o problemas relevantes que han surgido como resultado de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización frente a los mismos.   | Diálogos con grupos de interés 2015 (páginas 20 y 21).<br>Testimonio 4e Camino al Progreso (página 41).<br>Testimonio Tiendas de Paz (página 43).<br>Testimonio Zolip (página 60).<br>Testimonio proyecto Uni2 (página 64).<br>Testimonio proyecto Plataforma (página 96).<br>Testimonio proyecto cuidado de cuencas (página 113).<br>Testimonio proyecto reciclaje posconsumo (página 134).                             |         | •            |
| <b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>  |  |         |              |
| G4-28 Periodo objeto de la memoria.  | <i>Este Informe cubre la gestión del año 2015 (1º de enero a 31 de diciembre de 2015).</i>   |         | •            |
| G4-29 Fecha de la última memoria.  | <i>El anterior reporte cubrió la gestión del año 2014 y se publicó en abril de 2015.</i>   |         | •            |
| G4-30 Ciclo de presentación de memorias.   | <i>Este es nuestro noveno Informe de Desarrollo Sostenible, los cuales publicamos anualmente.</i>  |         | •            |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIÓN  | VERIFICACIÓN |
|--|---|--|--------------|
| G4-31 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o a su contenido.   | <i>Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, División de Desarrollo Sostenible.<br/>Email: cultura.sostenible@bav.sabmiller.com</i>  |  | •            |
| G4-32 Opción «de conformidad» con la guía GRI seleccionada por la organización y tabla de contenido GRI.   | <i>El Informe ha sido elaborado de acuerdo con los lineamientos propuestos en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) G4, bajo la opción Exhaustiva "de Conformidad" con la Guía.</i>  |  | •            |
| G4-33 Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.   | <i>Bavaria ha sometido a verificación externa el presente informe, como lo ha hecho con cinco Informes de Desarrollo Sostenible anteriores. La verificación de 2015 cubrió el análisis de materialidad y la validación de 67 indicadores (29 de Contenidos básicos generales y 38 de Contenidos específicos). El memorando de verificación se encuentra disponible en la página 163 del presente Informe.</i> |  |              |
| <b>GOBIERNO</b>  |   |  |              |
| G4-34 Estructura de gobierno de la organización: máximo órgano de gobierno, comités del máximo órgano de gobierno y comités responsables de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.  | Órganos y herramientas de gobierno corporativo (página 25).<br>Junta Directiva (página 27).<br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).  |  |              |
| G4-35 Proceso para delegar autoridad para temas económicos, ambientales y sociales de la alta dirección a los altos ejecutivos y otros empleados.  | <i>La Vicepresidencia responsable de los temas de desarrollo sostenible es la de Asuntos Corporativos. El Vicepresidente es miembro del Excom y reporta directamente al Presidente. La vicepresidencia tiene una Dirección de Desarrollo Sostenible.</i><br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).   |  | •            |
| G4-36 Posición o posiciones ejecutivas con responsabilidad de temas económicos, ambientales y sociales, y a quién o quiénes se reporta.  | <i>La Vicepresidencia responsable de los temas de desarrollo sostenible es la de Asuntos Corporativos. El Vicepresidente es miembro del Excom y reporta directamente al Presidente. La vicepresidencia tiene una Dirección de Desarrollo Sostenible.</i>  |  | •            |
| G4-37 Procesos de consulta que existen entre los grupos de interés y la alta dirección en temas económicos, ambientales y sociales, proceso de retroalimentación.  | Relacionamiento con nuestros grupos de interés (páginas 18 y 19).<br>Diálogos con grupos de interés 2015 (páginas 20 y 21).<br><i>Los resultados de los procesos de diálogo con los grupos de interés son validados con la alta dirección (Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Dirección de Desarrollo Sostenible).</i>   |  |              |
| G4-38 Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités: ejecutivos y no ejecutivos, independientes, duración del mandato, género, miembros de minorías, competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales. | Junta Directiva (página 27).<br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).   | La información sobre las competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales de los miembros de Junta no se reporta. Se explorará la posibilidad de reportar esta información en informes posteriores. |              |
| G4-39 Relación del presidente del máximo órgano de gobierno con cargos ejecutivos en la organización.  | <i>El presidente de la Junta Directiva (Alejandro Santo Domingo Dávila) no tiene ningún cargo ejecutivo en la Organización.</i>   |  |              |
| G4-40 Proceso de nominación y selección de los miembros de la alta dirección y sus comités.  | Junta Directiva (página 27).  |  |              |
| G4-41 Procedimientos implementados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.  | Conflictos de interés (página 31).<br><i>Enlace externo (Código de Ética, página 13): <a href="http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/codigodeeticasabmillerlatam.pdf?sfvrsn=0%20">http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/codigodeeticasabmillerlatam.pdf?sfvrsn=0%20</a></i>   |  |              |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIÓN   | VERIFICACIÓN |
|--|---|---|--------------|
| G4-42 Rol del máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, valores, misión, estrategias, políticas y metas relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales. | Prosperar, estrategia de desarrollo sostenible (página 16).<br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).  |   |              |
| G4-43 Medidas tomadas para desarrollar y fortalecer el conocimiento de los miembros del máximo órgano de gobierno en temas económicos, sociales y ambientales.   | <i>Información no reportada</i>   | La información no está disponible para este periodo. Se evaluará su gestión para futuros ejercicios de reporte. |              |
| G4-44 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, con respecto al desempeño económico, social y ambiental.  | <i>Información no reportada</i>   | La información no está disponible para este periodo. Se evaluará su gestión para futuros ejercicios de reporte. |              |
| G4-45 Rol del máximo órgano de gobierno en la identificación y administración de impactos, riesgos y oportunidades económicas, sociales y ambientales.   | <i>La Junta cuenta con un Comité de Auditoría, conformado por seis de sus miembros, entre ellos los cuatro de carácter independiente.</i><br>Control Interno (página 33).<br>Gestión de riesgos (página 34).<br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).   |   |              |
| G4-46 Rol del máximo órgano de gobierno en la revisión de la efectividad del sistema de gestión de riesgos para temas económicos, sociales y ambientales.  | <i>La Junta cuenta con un Comité de Auditoría, conformado por seis de sus miembros, entre ellos los cuatro de carácter independiente.</i><br>Prosperar: estrategia de desarrollo sostenible (página 16).<br>Control Interno (página 33).<br>Gestión de riesgos (página 34).<br>Supervisión y gestión de riesgos de los asuntos relativos al desarrollo sostenible (página 34).  |   |              |
| G4-47 Frecuencia con la cual el máximo órgano de gobierno revisa impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.   | <i>Anualmente realizamos dos mediciones, conocidas como ejercicios SAM o Sustainability Assesment Matrix, donde se monitorea el progreso y el avance de la estrategia por cada uno de los países a nivel regional y global. Revisión que se realiza por parte de: Comité de Desarrollo Sostenible país, Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Presidencia.</i>  |   |              |
| G4-48 Más alto comité o cargo responsable de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad y el asegurar que todos los temas materiales estén cubiertos.  | <i>Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, Dirección de Desarrollo Sostenible.</i>   |   |              |
| G4-49 Proceso para comunicar temas críticos al máximo órgano de gobierno.  | <i>Cualquier colaborador de Bavaria puede comunicarse con el Presidente de la Compañía a través de su correo electrónico, además existen otras instancias para que cualquier miembro del equipo le plantee sus inquietudes o comentarios a la alta dirección y, a través de esta, a la Junta Directiva. Periódicamente se realizan encuentros entre los vicepresidentes y colaboradores de las distintas dependencias, donde se intercambian impresiones y se analizan diversos procesos. Además, la Línea Ética existe como canal de denuncia e información, donde se puede mantener el resguardo de la identidad, en caso de que ello lo amerite.</i> |   |              |
| G4-50 Naturaleza y el número total de temas críticos comunicados al máximo órgano de gobierno y mecanismos usados para analizarlos y resolverlos.  | <i>No se realiza un registro de temas críticos reportados al máximo órgano de gobierno, sin embargo, la Línea Ética, es un canal formal a través del cual, todos nuestros grupos de interés pueden reportar al Comité de Ética, y a través de este a la alta dirección de la Compañía, posibles vulneraciones a nuestro Código de Ética.</i>  |   |              |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES  | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIÓN  | VERIFICACIÓN |
|---|---|--|--------------|
| G4-51 Políticas de remuneración para el máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos.   | La Asamblea General Ordinaria de Accionistas ordenó que únicamente los siguientes miembros de la Junta Directiva recibirán remuneración: Alberto Preciado Arbeláez, Rafael Rivas Mallarino, Rudolf Hommes Rodríguez, Manuel Rodríguez Becerra y Luis Guillermo Plata Páez.<br>La remuneración anual para cada uno de los directores mencionados es de COP\$36.000.000, divididos en cuatro pagos trimestrales. Los otros miembros de la Junta prestan sus servicios ad honorem. |  |              |
| G4-52 Proceso para determinar la remuneración.  | La Asamblea General de Accionistas ordenó que únicamente los siguientes miembros de la Junta Directiva recibirán remuneración: Alberto Preciado Arbeláez, Rafael Rivas Mallarino, Rudolf Hommes Rodríguez, Manuel Rodríguez Becerra y Luis Guillermo Plata Páez.<br>La remuneración anual para cada uno de los directores mencionados es de COP\$36.000.000, divididos en cuatro pagos trimestrales. Los otros miembros de la Junta prestan sus servicios ad honorem.           | No se reporta información relacionada con criterios tomados en cuenta para definir la remuneración de cada miembro de Junta.                                       |              |
| G4-53 Opiniones de los grupos de interés respecto a la remuneración.  | Información no reportada.   | La información no está disponible. Este tema no se planteó durante los diálogos, debido a que se priorizaron otros temas para consultar con los grupos de interés. |              |
| G4-54 Tasa anual de compensación del más alto cargo de la organización frente a la mediana anual de compensación de todos los empleados.  | Información no reportada.   | Por razones corporativas todos los indicadores relacionados con salarios y remuneración son confidenciales.  |              |
| G4-55 Tasa de porcentaje de crecimiento de la compensación anual del más alto cargo de la organización frente a la mediana del porcentaje de crecimiento de la compensación anual de todos los empleados. | Información no reportada.   | Por razones corporativas todos los indicadores relacionados con salarios y remuneración son confidenciales.  |              |
| <b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>   |   |  |              |
| G4-56 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.  | Misión, Visión, Valores, Prioridades estratégicas (páginas 10 y 11).<br>Ética empresarial (página 29).  |  |              |
| G4-57 Mecanismos internos y externos para solicitar ayuda en temas sobre comportamiento ético e integridad organizacional.  | Programa Integral de Ética (página 29).<br>Línea ética (página 30).   |  |              |
| G4-58 Mecanismos internos y externos para reportar preocupaciones acerca de comportamientos no éticos o no íntegros, por medio de reporte a los altos ejecutivos, línea de denuncia o línea ética.        | Línea ética (página 30).  |  | •            |



## ÍNDICE DE CONTENIDO GRI PARA LA OPCIÓN EXHAUSTIVA “DE CONFORMIDAD” CON LA GUÍA G4

### CONTENIDOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES O DE ALTA RELEVANCIA PARA LA COMPAÑÍA Y PARA SUS GRUPOS DE INTERÉS

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA                               | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES   | VERIFICACIÓN |
|--|--|---|---|--------------|
| <b>EJE COMPARTIDO: MUNDO PRÓSPERO</b>                    |  |   |   |              |
| Crecimiento inclusivo y desarrollo en la cadena de valor | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Crecimiento inclusivo y desarrollo en la cadena de valor  | Introducción capítulo Mundo Próspero (páginas 36).<br>Nuestra apuesta por los tenderos (página 38).<br>Aportamos al crecimiento y la sostenibilidad de nuestra cadena de abastecimiento (página 44).<br>Apoyamos el emprendimiento innovador y de alto impacto (página 52).   |   |              |
|  | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: consecuencias económicas indirectas<br>G4-EC7: desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y tipos de servicios.  | Contribuimos con la eliminación de la pobreza extrema (páginas 58 - 60).<br>Con nuestros empleados, 'Uni2' por las comunidades (páginas 61 - 64).<br>Fundación Bavaria, 10 años destapando sueños (página 65).  |   |              |
|  | CCATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: consecuencias económicas indirectas<br>G4-EC8: impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.   | Nuestra apuesta por los tenderos (páginas 38 - 43).<br>Aportamos al crecimiento y la sostenibilidad de nuestra cadena de abastecimiento (páginas 44 - 48).<br>Apoyamos el emprendimiento innovador y de alto impacto (páginas 52 - 57).<br>Contribuimos con la eliminación de la pobreza extrema (páginas 58 - 60).<br>Con nuestros empleados, 'Uni2' por las comunidades (páginas 61 - 64).<br>Fundación Bavaria, 10 años destapando sueños (página 65). |   |              |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de pequeñas empresas incluidas en programas e iniciativas para mejorar los ingresos y la calidad de vida.  | Nuestro desempeño en 2015 (página 37).  |   | •            |
|  | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: prácticas de adquisición<br>G4-EC9: porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.  | Aportamos al crecimiento y la sostenibilidad de nuestra cadena de abastecimiento (página 44).<br><i>El 84,1% de nuestras compras corresponde a proveedores locales (origen colombiano).</i>   |   |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: evaluación ambiental de los proveedores<br>G4-EN32: porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Ejecutamos autoevaluaciones de proceso a proveedores reales y potenciales (52 proveedores nuevos), en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora para aspectos ambientales.</i>   | No se reporta el porcentaje.  |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: evaluación ambiental de los proveedores<br>G4-EN33: impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas tomadas al respecto.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Si bien nuestra Compañía no realiza evaluaciones específicas para medir los impactos ambientales negativos reales y potenciales de nuestros proveedores, ejecutamos autoevaluaciones de proceso, en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora que, de ser analizadas, permitirían la identificación de dichos impactos.</i>  | No está disponible la información específica para dar respuesta a impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministros. | •            |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIONES  | VERIFICACIÓN |
|---|---|--|--|--------------|
| Crecimiento inclusivo y desarrollo en la cadena de valor            | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: evaluación de las prácticas laborales de los proveedores G4-LA14: porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a prácticas laborales.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                         | Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Ejecutamos autoevaluaciones de proceso a proveedores reales y potenciales (52 proveedores nuevos), en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora para sus prácticas laborales.</i>   |  |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: evaluación de las prácticas laborales de los proveedores G4-LA15: impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro y medidas tomadas al respecto.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Si bien nuestra Compañía no realiza evaluaciones específicas para medir los impactos de las prácticas laborales, negativos reales y potenciales de nuestros proveedores, ejecutamos autoevaluaciones de proceso a estos, en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora que, de ser analizadas, permitirían la identificación de dichos impactos.</i>   | No está disponible la información específica para dar respuesta a impactos de prácticas laborales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministros. | •            |
| Aporte a la sociedad y las comunidades aledañas                     | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Aporte a la sociedad y las comunidades aledañas  | Contribuimos con la eliminación de la pobreza extrema (página 58).<br>Con nuestros empleados, 'Uni2' por las comunidades (página 61).  |  |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: comunidades locales<br>G4-SO1: porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | Contribuimos con la eliminación de la pobreza extrema (páginas 58 - 60).<br>Con nuestros empleados, 'Uni2' por las comunidades (páginas 61 - 64).<br>Fundación Bavaria, 10 años destapando sueños (página 65).<br><i>El 100% de nuestras Plantas tienen programas de desarrollo en beneficio de sus comunidades aledañas, a través de los programas Zolip y Uni2, principalmente.</i>  |  |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: comunidades locales<br>G4-SO2: centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Enfoque Mundo Próspero (página 36).<br>Enfoque Mundo Sociable (página 88).<br>Enfoque Mundo Resistente (página 102).<br>Enfoque Mundo Limpio (página 115).<br>Enfoque Mundo Productivo (página 137).<br><i>Ante los impactos negativos significativos, potenciales o reales, que puedan generar todas nuestras operaciones (100% de Cervecerías y Plantas), y nuestro negocio en general, sobre las comunidades locales, son prevenidas y gestionadas a través de nuestra estrategia de desarrollo sostenible Prosperar.</i> |  |              |
| Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros  | Derechos humanos (página 66).  |  | •            |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA   | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES   | VERIFICACIÓN |
|--|---|---|---|--------------|
| <p>Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros</p> | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: inversión<br/>                     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.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>   | <p>Otras Políticas de conducta empresarial (página 32).<br/>                     Principios de abastecimiento responsable (página 44).<br/>                     Debida diligencia (página 66).<br/> <i>Actualmente nos encontramos realizamos un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía y su cadena de suministros.</i><br/>                     Abastecimiento responsable (página 67).<br/> <i>Nuestro compromiso con la promoción de derechos humanos en nuestra cadena de suministro se establece en los pliegos de condiciones y contratos de prestación de servicios que firmamos con nuestros proveedores, que en sus diferentes cláusulas consagran el respeto a derechos humanos, conforme se puede observar en la prohibición de contratar menores de edad, trabajo forzoso y el cumplimiento de obligaciones laborales frente a los trabajadores que los terceros contraten para prestar el servicio y en general establecen que deben obrar de acuerdo a las políticas de derechos humanos y abastecimiento responsable de SABMiller.</i></p> | <p>No se dispone de información relacionada con acuerdos de inversión realizados en 2015, que incluyan cláusulas de derechos humanos,</p> |              |
|  | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: inversión<br/>                     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.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>  | <p>Derechos humanos para empleados de seguridad (página 66).<br/> <i>Capacitamos en derechos humanos a 27 colaboradores del área de seguridad de la Compañía (18 horas para cada uno) y a 150 guardas de la empresa proveedora de servicios de vigilancia y seguridad (10 horas). Con estos últimos se hizo énfasis en los Principios Voluntarios de Seguridad y Derechos Humanos (total guardas de seguridad de la empresa: 480).</i></p>  |   |              |
|  | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: no discriminación<br/>                     G4-HR3: número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>   | <p>Línea ética (página 30).</p>   | <p>El número de casos específicos es información confidencial.</p>  | <p>•</p>     |
|  | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: libertad de asociación y negociación colectiva<br/>                     G4-HR4: identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p> | <p>Derechos humanos (página 66).<br/> <i>Firmamos Convenciones Colectivas y Pactos Colectivos en las sociedades Bavaria S. A. y Cervecería del Valle S. A. con una vigencia de dos años (septiembre 2015 - agosto 2017). La Convención Colectiva en Bavaria S. A. acoge al 19% de trabajadores (650). La Convención Colectiva para la Cervecería del Valle S. A. acoge el 22% de los trabajadores (80). A su vez, el Pacto Colectivo en Bavaria acoge al 81% de sus trabajadores y en Cervecería del Valle S. A. el 78%. En Impresora del Sur no hay Convención Colectiva. El 100% de sus colaboradores pertenecen al Pacto Colectivo. En Transportes TEV, el 17,8% de los colaboradores están cubiertos por Convención Colectiva de trabajo, y el 82,2% están cubiertos por Pacto Colectivo.</i></p>   |   |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES                                  | VERIFICACIÓN |
|---|--|---|--|--------------|
| Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: trabajo infantil<br/>                     G4-HR5: identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir con la erradicación de la explotación infantil.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>                     | <p>Debida diligencia (página 66).<br/> <i>A la fecha no hemos identificado casos de explotación infantil en ninguno de nuestros centros de trabajo. Actualmente nos encontramos realizando un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía y su cadena de suministros.</i></p>  |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: trabajo forzoso<br/>                     G4-HR6: centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso y medidas adoptadas para contribuir con la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p> | <p>Debida diligencia (página 66).<br/> <i>A la fecha no hemos identificado casos de trabajo forzoso en ninguno de nuestros centros de trabajo. Actualmente nos encontramos realizando un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía y su cadena de suministros.</i></p>   |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: medidas de seguridad<br/>                     G4-HR7: porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.</p>   | <p>Derechos humanos para empleados de seguridad (página 66).<br/> <i>El 100% de los guardas de seguridad de la empresa (480), por exigencias legales de la Superintendencia de Vigilancia, recibieron capacitación en el empleo adecuado de las armas, la fuerza y trato al público con el fin de obtener la certificación que los avala como idóneos prestar el servicio de seguridad. Como complemento, capacitamos en derechos humanos a 27 colaboradores del área de seguridad de la Compañía y a 150 guardas de la empresa proveedora de servicios de vigilancia y seguridad. Con estos últimos se hizo énfasis en los Principios Voluntarios de Seguridad y Derechos Humanos.</i></p> |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: evaluación<br/>                     G4-HR9: número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.</p>   | <p>Debida diligencia (página 66).<br/> <i>Actualmente nos encontramos realizando un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía y su cadena de suministros.</i></p>  | <p>No se reporta número ni porcentaje.</p> |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br/>                     Aspecto: evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos<br/>                     G4-HR10: porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.</p>   | <p>Evaluaciones de proceso (página 49).<br/> <i>Ejecutamos autoevaluaciones de proceso a proveedores reales y potenciales (52 proveedores nuevos), en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora en materia de derechos humanos.</i></p>   | <p>No se dispone del porcentaje.</p>       |              |



| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES  | VERIFICACIÓN |
|---|--|---|--|--------------|
| Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br>Aspecto: evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos<br>G4-HR11: impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.                 | Principios de abastecimiento responsable (página 44).<br>Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Si bien nuestra Compañía no realiza evaluaciones específicas para medir los impactos en derecho humanos negativos reales y potenciales de nuestros proveedores, ejecutamos autoevaluaciones de proceso a estos, en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora que, de ser analizadas, permitirían la identificación de dichos impactos.</i><br>Debida diligencia (página 66).<br>Actualmente nos encontramos realizando un detallado análisis de los riesgos en derechos humanos en la Compañía y su cadena de suministros.<br>Abastecimiento responsable (página 67). | No está disponible la información específica para dar respuesta a impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministros. | •            |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS<br>Aspecto: mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos<br>G4-HR12: número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.                      | Línea ética (página 30).  | El número de casos específicos es información confidencial.  | •            |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: evaluación de la repercusión social de los proveedores<br>G4-SO9: porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.   | Evaluaciones de proceso (página 49).<br>Ejecutamos autoevaluaciones de proceso a proveedores reales y potenciales (52 proveedores nuevos), en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora para aspectos sociales.   | No se dispone del porcentaje.  |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: evaluación de la repercusión social de los proveedores<br>G4-SO10: impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.   | Principios de abastecimiento responsable (página 44).<br>Evaluaciones de proceso (página 49).<br><i>Si bien nuestra Compañía no realiza evaluaciones específicas para medir los impactos sociales negativos reales y potenciales de nuestros proveedores, ejecutamos autoevaluaciones de proceso a estos, en las que se incluyen hallazgos y oportunidades de mejora que, de ser analizadas, permitirían la identificación de dichos impactos.</i>  | No está disponible la información específica para dar respuesta a impactos negativos significativos sociales, reales y potenciales, en la cadena de suministros.                       |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales<br>G4-LA16: número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | Línea ética (página 30).  | El número de casos específicos se mantiene como información confidencial.  |              |
| Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial                   | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial   | Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial (página 78).  |  |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA                        | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIONES   | VERIFICACIÓN |
|---|---|--|---|--------------|
| Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br/>                     Aspecto: salud y seguridad en el trabajo<br/>                     G4-LA5: porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos, para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.</p> | <p>El COPASST, Comité Paritario de Salud y Seguridad en el trabajo, representa al 100% de nuestros colaboradores, a través de la participación de empleados como miembros del mismo. En Bavaria tenemos varios Comités, dependiendo de nuestras diferentes sedes, así:<br/>                     Edificio calle 127, Ventas y Centro de Distribución Bogotá, Impresur, Bucaramanga, Boyacá, Valle, Tibitó, Tocancipá, Barranquilla, Tropical, Medellín.<br/>                     En total, tenemos 104 representantes de nuestros colaboradores en los COPASST.</p>   |   |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br/>                     Aspecto: salud y seguridad en el trabajo<br/>                     G4-LA6: tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo según región y género.</p>  | <p>Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial (página 79).<br/>                     Además: 6 trabajadores con diagnóstico confirmado de enfermedad laboral en 2015 (1 problema de columna, 2 con Síndrome de Túnel del Carpo, 2 con epicondilitis -codo y 1 con síndrome de manguito rotador). En Impresora del Sur, 2 colaboradores más (uno con problemas de columna, y el otro con síndrome de Túnel del Carpo).</p>  | No se incluye información sobre el tipo de lesiones ocasionadas por accidentes laborales. |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br/>                     Aspecto: salud y seguridad en el trabajo<br/>                     G4-LA7: trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.</p>   | <p>De acuerdo con lo establecido por las disposiciones legales vigentes en Colombia, no tenemos oficios de alto riesgo para la salud del trabajador. Las actividades que implican trabajo en alturas, en espacios confinados y de oxicorte son monitoreadas conforme con la normatividad legal y técnica vigente, para trabajadores directos y contratistas.<br/>                     Estamos monitoreando las siguientes enfermedades, que no están clasificadas como de alto riesgo, pero que consideramos importante prevenir: diabetes y problemas osteomusculares. Adicionalmente, monitoreamos cargos como: operadores de lavadora, etiquetadora, envasadora, alimentación de tolva de tapas, alimentación de tandem, troqueladoras, fajado, filtrado, materias primas y de mantenimiento.</p> |   | •            |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br/>                     Aspecto: salud y seguridad en el trabajo<br/>                     G4-LA8: asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.</p>  | <p>Los acuerdos establecidos en las Convenciones Colectivas cubren aspectos de salud y seguridad relevantes para los colaboradores (al igual que en los Pactos Colectivos firmados).</p>   |   |              |
| <b>EJE COMPARTIDO: MUNDO SOCIABLE</b>             |   |  |   |              |
| Consumo responsable y moderado de alcohol         | <p>G4-DMA<br/>                     Enfoque de gestión Consumo responsable y moderado de alcohol</p>   | <p>Introducción capítulo Mundo Sociable (página 88).<br/>                     Consumo responsable y moderado de alcohol (página 90).</p>   |   |              |
|   | <p>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br/>                     SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br/>                     Aspecto: salud y seguridad de los clientes<br/>                     G4-PR1: porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.</p>   | <p>Durante 2015 no se promovieron mejoras de productos en materia de salud y seguridad, con base en evaluaciones realizadas para tal fin (0%). Contamos con Sistemas de Gestión de Calidad y de Inocuidad, los cuales evalúan de manera permanente todos los productos que salen al mercado para que no representen ningún riesgo para la salud y seguridad de nuestros consumidores.</p>  |   | •            |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA                           | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES | VERIFICACIÓN |
|--|--|---|-----------|--------------|
| Consumo responsable y moderado de alcohol            | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: salud y seguridad de los clientes<br>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. | <i>En 2015, no se presentaron reclamos, incidentes, sanciones o multas relativos al impacto de los productos en la salud y seguridad de los consumidores.</i>   |           | •            |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de consumidores alcanzados con las campañas y programas para promover la moderación en el consumo de alcohol.  | Nuestro desempeño en 2015 (página 89).<br>Consumo responsable y moderado de alcohol (página 90).  |           | •            |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de tenderos y comercios que han participado en los programas para la venta responsable de alcohol.   | Nuestro desempeño en 2015 (página 89).<br>Capacitamos en venta responsable a tenderos de todo el país (página 95).  |           | •            |
| Prevención del consumo de alcohol en menores de edad | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Prevención del consumo de alcohol en menores de edad  | Introducción capítulo Mundo Sociable (página 88).<br>Prevención del consumo de alcohol en menores de edad (página 92).  |           |              |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de personas involucradas en los programas para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.  | Nuestro desempeño en 2015 (página 89).<br>Prevención del consumo de alcohol en menores de edad (páginas 92 - 95).   |           | •            |
| Comunicación comercial responsable                   | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Comunicación comercial responsable  | Introducción capítulo Mundo Sociable (página 88)  |           |              |
|  | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: etiquetado de los productos y servicios<br>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.              | Comunicación comercial responsable (página 91)<br><i>Todas las piezas y campañas publicitarias son revisadas semanalmente por un Comité de Comunicaciones Comerciales que verifica el ajuste a las normas legales sobre publicidad y a la política adoptada por la compañía antes de salir al público. Para conocer más sobre nuestras políticas de autorregulación, ingrese al link: <a href="http://www.bavaria.co/politica-de-alcohol/autorregulacion">http://www.bavaria.co/politica-de-alcohol/autorregulacion</a></i> |           |              |
|  | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: etiquetado de los productos y servicios<br>G4-PR4: número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.  | <i>En el período del presente reporte no se impusieron multas por incumplimiento a normas sobre etiquetado de productos.</i>  |           | •            |
|  | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: etiquetado de los productos y servicios<br>G4-PR5: resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.  | Nuestro compromiso con la calidad (página 14).  |           |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA                             | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIONES | VERIFICACIÓN |
|--|---|--|-----------|--------------|
| Comunicación comercial responsable                     | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: comunicaciones de mercadeo<br>G4-PR6: venta de productos prohibidos o en litigio.  | <i>No vendemos productos que estén prohibidos. Sin embargo, las bebidas alcohólicas son objeto de debate público, por ellos lideramos iniciativas para su consumo responsable:</i><br>Enfoque Mundo Sociable (página 88)<br>Nuestro desempeño en 205 (página 89).<br>Consumo responsable y moderado de alcohol (página 90).<br>Comunicación comercial responsable (página 91).<br>Prevención del consumo de alcohol en menores de edad (páginas 92 - 96).<br>Seguridad vial (páginas 98 - 100).  |           |              |
|  | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: comunicaciones de mercadeo<br>G4-PR7: número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadeo, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Comunicación comercial responsable (página 91).<br><i>Nos impusieron 2 multas por incumplimiento a las normas sobre publicidad de bebidas alcohólicas. La primera, por haber publicitado la bebida cerveza Aguila a través de un afiche sin solicitar la autorización previa del INVIMA que exigía en ese entonces el artículo 61 del Decreto 3192 de 1983 (Monto: 500 Salarios Mínimos Diarios Legales Vigentes - SMLDV). La segunda, por haber publicitado la bebida cerveza Club Colombia en la revista Soho sin la previa autorización del INVIMA y sin incluir la leyenda de advertencia sanitaria de la Ley 124 de 1994 -esta última aún no está en firme- (Monto: 1.000 SMLDV).</i> |           |              |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de marcas que han incluido mensajes de consumo responsable y mensajes orientados a la sostenibilidad para los consumidores.   | Nuestro desempeño en 2015 (página 89).   |           | •            |
| Prevención de la conducción tras la ingesta de alcohol | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Prevención de la conducción tras la ingesta de alcohol   | Introducción capítulo Mundo Sociable (página 88).<br>Seguridad vial (página 98).   |           |              |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Número de consumidores de cerveza que han participado en campañas y programas orientados a incrementar la seguridad vial, incluyendo el beber y conducir.  | Nuestro desempeño en 2015 (página 89).<br>Consumo responsable y moderado de alcohol (página 90).   |           | •            |
| <b>EJE COMPARTIDO: MUNDO RESISTENTE</b>                |   |  |           |              |
| Uso responsable del recurso hídrico                    | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Uso responsable del recurso hídrico  | Introducción capítulo Mundo Resistente (página 102).<br>Reducción del consumo de agua (página 104).  |           |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: agua<br>G4-EN8: captación total de agua según la fuente.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Agua consumida (página 105).   |           | •            |



| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIONES | VERIFICACIÓN |
|---|--|--|-----------|--------------|
| Uso responsable del recurso hídrico   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: agua<br>G4-EN9: fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Nuestro desempeño en 2015 - Porcentaje del volumen de producción con suministro seguro de agua (página 103).<br>Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua (páginas 109 - 113).<br><i>Bavaria no afecta de manera significativa fuentes de agua. Impresora del Sur no afecta ninguna fuente de agua. La operación de Transportes TEV no es intensiva en consumo de agua.</i> |           | •            |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: agua<br>G4-EN10: porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | Recuperación del agua (página 106).  |           |              |
|   | INDICADOR KPI BAVARIA:<br>Agua utilizada / volumen de producción   | Eficiencia en el uso de agua para la producción de cerveza (página 103)  |           | •            |
| Gestión del agua residual   | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Gestión del agua residual   | Introducción capítulo Mundo Resistente (página 102).<br>Gestión del agua residual (página 107).  |           |              |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: efluentes y residuos<br>G4-EN22: vertimiento total de aguas según su naturaleza y destino.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | Gestión del agua residual (página 107).  |           |              |
|   | INDICADOR BAVARIA<br>DQO promedio  | Gestión del agua residual (página 107).  |           | •            |
| Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua                          | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua  | Introducción capítulo Mundo Resistente (página 102).<br>Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua (página 109).   |           |              |
|   | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Porcentaje de la producción con abastecimiento de agua segura con implementación de programas para reducir los riesgos del agua.  | Nuestro desempeño en 2015 - Porcentaje del volumen de producción con suministro seguro de agua (página 103).   |           | •            |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: efluentes y residuos<br>G4-EN26: identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos o escorrentía procedentes de la organización.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Gestión del agua residual (páginas 107 y 108).<br><i>Bavaria no afecta de manera significativa la biodiversidad de los cuerpos de agua y sus hábitats relacionados, debido a nuestros vertimientos.</i>  |           | •            |
| <b>EJE COMPARTIDO: MUNDO LIMPIO</b>   |  |  |           |              |
| Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas) | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas)   | Introducción capítulo Mundo Limpio (página 115).<br>En nuestro proceso productivo (página 117).<br>En nuestra cadena de valor (página 121).  |           |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES  | VERIFICACIÓN |
|---|---|---|--|--------------|
| Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas) | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: energía<br/>                     G4-EN3: consumo energético interno.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>   | <p>Consumo de energía directa de fuentes no renovables, en Cervecerías y malterías (página 118).<br/>                     Consumo de energía eléctrica (página 119).<br/> <i>Consumo de energía en Transporte TEV: T1-flota propia, 541.960.699,95 MJ; Flota T3, 310.962.634 MJ (el consumo de energía eléctrica está incluida en la energía eléctrica reportada por Bavaria -página 119).<br/>                     Consumo total de energía eléctrica en Impresora del Sur: 3.067.287 Kwh.</i></p>   |  | <p>•</p>     |
|   | <p>INDICADOR BAVARIA:<br/>                     Energía producida de recursos renovables</p>   | <p>Consumo de energía de fuentes renovables (página 119).</p>   |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: energía<br/>                     G4-EN4: consumo energético externo.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>   | <p><i>Consumo de combustible en flotas de distribución de terceros: T1-flota terceros, 527.191.233 MJ; flota T2, 390.077.444 MJ.<br/>                     El cálculo del consumo de energía externa, generado por viajes y desplazamientos de los empleados por razones de trabajo no es relevante con respecto al consumo energético total de la Compañía.</i></p>   |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: energía<br/>                     G4-EN5: intensidad energética.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>  | <p>Consumo de energía por hectolitro de cerveza producido (página 118).</p>   |  | <p>•</p>     |
|   | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: energía<br/>                     G4-EN6: reducción del consumo energético.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>                                       | <p>Consumo de energía directa de fuentes no renovables, en Cervecerías y Malterías (página 118).</p>  |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: energía<br/>                     G4-EN7: reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p> | <p>Eficiencia energética (página 117).<br/>                     Consumo de energía de fuentes renovables (página 119).<br/>                     Consumo de combustible y emisiones de la flota de distribución (página 121).<br/>                     Consumo promedio de combustible por flota de distribución (página 122).</p>   |  |              |
|   | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: emisiones<br/>                     G4-EN15: emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>       | <p>Emisiones (página 120).<br/>                     Kilómetros recorridos y emisiones por hectolitro transportado (página 123).<br/> <i>El cálculo para cervecerías se realiza multiplicando el consumo de cada tipo de fuente de energía por los factores de emisiones para cada uno dados por SAB Miller para el año fiscal F16 Gasoline / Petrol 0,06607 kgCO2/MJ, Diesel 0,07064 kgCO2/MJ, Residual Fuel Oil 0,07377 kgCO2/MJ, LPG 0,05684 kgCO2/MJ, Natural Gas 0,05054 kgCO2/MJ, Coal 0,09196 kgCO2/MJ, Steam Renewable Energy 0,0 kgCO2/MJ, Electrical energy in Colombia 0,123 Kg CO2/KWh.<br/>                     El cálculo para malterías se calcula con la suma de las multiplicaciones de la cantidad de energía usada por cada fuente por el factor de emisiones dado por SAB Miller para el año fiscal F16.</i></p> | <p>La cifra del total no se reporta debido a que el indicador con el cual Bavaria hace seguimiento a su gestión es el de la intensidad de emisiones.</p> | <p>•</p>     |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA  | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES   | VERIFICACIÓN |
|---|---|---|---|--------------|
| Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas)   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN16: emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Emisiones de CO <sub>2</sub> Malterías (página 120).  | La cifra del total no se reporta debido a que el indicador con el cual Bavaria hace seguimiento a su gestión es el de la intensidad de emisiones. |              |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN17: otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas              | Kilómetros recorridos y emisiones por hectolitro transportado (página 123).<br>Emisiones de carbono / materiales de empaque (página 117). |   | •            |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN18: intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                         | Emisiones de CO <sub>2</sub> en la producción de cerveza (página 120).<br>Emisiones por kilómetro recorrido (página 122).                 |   | •            |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN19: reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                          | Emisiones (página 120).<br>Kilómetros recorridos y emisiones por hectolitro transportado (página 123).                                    |   |              |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN20: emisiones de sustancias que agotan el ozono.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | <i>Se registraron consumos de 122,84 Kg de CO<sub>2</sub> de R22 en Cervecería de Boyacá para reposición del mismo en el sistema.</i>     |   | •            |
|   | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: emisiones<br>G4-EN21: NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                             | Emisiones (página 120).   |   |              |
|   | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Porcentaje de neveras libres de HFC en el mercado  | Porcentaje de neveras libres de HFC en el mercado (página 116).   |   | •            |
|   | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Emisiones de carbono en materiales de empaque  | Emisiones de carbono / materiales de empaque (página 116).  |   |              |
|   | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Emisiones de carbono / producción de cerveza   | Emisiones de carbono / producción de cerveza (página 116).  |   | •            |
| CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: transporte<br>G4-EN30: impactos ambientales significativos del transporte de productos, otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización así como del transporte de personal.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Consumo de combustible y emisiones de la flota de distribución (páginas 121 - 123).   |   | •   |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA             | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES  | VERIFICACIÓN |
|--|--|---|--|--------------|
| Gestión eficiente de residuos          | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Gestión eficiente de residuos.  | Introducción capítulo Mundo Limpio (página 115).<br>Gestión eficiente de residuos (página 125).   |  |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: efluentes y residuos<br>G4-EN23: peso total de los residuos gestionados según tipo y método de tratamiento.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Residuos generados y reciclados en Cervecerías y Malterías (página 125).<br>Clasificación de residuos generados en Cervecerías y Malterías 2015 (página 125).<br>Clasificación de los residuos en Transportes TEV 2015 (página 126).<br>Clasificación de los residuos en Impresora del Sur 2015 (página 127). |  | •            |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: efluentes y residuos<br>G4-EN24: número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | <i>Información no relevante por la naturaleza de nuestra operación.</i>   | Este indicador no es relevante para nuestra operación. |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: efluentes y residuos<br>G4-EN25: peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | <i>Como parte del proceso de clausura de la instalación radiactiva de Bavaria sede Techo ubicada en la Av. Boyacá 9-02 de la ciudad de Bogota D.C. (sede clausurada), se exportaron 4 fuentes radiactivas a Estados Unidos.</i>   | El peso no está disponible.                            | •            |
| Reciclaje e innovación en los empaques | G4-DMA<br>Enfoque de gestión Reciclaje e innovación en los empaques.   | Introducción capítulo Mundo Limpio (página 115).<br>Desarrollamos empaques amigables con el medio ambiente (página 128).<br>Soluciones para la reutilización y el reciclaje de empaques (página 131).   |  |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: materiales<br>G4-EN1: materiales por peso o volumen.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | Materiales para envases 2015 (página 128).<br>Materiales de empaques 2015 (página 129).   | El peso no está disponible.                            |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: materiales<br>G4-EN2: porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | Porcentaje de material reciclado en envases y empaques 2015 (página 129).   |  |              |
|  | INDICADOR BAVARIA<br>Reducción del peso de las botellas y de los materiales de empaque.  | Aligeramiento de botellas (página 130).   |  | •            |
|  | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Porcentaje de reutilización y reciclaje en las instalaciones  | Porcentaje de reutilización y reciclaje en las instalaciones (página 116).  |  | •            |



| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA             | INDICADORES A REPORTAR  | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES  | VERIFICACIÓN |
|--|---|---|--|--------------|
| Reciclaje e innovación en los empaques | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: productos y servicios<br>G4-EN27: mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Uso responsable del recurso hídrico (páginas 104 - 106).<br>Reducción de emisiones (páginas 117 - 120).<br>Desarrollamos empaques amigables con el medio ambiente (páginas 128 - 130).<br>Soluciones para la reutilización y el reciclaje de empaques (página 131).<br>Promovemos el reciclaje posconsumo (página 133). |  |              |
|  | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: productos y servicios<br>G4-EN28: porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil desglosado por categoría.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                                      | <i>Hasta el momento, desarrollamos algunas iniciativas pilotos para promover la recuperación de nuestros envases y empaques posconsumo:</i><br>Reciclaje botellas Pony Malta (PET ámbar) (página 131).<br>Reutilización de vidrio en San Andrés Islas (página 132).<br>Promovemos el reciclaje posconsumo (página 133). | <b>A la fecha no tenemos información sobre el porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil desglosado por categoría.</b> |              |
| <b>OTROS ASUNTOS RELEVANTES</b>        |   |   |  |              |
| Desempeño económico                    | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: desempeño económico<br>G4-EC1: valor económico directo generado y distribuido.  | Generamos valor a nuestros grupos de interés (página 15).   |  |              |
|  | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: desempeño económico<br>G4-EC2: consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.  | Enfoque Mundo Limpio (página 115).  |  |              |
|  | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: desempeño económico<br>G4-EC3: límite de las obligaciones de la organización debidas a programas de prestaciones sociales.  | <i>No tenemos obligaciones debidas a programas de prestaciones sociales.</i>  |  |              |
|  | CATEGORÍA: ECONOMÍA<br>Aspecto: desempeño económico<br>G4-EC4: ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.  | <i>No recibimos ayudas económicas del gobierno.</i>   |  |              |
| Buen gobierno corporativo              | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: lucha contra la corrupción<br>G4-SO3: número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con corrupción y riesgos significativos detectados.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Control interno (página 33).<br>Gestión de riesgos (página 34).   |  |              |
|  | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: lucha contra la corrupción<br>G4-SO4: políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre lucha contra la corrupción.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | Política Antisoborno (página 32).   |  |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA          | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN  | OMISIONES   | VERIFICACIÓN |
|-------------------------------------|--|--|---|--------------|
| Buen gobierno corporativo           | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: lucha contra la corrupción<br>G4-SO5: casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas  | <i>Información no reportada.</i>   | El número de casos confirmados es información confidencial. |              |
|                                     | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD<br>Aspecto: cumplimiento<br>G4-SO8: valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.  | <i>No se presentaron multas por incumplimiento de la legislación y la normativa durante 2015.</i>  |   |              |
|                                     | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS<br>Aspecto: cumplimiento regulatorio<br>G4-PR9: valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.  | <i>No se presentaron multas en relación con el suministro o uso de nuestros productos (calidad de nuestros productos). Las 2 multas que tuvimos se debieron al etiquetado de nuestros productos (ver indicador PR 7) y tienen un monto total de 1.500 Salarios Mínimos Diarios Legales Vigentes - SMLDV.</i> |   |              |
| Compromiso con la calidad           | INDICADOR BAVARIA<br>Evaluación sensorial  | Nuestro compromiso con la calidad (página 14).   |   |              |
| Impulso a la diversidad e inclusión | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: empleo<br>G4-LA1: número total, tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosado por grupo etario, género y región.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas                        | Caracterización de nuestra planta (páginas 69 - 71).<br>Número de colaboradores que dejaron su empleo en 2015 (páginas 72 y 73).<br>Índice de rotación (página 73).  | No se reporta el dato de nuevas contrataciones.             | •            |
|                                     | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: diversidad e igualdad de oportunidades<br>G4-LA12: composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, género, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores relacionados con diversidad. | Junta directiva (página 27).<br>Caracterización de nuestra planta (páginas 69 - 71).<br>Equidad de género (página 74).   |   |              |
|                                     | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: igualdad de retribución entre mujeres y hombres<br>G4-LA13: relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por ubicaciones significativas de actividad.                                      | Salario promedio, según género (página 75).  |   |              |
|                                     | INDICADOR KPI BAVARIA<br>Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos y gerenciales  | Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos y gerenciales (página 37).  |   | •            |
|                                     | INDICADOR BAVARIA<br>Porcentaje de convocatorias cubiertas por personal interno.   | Convocatorias (página 68).   |   |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA                      | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES | VERIFICACIÓN |
|---|--|---|-----------|--------------|
| Bienestar laboral                               | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: empleo<br>LA2. Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | ¡Vive Bien!, nuestra apuesta por el bienestar (páginas 76 y 77).  |           |              |
| Desarrollo del capital humano                   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: capacitación y educación<br>G4-LA9: promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por categoría laboral y género.  | Colaboradores directos beneficiarios de capa citaciones en 2015, según nivel jerárquico (página 83).<br>Promedio de horas de formación por colaborador (directos) (página 83).  |           |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: capacitación y educación<br>G4-LA10: programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.  | <i>Para los trabajadores que están cercanos a cumplir sus edades pensionales, los asesoramos, en que régimen pensional les conviene jubilarse efectuando cálculos de sus pensiones en los dos sistemas. Adicionalmente, les ayudamos en todo los trámites de radicación de la solicitud ante las entidades de seguridad social, y si tienen problemas en la actualización y arreglo de las cotizaciones faltantes, los ayudamos en esta corrección.</i>   |           |              |
|   | CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL<br>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO<br>Aspecto: capacitación y educación<br>G4-LA11: porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por categoría profesional y género.   | Colaboradores evaluados, por categoría profesional (página 86).   |           | •            |
| Consumo responsable de alcohol en colaboradores | INDICADOR BAVARIA<br>Socialización interna de la Política de Consumo de Alcohol  | Comportamiento responsable de nuestros colaboradores (página 97).   |           |              |
| Medio ambiente (generales)                      | CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br>Aspecto: cumplimiento regulatorio<br>G4-EN29: valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.<br>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas   | <i>Nos impusieron una única multa ambiental durante 2015, por parte de la Corporación Autónoma Regional de Boyacá, por incumplimiento del literal b), numeral 1, artículo 3 del Decreto 1449 de 1977, es decir, por no mantener la cobertura boscosa en la ronda del Río Chicamocha al haberse construido en ella estructuras de la empresa. La multa impuesta fue por valor de 17.206.800 millones. Sobre el acto administrativo que impuso la multa se ejerció el medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho, toda vez que hemos cumplido con las obras de compensación correspondientes por uso del recurso hídrico y hemos realizado nuevas siembras de individuos de especies nativas en la ronda del río.</i> |           |              |

| ASUNTOS MATERIALES BAVARIA | INDICADORES A REPORTAR   | RESPUESTA / UBICACIÓN   | OMISIONES | VERIFICACIÓN |
|----------------------------|--|---|-----------|--------------|
| Medio ambiente (generales) | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: general<br/>                     G4-EN31: desglose de los gastos e inversiones para la protección del ambiente.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>   | <p><i>En 2015 invertimos 14.060'260.702 pesos en gestión ambiental, correspondientes a: overhaul del deshidratador de lodos de la PTAR de Cervecería de Valle, reemplazo de transformadores con PCB en las Cervecerías de Bucaramanga y Barranquilla, conversión a gas natural de la caldera de la Maltería de Tibitó, pretratamiento de lodos en la PTAR de la Maltería de Tibitó, expansión y mejoramiento de las redes de aguas residuales en la Cervecería de Barranquilla, nueva PTAR para la Cervecería Unión, nuevos reactores aerobios para la Maltería Tropical y la Cervecería de Boyacá, nuevos intercambiadores de calor para reducción de energía en las lavadoras de la Cervecería de Boyacá, separación de redes de efluentes y aguas lluvias en la Cervecería Unión, nueva PTAR para la Maltería de Tibitó y nuevo reactor anaerobio para la Cervecería de Valle.</i></p> |           |              |
|                            | <p>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE<br/>                     Aspecto: mecanismos de reclamación ambiental<br/>                     G4-EN34: número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.<br/>                     Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p> | <p><i>Nos impusieron una única multa ambiental durante 2015, por parte de la Corporación Autónoma Regional de Boyacá, por incumplimiento del literal b), numeral 1, artículo 3 del Decreto 1449 de 1977, es decir, por no mantener la cobertura boscosa en la ronda del Río Chicamocha al haberse construido en ella estructuras de la empresa. La multa impuesta fue por valor de 17.206.800 millones. Sobre el acto administrativo que impuso la multa se ejerció el medio de control de nulidad y restablecimiento del derecho, toda vez que hemos cumplido con las obras de compensación correspondientes por uso del recurso hídrico y hemos realizado nuevas siembras de individuos de especies nativas en la ronda del río.</i></p>  |           |              |





Deloitte & Touche Ltda.  
Edificio Gorgolembiana  
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10  
AA 404  
NIT 860.005.813-4  
Medellin  
Colombia

Tel : 57(4) 313 88 99  
Fax : 57(4) 313 32 75  
www.deloitte.com.co

**Responsabilidades de la Dirección de Bavaria S.A. y de Deloitte**

- La preparación del Informe de Desarrollo Sostenible 2015, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este Memorando ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el reporte de sostenibilidad.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.  
Jorge Enrique Múnera D.  
Socio

Bogotá, Abril 2016

Una firma miembro de  
Deloitte Touche Tohmatsu

**Memorando de verificación externa e independiente**

Verificación independiente del Informe de Desarrollo Sostenible 2015 de Bavaria S.A.

**Alcance de nuestro trabajo**

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Desarrollo Sostenible 2015 de Bavaria S.A. a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

**Estándares y procesos de verificación**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de Bavaria S.A. que han participado en la elaboración del Informe de Desarrollo Sostenible 2015 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de Bavaria S.A. para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el reporte.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad, se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar, consolidar y validar los datos presentados en el reporte.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión de muestra de información cuantitativa y cualitativa, de los indicadores GRI y propios incluidos en el reporte de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Bavaria S.A.
- Visita a la Cervecería de Tocancipá (Cundinamarca), con el fin de revisar prácticas implementadas y gestión de la información ambiental y laboral (nómina y salud ocupacional y seguridad).

**Confirmación que el Informe de Desarrollo Sostenible 2015 de Bavaria S.A. es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su opción Exhaustiva "de conformidad" con la Guía.**

Contenidos básicos generales.

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción Esencial "de conformidad" con la Guía en cuanto a los Contenidos básicos generales. Los indicadores G4 1 a G4 58 fueron reportados, los indicadores G4-1, G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9, G4-10, G4-14, G4-15, G4-16, G4-17, G4-18, G4 19, G4 20, G4 21, G4 22, G4 23, G4 26, G4 27, G4 28, G4 29, G4 30, G4 31, G4 32, G4 35, G4 36 y G4-58 fueron verificados externamente por Deloitte & Touche Ltda.

Contenidos básicos específicos:

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI de los siguientes asuntos materiales

| Asuntos materiales  | Indicador GRI y/o Propio Bavaria S.A.  |
|---|--|
| Crecimiento inclusivo y desarrollo en la cadena de valor            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI. Número de pequeñas empresas incluidas en programas e iniciativas para mejorar los ingresos y la calidad de vida.</li> <li>• G4 - EN33.</li> <li>• G4 - LA15.</li> </ul>  |
| Aporte a la sociedad y las comunidades aledañas                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - SO11.</li> </ul>   |
| Salud ocupacional, seguridad e higiene industrial                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - LA7.</li> </ul>  |
| Derechos humanos en el ámbito interno y en la cadena de suministros | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - HR3.</li> <li>• G4 - HR11.</li> <li>• G4 - HR12.</li> </ul>  |
| Consumo responsable y moderado de alcohol                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - PR1.</li> <li>• G4 - PR2</li> <li>• KPI. Número de consumidores alcanzados con las campañas y programas para promover la moderación en el consumo de alcohol.</li> <li>• KPI. Número de tenderos y comercios que han participado en los programas para la venta responsable de alcohol.</li> </ul> |
| Prevención del consumo de alcohol en menores de edad                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI. Número de personas involucradas en los programas para prevenir el consumo de alcohol en menores de edad.</li> </ul>  |
| Comunicación comercial responsable                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - PH4.</li> <li>• KPI. Marcas que integran los principios de sostenibilidad en sus estrategias de difusión.</li> </ul>   |
| Prevención de la conducción tras la ingesta de alcohol              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI. Número de consumidores de cerveza que han participado en campañas y programas orientados a incrementar la seguridad vial, incluyendo el beber y conducir.</li> </ul>   |

|   |  |
|---|--|
| Reciclaje e innovación en los empaques.                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propio Bavaria. Reducción del peso de las botellas y de los materiales de empaque</li> <li>• KPI. Porcentaje de reutilización y reciclaje en las instalaciones</li> </ul>   |
| Gestión eficiente de residuos   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - EN23</li> <li>• G4 - EN25</li> </ul>   |
| Reducción de emisiones (actividades productivas y actividades no productivas) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - EN3.</li> <li>• G4 - EN5.</li> <li>• G4 - EN15.</li> <li>• G4 - EN17</li> <li>• G4 - EN18</li> <li>• KPI. Emisiones de carbono/ producción de cerveza (kg CO2/ Hl cerveza)</li> <li>• G4 - EN20.</li> <li>• KPI. Porcentaje de neveras libres de HFC en el mercado</li> <li>• G4 - EN30</li> </ul> |
| Uso responsable del recurso hídrico   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - EN8.</li> <li>• G4 - EN9.</li> <li>• KPI. Agua utilizada/volumen de producción</li> </ul>  |
| Gestión del agua residual.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propio Bavaria. DXQ promedio Bavaria</li> </ul>   |
| Gestión de los riesgos de escasez y calidad del agua                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI. Porcentaje de la producción con abastecimiento de agua segura con implementación de programas para reducir los riesgos del agua</li> <li>• G4 - EN26.</li> </ul>   |
| <b>Otros contenidos específicos</b>   |  |
| Impulso a la diversidad e inclusión   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - I A1</li> <li>• KPI. Porcentaje de mujeres en cargos ejecutivos o gerenciales</li> </ul>   |
| Desarrollo del capital humano   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 - I A11</li> </ul>   |

**Conclusiones**

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Desarrollo Sostenible 2015 de Bavaria SA, contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (GRI G4) en su opción Exhaustiva "de conformidad" con la Guía.

**Hallazgos & recomendaciones frente al Informe de Desarrollo Sostenible 2015 de Bavaria S.A. Principios GRI y WBCSD**

**Contexto de sostenibilidad**

✓ *Observaciones*

Bavaria S.A. realiza un ejercicio detallado para identificar los asuntos materiales para la compañía. Sin embargo, no conecta de forma explícita su materialidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) definidos en septiembre del 2015

✓ *Recomendaciones*

Deloitte recomienda priorizar y conectar los ODS a la materialidad de la organización, con el fin de lograr una mayor alineación de su estrategia con las agendas nacional e internacional en temas de Desarrollo Sostenible

**Entorno externo**

✓ *Observaciones*

Actualmente, el reporte de Desarrollo Sostenible de Bavaria S.A. no describe el estado y la importancia de las tendencias – riesgos y oportunidades – sectoriales y nacionales – del entorno sobre sus operaciones y reputación.

✓ *Recomendaciones*

Se recomienda identificar y describir cómo los principales riesgos, oportunidades y realidades socio-económicas del sector y del país afectan o fomentan la capacidad de creación de valor de Bavaria, con el fin de anticipar y responder a las tendencias externas, lo cual permitirá impulsar la competitividad y capacidad de creación de valor de la organización.

**Equilibrio**

✓ *Observaciones*

El reporte de sostenibilidad no incluye los principales desafíos y dificultades que enfrentó/enfrentará la compañía, tanto durante el 2015, como a corto, mediano y largo plazo.

✓ *Recomendaciones*

Se sugiere incluir retos, dificultades y oportunidades de mejora de forma más detallada a corto, mediano y largo plazo, para cada asunto material gestionado.

**Reporte Integrado (<IR>)**

✓ *Observaciones*

En la actualidad Bavaria incorpora algunos principios y elementos del Reporte Integrado <IR> (por sus siglas en inglés, "Integrated Reporting") a su informe de desarrollo sostenibilidad.

✓ *Recomendaciones*

Teniendo en cuenta que el <IR> busca adoptar un esquema único de reporte de la gestión y un pensamiento integrado – tanto financiero como extra-financiero – de la organización, Deloitte recomienda y motiva a la organización a incorporar progresivamente los conceptos (C), principios (P) y elementos de contenido (EC) del <IR>, entre los cuales:

- Creación de valor (tangible e intangible), para la organización y sus grupos de interés (C)
- Enfoque estratégico y orientación futura (P)
- Conectividad de la información (financiera, extra financiera, asuntos materiales y "stairways") (P)
- Modelo de negocios (EC)
- Estrategia y asignación de recursos (EC)