



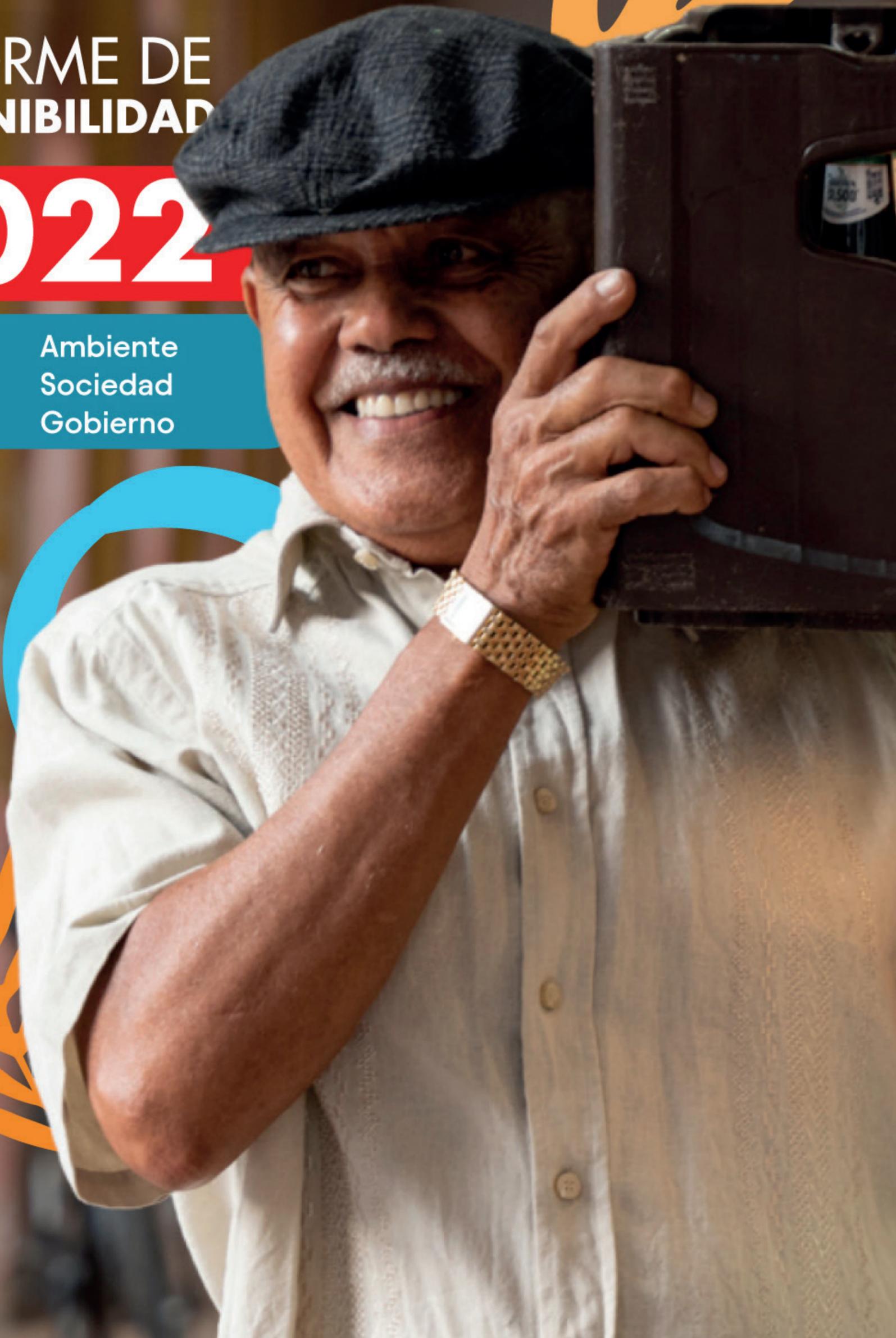
BAVARIA

**INFORME DE
SOSTENIBILIDAD**

2022



Ambiente
Sociedad
Gobierno



Sergio Rincón
Presidente

Samira Fadul Solano
Vicepresidente Legal y de Asuntos Corporativos

Alejandra Escobar Bravo
Directora de Sostenibilidad y Fundación Bavaria

Andrés Salazar González
Gerente de Inversión Ambiental

Sebastián Gómez Acevedo
Líder de Sostenibilidad

Sofía Varón Jaramillo
Líder de Sostenibilidad

Diseño y diagramación:
Andrea Jiménez Guerrero
What If Design

Contacto en caso de alguna duda (GRI 2-3-d):
andres.salazar-g@ab-inbev.com

Para más información, consulta:
Página Bavaria: www.bavaria.co
Twitter: @BAVARIA_OFICIAL
Facebook: Bavaria
Instagram: @bavaria_colombia
LinkedIn: Bavaria - Colombia
YouTube: Bavaria Oficial

Informe de Desarrollo Sostenible 2022

Este informe fue elaborado de conformidad con los Estándares GRI sobre la gestión del año 2022 (1º de enero a 31 de diciembre) para las operaciones de Bavaria S.A y filiales, y constituye la Comunicación de Progreso [CoP] para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



Bavaria S.A.
Carrera 53A # 127-35
Bogotá D.C.

Mayo de 2023



BAVARIA

**INFORME DE
SOSTENIBILIDAD**

2022



**Ambiente
Sociedad
Gobierno**

ÍNDICE



1

Nuestro
ADN



2

Natural



3

Incluyente



4

Local



1

Nuestro
ADN

Pág

Carta de nuestro presidente	06	➤
Nuestro sueño	08	➤
Sociedad Bavaria	08	➤
Junta directiva Bavaria & CIA S.C.A	09	➤
Nuestras sociedades	09	➤
Hitos del 2022	10	➤
Portafolio e innovaciones	12	➤
Nuestros principios	14	➤
Nuestros valores	15	➤
Nuestra cadena de valor	16	➤
Modelo de sostenibilidad con enfoque ODS	18	➤
Nuestras apuestas de sostenibilidad	20	➤
Comité externo de sostenibilidad	21	➤
Materialidad	22	➤
Reconocimientos y premios	23	➤



Carta de nuestro presidente

Sergio Rincón



En Bavaria priorizamos la colaboración y la innovación para inspirar acciones hacia un futuro más sostenible e incluyente.

2022 fue un año de grandes retos globales y locales, desde la lucha por mitigar el cambio climático hasta los esfuerzos de estabilización económica en el país.

Como compañía seguimos comprometidos con los principios de Pacto Global de las Naciones Unidas, y continuamos invirtiendo en nuestras prioridades estratégicas ESG: Consumo Responsable, Acción Climática, Gestión del Agua, Agricultura Sostenible, Empaque Circular, Emprendimiento, Diversidad e Inclusión y finalmente Ética y Transparencia.

Este año, como parte fundamental de nuestro propósito de ser la compañía líder en materia de sostenibilidad, hemos adoptado el estándar GRI 2021, adaptándonos a las tendencias globales en materia de rendición de cuentas a todas nuestras partes interesadas. Nuestro informe de sostenibilidad 2022 proporciona información valiosa sobre nuestra visión estratégica, programas, resultados y retos en cada uno de nuestros temas materiales, buscando siempre cumplir con nuestras grandes apuestas de sostenibilidad.

Cuando soñamos en grande por un futuro con más motivos para brindar, imaginamos un futuro más sostenible, innovador, inclusivo, a partir de ingredientes naturales y con impacto local. Siempre comprometidos en seguir contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible [ODS].

En el 2022 logramos grandes avances que nos mantienen como una compañía que impulsa el desarrollo sostenible de Colombia. Nos sentimos orgullosos de comunicar que en el 2024 lograremos que el 100% de nuestras cervezas sean hechas con energía solar, además este año completamos la incorporación de los 200 camiones eléctricos que nos ubican cómo la compañía con la flota eléctrica privada más grande del país. De esta forma avanzamos en nuestro proceso de descarbonización para cumplir la meta de alcanzar las cero emisiones netas al 2040 e impulsar la transición energética justa en el país.

Nuestra compañía llega a todos los rincones del territorio nacional gracias a miles de personas que desde todos nuestros grupos de interés hacen parte de esta gran familia.

Agradecemos y reconocemos el trabajo de nuestros clientes del canal tradicional con quienes cumplimos nuestra meta de impactar 50 mil tenderas a través de nuestro programa de fortalecimiento empresarial, a nuestras comunidades de páramos con las cuales seguimos cuidando el agua de todos los colombianos en el marco del programa miPáramo que este año inicia operaciones en Chingaza, a nuestros proveedores y recicladores de oficio que nos permitieron gestionar cerca de 40 mil toneladas envases y empaques promoviendo así la economía circular, y a nuestros agricultores de cebada, maíz y yuca con quienes trabajamos juntos para fortalecer su producción e impulsar el desarrollo rural colombiano.

El 2023 será un año de grandes oportunidades para continuar construyendo un país más próspero, sostenible y equitativo, por esto desde Bavaria todo nuestro equipo de colaboradores, proveedores, clientes y aliados estamos impulsando la transformación organizacional que responda a los desafíos ambientales, sociales y económicos.

Nuestro sueño

En Bavaria creemos en el poder de los sueños. Somos parte de la herencia y el progreso de Colombia. Hemos construido una compañía para que perdure en el tiempo.



Nos llena de orgullo producir marcas amadas que han unido por generaciones a millones de personas, dando vida a nuevas amistades y experiencias inolvidables. Nuestro corazón palpita con fuerza al saber que somos más de 4.000 personas compartiendo la pasión por la cerveza y los productos de la más alta calidad. Celebramos la vida haciendo positiva cada experiencia con nuestros productos a través de la música, la cultura, el deporte y los mejores momentos.

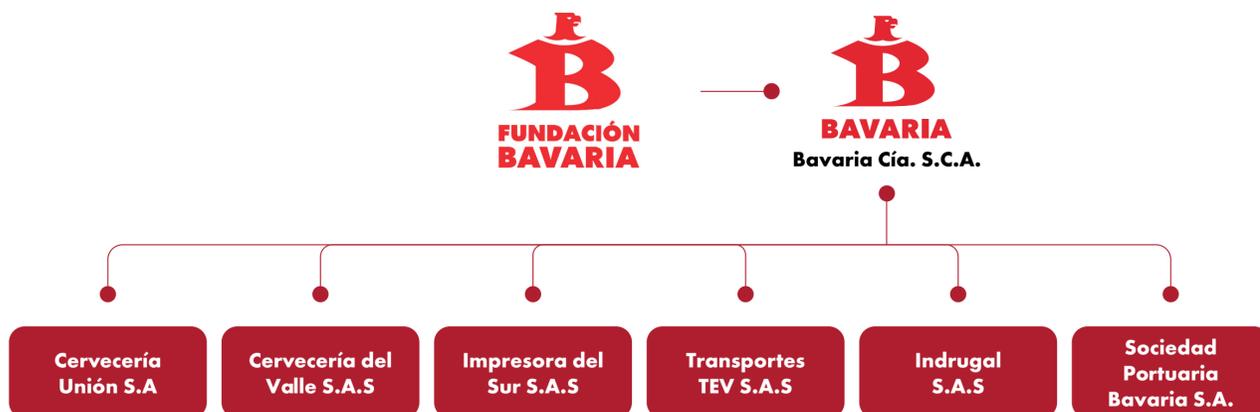
Nuestros productos están hechos con ingredientes naturales y tocan millones de vidas todos los días, por esto estamos comprometidos con el cuidado del medioambiente y la transformación positiva de las comunidades de las que hacemos parte. Para nosotros la sostenibilidad no solo está relacionada con nuestro negocio, ¡es nuestro negocio!

Nuestra compañía no se detiene, se mantiene en continua evolución, diversificando e innovando para ofrecer más y mejores opciones a los consumidores. Como dueños nos tomamos los resultados y el progreso personalmente, enfocándonos en lograr un mejor futuro para toda nuestra gente.

Sociedad Bavaria [GRI 2-3]

Este informe de sostenibilidad hace referencia a las acciones y actividades de la sociedad Bavaria & Cia S.C.A. y todos sus miembros durante el año 2022 para el cumplimiento de las metas de sostenibilidad.

Composición de la sociedad y filiales



Junta directiva Bavaria & CIA S.C.A [GRI 2-9-a]

Directores Principales



Alejandro Santo Domingo Dávila



Carlos Alejandro Pérez Dávila



Cristian Tomás Samper



Mauricio Cárdenas



Carlos Eduardo Klutzenschell Lisboa



Sergio Andrés Rincón Rincón

Directores Suplentes



Alberto Preciado Arbeláez



Juan Carlos García Cañizares



María Cristina Córdova



Ricardo de Oliveira Abreu



Angélica Alvarado



Samira Fadul Solano

Nuestras Sociedades

[GRI 2-1-a, 2-2-a]

Bavaria & Cia S.C.A

Cervecería Unión S.A.

Cervecería del Valle S.A.S

Sociedad Portuaria Bavaria S.A.

Inversiones Nixa S.A.

Industria Gráfica Latinoamerica S.A.S

Impresora del Sur S.A.S. [En liquidación]

Transportes Tev S.A.S

Kopps Commercial S.A.S

Inversiones AB-Inbev Colombia S.A.S

Fundación Bavaria

Hitos del 2022



Le apostamos a ser la primera empresa certificada en la Norma Técnica de Cumplimiento para Competencia en Colombia.

Somos una de las primeras empresas en el país en someterse al proceso de auditoría para lograr la certificación voluntaria en la norma NTC 6378:2020 del ICONTEC, que nos permitirá validar el establecimiento de buenas prácticas de protección de la libre competencia.



Nativa, cerveza de ingredientes locales, se expande al departamento de Bolívar dinamizando la economía de la región.

Nativa es una cerveza elaborada a partir de materias primas propias de la región Caribe, contribuyendo a la competitividad del agro del departamento e impulsando sus procesos de producción. Después de lanzar Nativa en Córdoba y Sucre a mediados de 2021, oficializamos nuestra expansión al Bolívar.



Impactamos positivamente a 10 millones de personas a través de nuestros programas de sostenibilidad.

Como parte de nuestro compromiso de impulsar el progreso de Colombia, en 2022 alcanzamos la meta de 10 millones de personas impactadas positivamente en el marco de nuestra estrategia de sostenibilidad.



Sergio Rincón es nuestro nuevo presidente.

El colombiano Sergio Rincón fue designado como nuestro nuevo presidente a partir del 1 de junio de 2022. Llega a la presidencia de Bavaria tras una importante trayectoria que incluye la vicepresidencia de Ventas de Grupo Modelo (México), así como, la presidencia de Cervecería Nacional en Ecuador y de Cervecería Backus en Perú.



Completamos los 600 mil árboles sembrados.

En 2022 llegamos a los 600.000 árboles sembrados en ecosistemas estratégicos del país, como los páramos y el bosque alto andino, para proteger las cuencas hidrográficas en Colombia.

B PROHÍBESE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. **VIVE RESPONSABLE**



El 100% de nuestras cervezas se elaborarán usando energía solar.

Para inicios de 2024 nos abasteceremos en el 100% de nuestras plantas cerveceras de energía renovable, cumpliendo esta meta un año antes de lo inicialmente propuesto.



Llegamos a nuestra meta de 50 mil tenderas impactadas alrededor del país.

50.000 mujeres resultaron impactadas positivamente por nuestro programa Emprendedoras Bavaria, el cual, desde su creación en 2017, le apostó a transformar la vida de las tenderas del país a través de la mejora de sus ingresos y calidad de vida.



Nativa Sur, nuestra primera cerveza elaborada a base de maíz cultivado en el Valle del Cauca.

Anunciamos el lanzamiento de Nativia Sur. Esta es la primera innovación de nuestro portafolio elaborada a base de maíz amarillo, con la que buscamos seguir dinamizando el mercado cervecero y apoyar a los agricultores del Valle del Cauca.



Con Club Colombia y Saving the Amazon sembramos 10 mil árboles en el Amazonas.

En el marco de la edición limitada 'Una historia Nonuya', anunciamos la alianza con Saving The Amazon para plantar más de 10 mil árboles en la selva amazónica como homenaje a su cultura y legado de sostenibilidad para futuras generaciones.



Anunciamos la construcción de nuestra nueva cervecería en Palmar de Varela con una inversión de más de 413 millones de dólares.

Como parte de nuestro compromiso con la construcción de país y el crecimiento de la economía nacional, anunciamos la construcción de una nueva planta cervecera en el municipio de Palmar de Varela en el Atlántico con una inversión que asciende a 1.9 billones de pesos.

Portafolio

En Bavaria queremos seguir ofreciendo las mejores opciones a nuestros consumidores y por eso, contamos con un amplio y diverso portafolio que incluye bebidas alcohólicas con diferentes contenidos de alcohol y bebidas sin alcohol para todos los gustos.



Marcas Globales:

- Budweiser
- Corona
- Stella Artois
- Beck's
- Michelob Ultra



Marcas Premium:

- BBC (Bacatá Blanca, Cotidiana, Cajicá Miel, Monserrate, Chapinero, Macondo, Lager, Séptimazo)
- Club Colombia (Negra, Roja, Dorada, Doble Malta)
- Redd's



Marcas Core:

- Águila (Light, 0.0).
- Póker (Roja, Pura Malta).
- Pilsen.
- Cola y Pola.
- Cola y Pola Limonada de Coco.
- Costeña (Bacana, Costeñita).
- Nativa.
- Nativa Sur.



Marcas Value:

- Azteca
- Bahía
- Bahía Light
- Busch Light
- Kaufmann

Portafolio



Ready to drink:

- Mike's Hard
- Corona Tropical



Bebidas no alcohólicas:

- Pony Malta
- Pony Malta Vital
- Malta Leona
- Malta Leona Café
- Agua Zalva

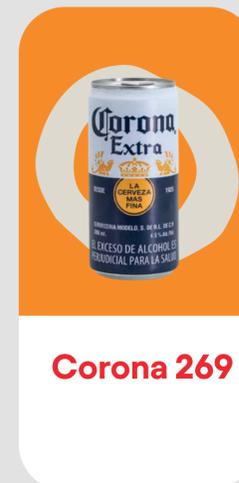
Innovaciones



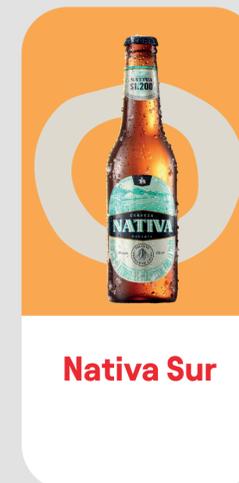
Indicador Propio:
• Porcentaje de ingresos por innovaciones
• Número de innovaciones en producto.

Indicador verificado por Ernst & Young

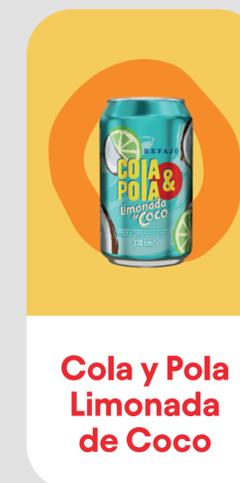
¡En Bavaria no nos conformamos! En 2022 nuestro portafolio siguió creciendo, lanzamos cuatro (4) nuevas innovaciones que enriquecieron la oferta para nuestros consumidores. Los ingresos de innovaciones correspondieron al 15,8% de nuestros ingresos totales en el año, este porcentaje corresponde a los ingresos del año por ventas de las innovaciones lanzadas en los últimos 5 años.



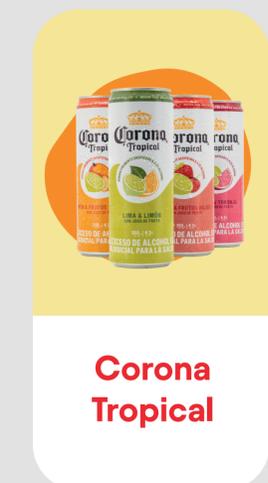
Corona 269



Nativa Sur



Cola y Pola Limonada de Coco



Corona Tropical



Nuestros principios

10 Principios que nos hacen **MACROEMPREENDEDORES**

1 **Soñamos en grande:**
¡Trabajamos día a día para crear un futuro con más motivos para brindar!

2 **Somos dueños que pensamos en el futuro**

3 **Somos impulsados por nuestra gente** y construimos equipos diversos mediante la inclusión y la colaboración

4 **Lideramos el cambio e innovamos** enfocados en nuestros consumidores

5 **Crecemos de la mano de nuestros clientes**

6 **Prosperamos cuando nuestras comunidades prosperan**

7 **Creemos en la simplicidad y en las soluciones escalables**

8 **Manejamos cuidadosamente nuestros costos** y elegimos opciones que impulsen nuestro crecimiento

9 **Generamos y compartimos valor superior**

10 **Nunca tomamos atajos**

Nuestros valores



APASIONADOS:

Como dueños, nos apasionamos con nuestro trabajo. Estamos dedicados a hacer todo con gran energía, que sumada motiva a todos a nuestro alrededor.



RESUELTOS:

Soñamos en grande y la experiencia nos ha demostrado que es posible hacerlo. Creemos que siempre se puede hacer más y mejor.



COMPROMETIDOS:

La sostenibilidad es nuestro negocio y como parte de la solución trabajamos para fortalecerla entre nuestros consumidores, el ambiente y las comunidades en las que vivimos y operamos.



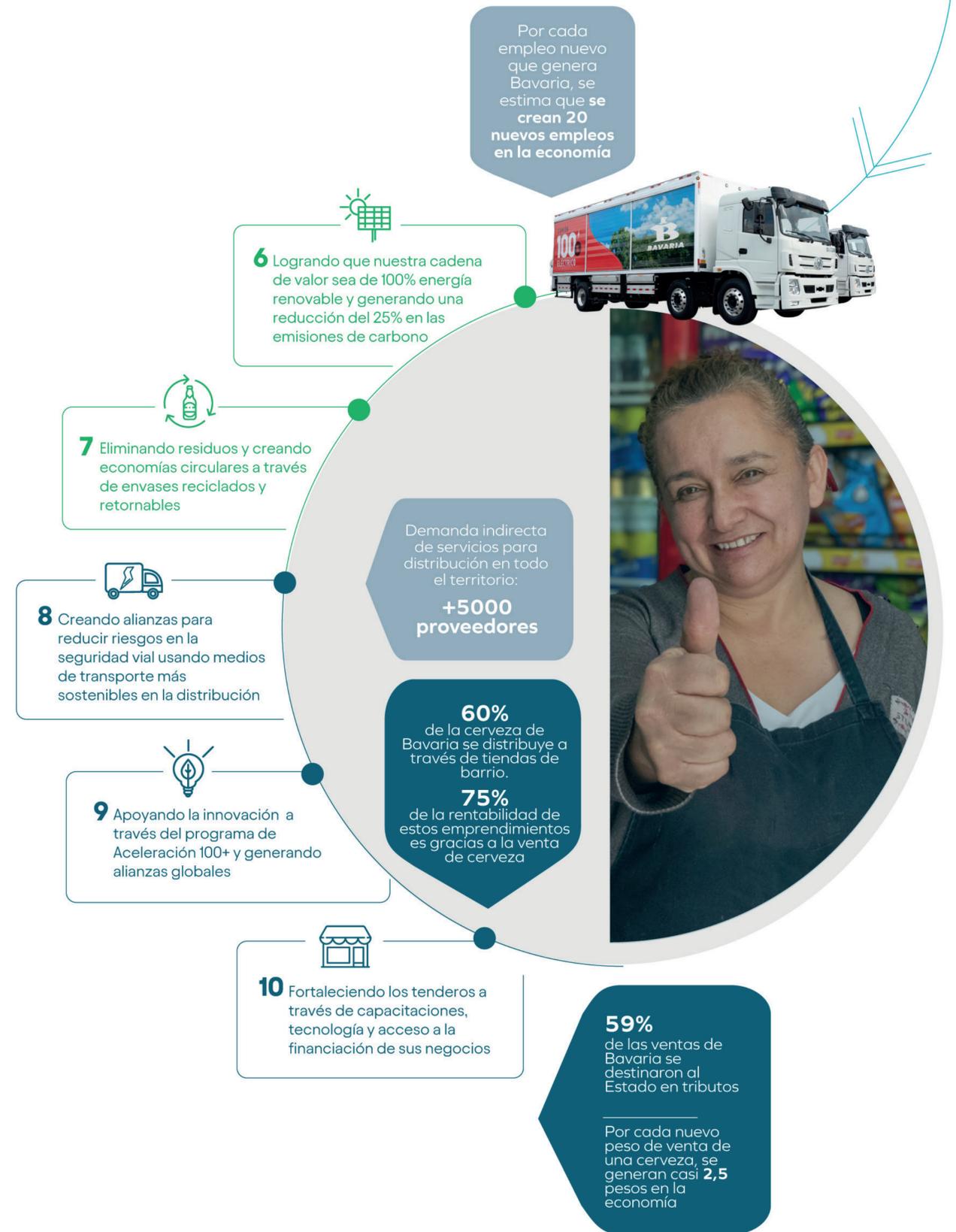
ÍNTEGROS:

Nunca tomamos atajos. Lideramos con el ejemplo y nos enfocamos en lo que realmente importa, operando de una manera ética, honesta y directa.



Nuestra cadena de valor [GRI 2-6-b]

Logramos impactar a lo largo de todo el ciclo de la cerveza:



Ciclo de la cerveza

Modelo de sostenibilidad [GRI 2-22]

Con enfoque ODS

Estos tres pilares -*natural, incluyente y local*- resumen quiénes somos y cómo creamos prosperidad compartida para Colombia.

NATURAL



Somos una compañía basada en la naturaleza con productos hechos a partir de ingredientes sencillos y naturales. Seguimos invirtiendo en soluciones basadas en la naturaleza que ayuden a resolver retos importantes como el cuidado del agua, el cambio climático y la pérdida de biodiversidad. Asimismo, nuestros procesos se basan cada vez más en los recursos naturales renovables logrando que el 100% de nuestras cervezas sean producidas con energía solar a partir del 2024.

INCLUYENTE



Desde cientos de agricultores, pasando por miles de tenderos, hasta aliados y consumidores, aportamos a la mejora de sus estándares de calidad de vida y aumentamos el acceso a oportunidades. Nuestra inclusión se extiende también a nuestros productos. Más allá de una categoría accesible, defendemos la toma de buenas decisiones, razón por la cual promovemos la moderación y la prevención del consumo en menores de edad.

LOCAL

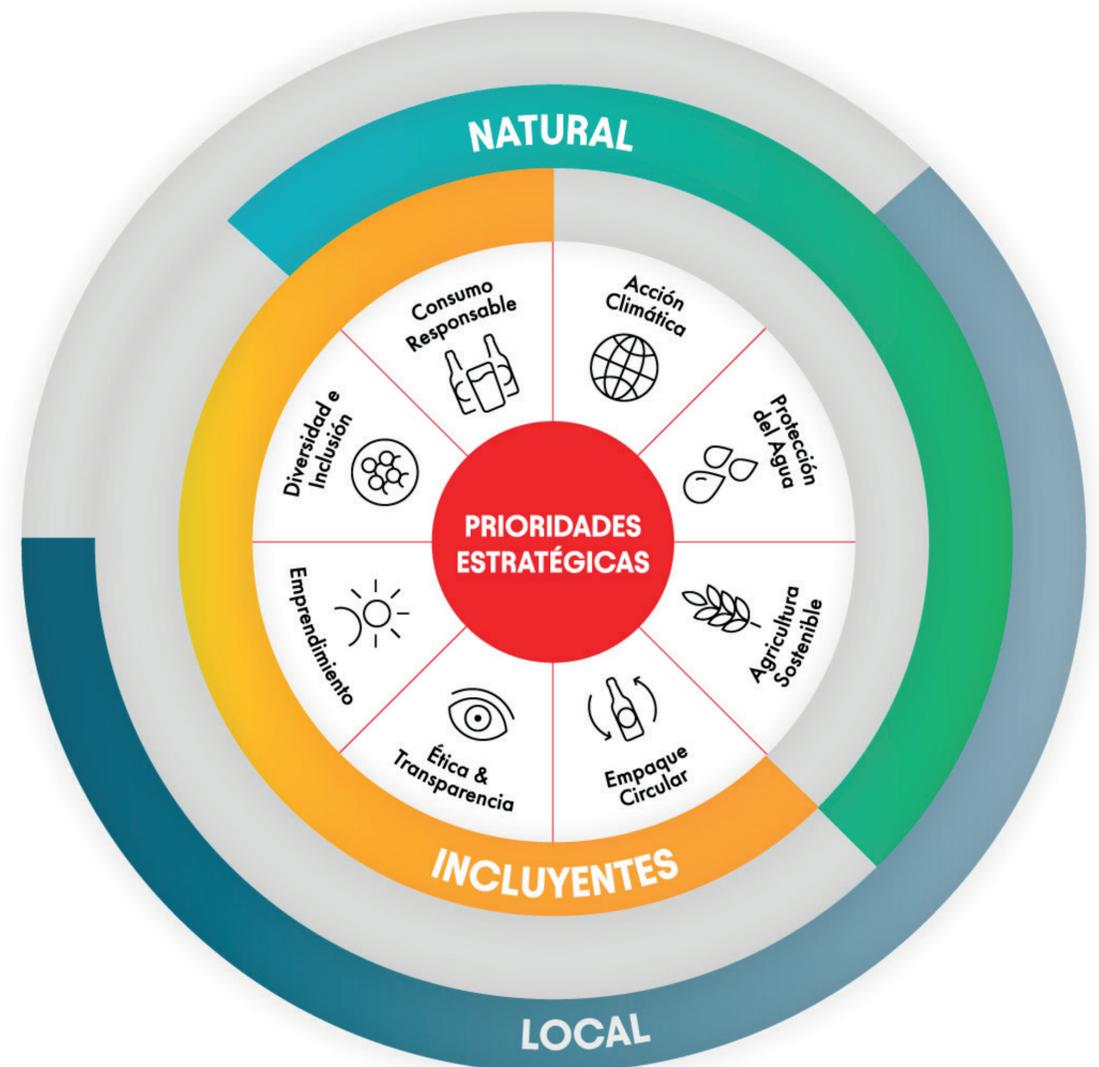


Con un portafolio sólido de marcas locales, somos una verdadera empresa local con visión global. Mantenemos nuestras cadenas de suministro cercanas, nuestro impacto directo y nuestra fuerza laboral con presencia en las comunidades. Creemos en el futuro de la economía colombiana e invertimos en su bienestar y resiliencia.

[GRI 2-22] Modelo de sostenibilidad

Con enfoque ODS

En Bavaria, la sostenibilidad no es simplemente una estrategia adicional al negocio, sino que es el propio negocio, y creemos que, al integrar los aspectos ambientales, sociales y de gobierno en nuestra actuación, podemos marcar una diferencia significativa. Para lograr este objetivo, hemos establecido metas ambiciosas que se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la creación de valor para todos.



Nuestras apuestas de sostenibilidad



Promover el emprendimiento y el empoderamiento de 100.000 tenderos.



El 100% de nuestros agricultores estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente.



El 100% de las comunidades que viven en nuestras cuencas de alto riesgo contarán con una mejora verificable en la calidad y cantidad de agua.



Para 2040 nuestra ambición es lograr cero emisiones netas de carbono en nuestra cadena de valor.



El 100% de nuestros productos estarán en empaques retornables o hechos en su mayoría de material reciclado.



Reduciremos el consumo nocivo de alcohol en un 10%, previniendo el consumo de alcohol en menores de edad y trabajando para que todos los momentos de consumo se realicen de una forma responsable en adultos.



Comité externo de sostenibilidad [GRI 2-9-b]

En Bavaria, nuestro objetivo es convertirnos en la empresa líder en sostenibilidad y para lograrlo hemos creado un comité externo de expertos que nos acompaña en nuestro camino hacia ser un negocio 100% sostenible. Este comité está compuesto por reconocidos expertos en diversas áreas que validan nuestros planes estratégicos y nos brindan una valiosa retroalimentación de alto nivel para seguir trabajando en nuestra estrategia.

Dicho comité está integrado por cinco profesionales que son conocedores de los temas a los que nosotros le apostamos como empresa y que cuentan con el compromiso de impulsar altos estándares en materia social, ambiental y de gobierno corporativo.



Cristian Samper
Director general Bezos Earth Fund



Brigitte Baptiste
Rectora de la Universidad EAN



Manuel Rodriguez
Ex Ministro de Ambiente



Linda Breukers
Consultora Internacional Experta en Economía Circular



Eduardo Behrentz
Ex Vicerrector Administrativo de la Universidad de Los Andes

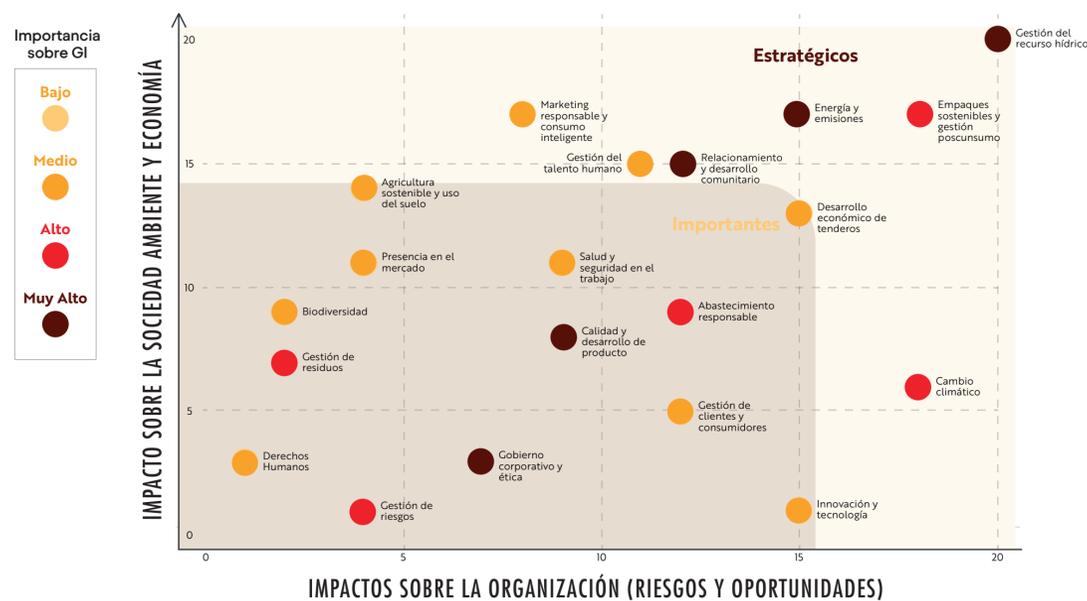
G12

Entendiendo el compromiso que tenemos las empresas para contribuir con el desarrollo sostenible de Colombia, nos unimos a Grupo Éxito, Movistar, ISA, Postobón, Enel, Ecopetrol, Terpel, Grupo Sura, Grupo Nutresa, Grupo Argos y Grupo Bancolombia para trabajar por Colombia desde nuestro rol y desde el impacto positivo que podemos generar en el medio ambiente, la economía y la sociedad. Unidos buscamos avanzar como país, orientados por el cumplimiento de la Agenda 2030 y a los compromisos del Acuerdo de París.

Análisis de materialidad

En 2022 realizamos por primera vez nuestro análisis de doble materialidad, lo que nos permite tener una panorámica global de los retos y oportunidades que tenemos como compañía, integrando los desafíos nacionales e involucrando a nuestros grupos de interés. De esta forma nos acercamos a aquellos actores que nos permiten ser la compañía que somos hoy: nuestros clientes, proveedores, colaboradores, comunidades, organizaciones de la sociedad civil y gobierno. Para esto, realizamos entrevistas a líderes internos de diferentes áreas y operaciones, entrevistas externas con proveedores, se realizaron visitas a comunidades y se envió una encuesta a diferentes grupos de interés con el fin de conocer la perspectiva de diversos actores sobre los temas que representan mayor impacto, riesgo y oportunidad para Bavaria.

Este ejercicio nos permitió tener un mayor entendimiento del alcance de nuestras apuestas de sostenibilidad, los riesgos que tenemos como sociedad y como empresa, para definir juntos los asuntos materiales estratégicos que guían nuestra estrategia.



El análisis de materialidad nos permitió priorizar 10 asuntos materiales estratégicos y 10 importantes, que integran el entendimiento de nuestro trabajo.

ESTRATÉGICOS*	IMPORTANTES
Gestión del recurso hídrico	Biodiversidad
Empaque sostenible y gestión posconsumo	Salud, seguridad y bienestar
Energía y emisiones	Calidad y desarrollo de producto
Gestión del talento humano	Gestión de clientes y consumidores
Desarrollo económico de tenderos	Derechos humanos
Marketing responsable y consumo inteligente	Gestión de riesgos
Relacionamiento y desarrollo comunitario	Gobierno corporativo y ética
Cambio climático	Gestión de residuos
Agricultura sostenible y uso del suelo	Abastecimiento responsable
Innovación y tecnología	Presencia en el mercado

*Los temas estratégicos son aquellos que representan mayores riesgos y oportunidades y a través de los cuales la organización tiene un impacto significativo. Estos están relacionados directamente con el core del negocio, y son los que nos permitirán ser sostenibles y diferenciarnos en el mercado. Los temas importantes se consideran de gestión continua, son relevantes y debemos seguir gestionándolos.

Reconocimientos y premios



Índice de Inversión Social Privada:
Empresa #4 en el ranking.



Reconocimiento por Buenas Prácticas del Pacto Global en el ODS 3: Salud y bienestar, por nuestra iniciativa Juego Limpio que busca prevenir el consumo de alcohol en menores de edad a través del deporte.



Ganamos el premio Planeta Azul de Banco de Occidente con el programa miParamo, un reconocimiento a proyectos que trabajan por el cuidado y protección del agua como fuente de vida.



Ranking PAR Aequales:
Posición #9



#1 del sector de bebidas y #5 del ranking general.

#1 del sector de bebidas y #6 del ranking general.

#1 del sector de bebidas y #5 del ranking general.

#7 del ranking.

Reconocimientos y premios

La creatividad nos apasiona y somos ambiciosos en generar ideas innovadoras que impacten positivamente a nuestro país, a las comunidades y a nuestro negocio. Este año fuimos reconocidos con numerosos premios y reconocimientos por nuestra creatividad, nuestro trabajo en equipo e impacto a la comunidad.

Creative X

En el 2022 logramos ganar el oro en Creative X con nuestra campaña "In Her Words" de Pony Malta.

Clio Awards

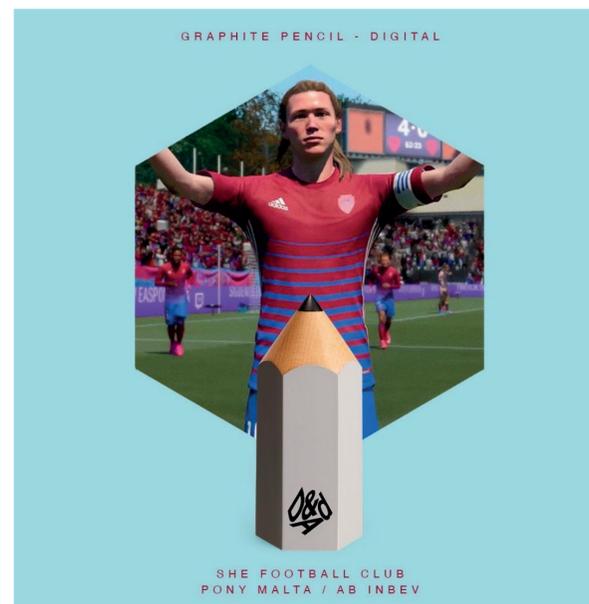
Ganamos dos platas con la campaña Beat the Bullying de Pony Malta.

D&DA

Fuimos reconocidos con el premio Lápiz de Gafito en la categoría Digital/User Participation con la campaña She Football Club de Pony Malta y 2 Lápices de madera con campañas de Agua Zalva y Budweiser.

Lia Awards

Ganamos 2 bronce con campañas de Pony Malta y Club Colombia.



Reconocimientos y premios

Festival Cannes Lions

Fue un año de logros y reconocimientos, logramos tener 2 platas y 2 bronce con campañas de Budweiser, adicionalmente tuvimos cuatro campañas como shortlist finalistas en el Festival Cannes.

Effie Awards

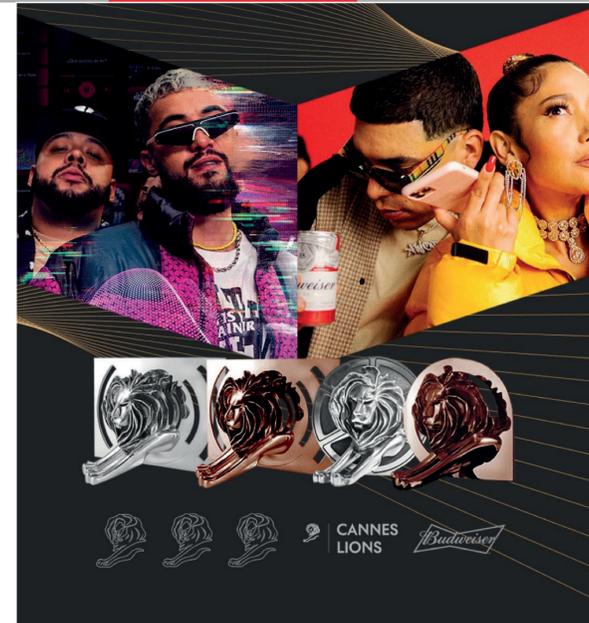
Nos ganamos 6oros, 7 platas y 5 bronce con 13 campañas en los Effie Awards Colombia y plata en la categoría Gran Idea de Medios con la campaña WhatsApp Records de Budweiser en los Effie Awards Latam.

El Ojo de Iberoamérica

Fuimos reconocidos con oro en la categoría Producción Gráfica: Mejor Copy con la campaña Monsters Are Real de Agua Zalva, además nos ganamos 14 platas y 16 bronce.

Festival El Dorado

Fuimos distinguidos con el premio Anunciante del Año, además del reconocimiento Gran Prix en la categoría Social & Influencer con la campaña Whatsapp Records de Budweiser, 11oros, 10 platas y 11 bronce con 8 campañas de seis de nuestras mejores marcas.



ÍNDICE



1

Nuestro
ADN >

2

Natural >

3

Incluyente >

4

Local >

2

NATURAL

Pág

Acción climática	28	>
Economía circular	35	>
Protección del agua	40	>
Agricultura	42	>





Acción climática

En 2021, anunciamos nuestra meta de lograr cero emisiones netas de carbono en toda nuestra cadena de valor para 2040. Esta meta se deriva de los objetivos basados en ciencia que fijamos como compañía a nivel global en 2018 y se alinea con los requisitos de reducción de emisiones para limitar el calentamiento global y cumplir con los objetivos del Acuerdo de París.

Nuestro enfoque se basa en dos pilares fundamentales:

1. Integrar la sostenibilidad en nuestra estrategia empresarial.
2. Incorporar el enfoque científico en nuestra toma de decisiones.



En ese sentido, estamos orgullosos de anunciar que en 2024 daremos cumplimiento a nuestro compromiso de tener el 100% de la energía eléctrica comprada proveniente de fuentes renovables no convencionales, un año antes de la meta propuesta inicialmente. Para inicios de 2024 nos abasteceremos de energía en el 100% de nuestras operaciones cerveceras mediante un acuerdo con Enel Colombia en el suministro de energía y el plan de autogeneración.

Adicionalmente estamos realizando grandes avances para reducir el 25% de nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor donde estamos enfocando esfuerzos de trabajo en conjunto con proveedores y clientes en logística, empaques, agricultura y refrigeración.



Emisiones

[GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 205-5]

Actualmente nos encontramos en la implementación de una hoja de ruta de descarbonización de nuestras operaciones y cadena de valor. Nuestra línea base de emisiones corresponde al año 2017 con un valor de 741.375 tonCO₂eq. Este valor tiene en cuenta las actividades de los alcances 1, 2 y 3 de medición para el inventario corporativo de gases de efecto invernadero (GEI). A partir de esta medición desarrollamos objetivos basados en ciencia para lograr la reducción de las emisiones generadas en la totalidad de los alcances.

Realizamos el cálculo de nuestro inventario de emisiones en cada alcance mediante un enfoque de control operacional utilizando la plataforma Anaplan, en la cual consolidamos la información de los diferentes indicadores ambientales y está alineada con los estándares del Protocolo GHG. Medimos las emisiones de Gases de Efecto Invernadero que se generan en nuestras operaciones y convertimos todos los valores a CO₂e utilizando los factores de emisión para cada tipo de fuente de emisión establecidos por el IPCC, de esta forma logramos tener una misma unidad de medida que nos permita consolidar la información.

Adicionalmente, nuestras emisiones en el alcance 2 las reportamos en función del mercado, las cuales corresponden a 0 tonCO₂e debido a que la energía comprada viene de fuentes renovables.

Dentro de nuestro reporte no consideramos emisiones biogénicas ya que estas corresponden a la quema de la biomasa que se produce como residuo de nuestras operaciones con la cual generamos biogás. El Protocolo GHG para Reportes Corporativos establece que las emisiones correspondientes a capturas de carbono no deben incluirse dentro del inventario.

Para el cálculo de intensidad energética de nuestra producción utilizamos como denominador de cálculo nuestro volumen de producción en plantas, que para el 2022 fue de 31.026.285 hectolitros. De esta forma, logramos calcular cuánta energía consumimos por cada hectolitro producido.

Huella de carbono

Indicador verificado por Ernst & Young

AÑO	HUELLA DE CARBONO ALCANCE 1 [tCO ₂ eq]	HUELLA DE CARBONO ALCANCE 2 [tCO ₂ eq]	HUELLA DE CARBONO ALCANCE 3 [tCO ₂ eq]	TOTAL HUELLA DE CARBONO [tCO ₂ eq]	INTENSIDAD HUELLA DE CARBONO ALCANCE 1 Y 2 [KgCO ₂ eq/hL]
2017	140 656	4 498	596 221	741 375	5.83
2018	145 961	7 548	708 790	862 299	5.88
2019	153 385	263	705 860	859 508	5.91
2020	140 452	332	823 166	963 950	5.89
2021	144 713	0	873 831	1 018 544	5.11
2022	148 306	0	881 107	1 029 413	4.77

Nuestra huella de carbono está directamente asociada al volumen de producción, el cual ha tenido un incremento continuo año tras año. Por esta razón presentamos un aumento en las toneladas de CO₂eq emitidas desde la medición de nuestra línea base. Sin embargo, durante 2022 se logró un 6% de reducción en la intensidad de las emisiones por hectolitro de cerveza en comparación al 2021 y un 18% respecto a nuestra línea base como resultado de nuestras eficiencias y avances tecnológicos operacionales.

Realizamos el seguimiento continuo de nuestra huella de carbono en la cadena de valor para encontrar puntos de acción clave que nos permitan disminuir las emisiones que generamos en cada uno de sus eslabones.

Realizamos el análisis de ciclo de vida de nuestras materias primas para implementar estrategias de reducción de emisiones. De esta forma trabajamos con nuestra cadena de valor agrícola para:

1. **Aumentar** la productividad de la cosecha.
2. **Mejorar** la resiliencia de las semillas frente al cambio climático.
3. **Enriquecer** la salud del suelo.
4. **Disminuir** las emisiones de gases de efecto invernadero.
5. **Mejorar** la capacidad de captura de carbono.

1.88%

Operaciones



18.93%

Agricultura



2.70%

Ingredientes para la fabricación



En 2022 finalizamos la incorporación de 200 camiones eléctricos evitando la emisión de 962 toneladas de CO2 a la atmósfera en los 1.081.411 kms recorridos en el año.

18.42%

Logística



25.25%

Enfriamiento del producto

En 2022 realizamos la compra de 9.434 neveras de última tecnología para reducir nuestro consumo de energía y las emisiones asociadas al enfriamiento.

2.08%

Fin del ciclo de vida



30.74%

Envasado y empaquetado



Huella de carbono en la cadena de valor [Alcance 3]

De esta forma, hemos priorizado acciones en las categorías que tienen una mayor contribución a nuestra huella: Envasado y empaquetado, Logística, Enfriamiento de producto y Agricultura.

Consumo de energía [GRI 302-1]

Indicador verificado por Ernst & Young

De acuerdo con el BUR3¹, aproximadamente el 30,7% de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en Colombia se atribuyen a la generación de energía. Como compañía, además de nuestras metas de transición a fuentes renovables no convencionales, sabemos que debemos trabajar para incrementar la eficiencia en el uso de la energía para cumplir nuestro compromiso de reducción de emisiones de GEI.

A continuación, presentamos nuestros consumos totales y el detalle de energía eléctrica y térmica por operación, los cuales medimos en unidad de energía por hectolitro (hl) envasado para garantizar que a medida que nuestra producción aumenta estamos aumentando nuestra eficiencia. Además, presentamos el consumo total por tipo de energía que usamos, esto lo hacemos utilizando los factores de emisión emitidos por el IPCC y potenciales de calentamiento de cada tipo de combustible, tanto para renovables como no renovables.

Consumo total de energía por fuente

TIPO DE ENERGÍA	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL PROMEDIO (MJ)
CONSUMO PROMEDIO ENERGÍA ELÉCTRICA	5.64 kW/hl	629 957 693
CONSUMO PROMEDIO ENERGÍA TÉRMICA	63.79 MJ/hl	7 125 000 220
PROMEDIO TOTAL CONSUMIDO	84.10 MJ/hl	9 393 518 082

Consumo total de energía por operación

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (MJ/hl)	CONSUMO (MJ)
TOCANCIPÁ	75.39	844 108 715.1
VALLE	85.68	385 645 674.8
UNIÓN	81.52	322 422 350.8
BOYACÁ	64.56	269 601 401.6
BUCARAMANGA	82.08	160 585 678.1
BARRANQUILLA**	119.63	626 999 647.6

** Es la única planta del país que cuenta con co-generación. Esto se incluye en el consumo total.

Para el reporte del consumo promedio de energía térmica y eléctrica tenemos en cuenta las operaciones en nuestras plantas cerveceras y operaciones verticalizadas, que incluyen malterías, fábrica de tapas y fábrica de etiquetas.

¹) Tercer Informe Bienal de Actualización de Cambio Climático de Colombia. En línea: <https://unfccc.int/sites/default/files/resource/BUR3%20-%20COLOMBIA.pdf>

Consumo de energía térmica por cervecería

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (MJ/hl)	CONSUMO TOTAL (MJ)
TOCANCIPÁ	53.92	603 718 555.7
VALLE	58.06	261 328 056.4
UNIÓN	58.41	231 019 253.1
BOYACÁ	47.62	198 860 265.6
BUCARAMANGA	57.82	113 122 123.6
BARRANQUILLA	108.99	571 233 733.9

Consumo de energía eléctrica por cervecería

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (kWh/hl)	CONSUMO TOTAL (MJ)
TOCANCIPÁ	5.96	240 233 407
VALLE	7.67	124 281 610
UNIÓN	6.42	91 411 008
BOYACÁ	4.71	70 807 952
BUCARAMANGA	6.74	47 471 380
BARRANQUILLA	2.96	55 849 772

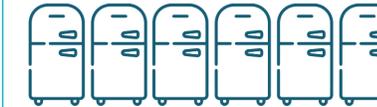
Otras fuentes de energía

(GRI 302-3, 302-4)

TIPO DE FUENTE	FUENTE	PLANTA	CONSUMO	PODER CALORÍFICO (MJ/u)	CONSUMO ENERGÉTICO (MJ)
NO RENOVABLE	GAS NATURAL (m³)	BARRANQUILLA	16,214,651.65	35.23	571 242 177.6
		BOYACÁ	4,855,193.36	40.38	196 052 707.88
		MEDELLÍN	5,661,755.34	40.09	226 979 771.58
		BUCARAMANGA	3,149,758.29	38.33	120 730 235.26
		TOCANCIPÁ	14,693,710.90	40.35	592 891 234.82
		VALLE	6,472,730.78	40.37	261 304 141.59
NO RENOVABLE	CARBÓN (Kg)	BARRANQUILLA	0	0	0
		BOYACÁ	71 513.70	26.78	1 915 136.89
		MEDELLÍN	191 734.00	20.90	4 007 40.60
		BUCARAMANGA	0	0	0
		TOCANCIPÁ	0	0	0
		VALLE	0	0	0
RENOVABLE	BIOGÁS (m³)	BARRANQUILLA	0	0	0
		BOYACÁ	569 748.00	25.18	14 346 254.64
		MEDELLÍN	497 374.00	26.26	13 061 041.24
		BUCARAMANGA	511 295.0	24.80	12 680 116.00
		TOCANCIPÁ	3 377 068.00	27.11	91 552 313.48
		VALLE	1 432 410.00	23.47	33 618 662.70

En 2022, el consumo total de energía en las plantas cerveceras fue de 4,755,331,408.55 MJ, de los cuales 4,584,459,763.55 MJ correspondieron a energías no renovables y 170,871,645 MJ a energías renovables. En las energías renovables consideramos 5,613,256.8 MJ que se debe a la generación producida por una turbina hidráulica en la planta de Medellín y por paneles solares en la planta de Valle, y 165,258,388.1 MJ relacionado al consumo de biogás. Por otra parte, el total de energía eléctrica comprada fue de 630,055,129 MJ y la intensidad energética promedio de nuestras operaciones fue de 84,094 MJ/hL, logrando una reducción del consumo de energía de 3,91 MJ/hL en comparación con el año anterior.

Neveras



+9.434

Neveras con gases R290 amigables el medio ambiente

En 2022 hicimos la compra de 9.434 neveras con gases R290 amigables con el medio ambiente, completando 172.657 equipos en operación. Nuestro consumo de energía en neveras se redujo en 2022 gracias al ingreso de nuevos equipos de última tecnología, pasando de un consumo de 19.83 KW/h en 2021 a 19.13 KW/h.

Movilidad

La logística para la distribución de nuestros productos en el mercado es el componente con mayor participación en nuestro inventario de carbono para el alcance 3. Por esta razón la promoción y adopción de estrategias de movilidad sostenible se ha convertido en una prioridad para nuestra compañía, identificando eficiencias en rutas para mejorar el rendimiento y hacer transiciones a combustibles con menor impacto ambiental.

Nuestra flota



FLOTA TRANSPORTE PRIMARIO (T1)	
TOTAL CAMIONES	860
CAPACIDAD DE CARGA	35 toneladas
CAPACIDAD DE VIAJE	33.5 (PCK/VIAJE)
VIAJES TOTALES AÑO	125 360
KILÓMETROS TOTALES AÑO	42 207 575
RENDIMIENTO T1	6.3 kms/gal

FLOTA TRANSPORTE SECUNDARIO (T2)	
TOTAL CAMIONES	2010
VIAJES TOTALES AÑO	630 733
KILÓMETROS TOTALES AÑO	36 562 757
RENDIMIENTO T2 (Km/ gal)	11.1 kms/Gal

Flota sostenible

Contamos con un plan de movilidad sostenible que desde el 2018 ha sido una de nuestras grandes apuestas para cumplir con nuestras metas de descarbonización. En nuestra búsqueda por tener una flota sostenible, y hoy contar con una de las más grandes a nivel nacional, hemos invertido nuestros recursos en camiones eléctricos, kangoos para nuestra fuerza de ventas, camiones a gas y montacargas eléctricos.



Se evitó la emisión de 962 toneladas de CO2 a la atmosfera

TIPO DE VEHÍCULO	INCORPORACIONES 2022	TOTAL FLOTA 2022
CAMIONES ELÉCTRICOS	128	200
VEHÍCULOS ELÉCTRICOS	20	23
CAMIONES A GAS	40	127
MONTACARGAS ELÉCTRICOS	0	2
VANS ELÉCTRICAS	50	50

En 2022 finalizó la incorporación de flota eléctrica para T2 en el segundo semestre del año, completando 200 camiones eléctricos. Durante el año se recorrieron 1.081.411 km y se evitó la emisión de 962 toneladas de CO2 a la atmósfera. Se espera que en 2023 la reducción de emisiones sea de aproximadamente 2 mil toneladas de CO2.



Contribución determinada a nivel nacional Colombia 2030

Colombia, como país signatario del Acuerdo de París, asumió el reto de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 51% para frenar la crisis climática y limitar el calentamiento global por debajo de los 1.5 C°. En Bavaria, como compañía líder en sostenibilidad y promotora de la transición energética en Colombia, nos vinculamos a la Contribución Determinada a Nivel Nacional (NDC, por sus siglas en inglés) de Colombia para el periodo 2020-2030 donde **somos responsables de 5 de las 24 metas que asumimos 7 empresas comprometidos con la transición energética del país.**

- Reemplazo de uso de carbón como combustible** Realizamos el cambio de carbón a gas natural en nuestra planta de Tibasosa para tener una mayor eficiencia energética. De esta forma, logramos reemplazar el carbón como combustible primario en todas nuestras operaciones.
- Aprovechamiento de biogás de aguas residuales** Implementamos el aprovechamiento de biomasa en la planta de tratamiento de aguas residuales como fuente de generación energética a partir de biogás en nuestra Cervecería Unión. De esta forma completamos el uso de biogás en 5 plantas cerveceras.
- Implementación de una estrategia de movilidad sostenible** Contamos con un plan de movilidad sostenible que nos permite tener la flota eléctrica privada más grande del país.
- Reemplazo de equipos de enfriamiento y neveras** A la fecha hemos adquirido 172.657 neveras con gases R290 amigables con el medio ambiente, libres de HCFs, como muestra de nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático.
- Reemplazo de energía eléctrica a paneles solares** Establecimos un acuerdo con ENEL para garantizar que el 100% de la energía eléctrica comprada en nuestras operaciones cerveceras provenga de energía solar. El suministro de esta energía comenzará en el 2024 con la construcción de la granja solar Guayepo I y II en Atlántico.

Estas acciones contribuyen al proceso de descarbonización profunda de nuestras operaciones y de nuestra cadena de valor para cumplir nuestra meta de ser cero emisiones netas al 2040 e impulsar el logro de los objetivos país.



Economía Circular

La economía circular es una parte fundamental en el desarrollo de nuestro negocio, por esto llevamos a cabo diferentes esfuerzos para promover la circularidad de los materiales que incorporamos en nuestros procesos y aumentar su vida útil.

Envases y empaques (GRI 306-2)

EN 2022 desarrollamos varias iniciativas de la mano de nuestros proveedores para seguir trabajando por la circularidad de nuestros empaques y envases a través de tres líneas: lograr que el 100% nuestros productos sean producidos en su mayoría de material reciclado, aumentar la tasa de retornabilidad de nuestros envases, y aprovechar en su mayoría los residuos que se generan en nuestros procesos productivos.

Nuestra apuesta es por el reúso de envases, por esto seguimos fortalecimiento de nuestro sistema actual de retornabilidad. Del total de envases puestos en el mercado, el 91% es retornable, con lo que evitamos el uso de materias primas vírgenes para la elaboración de nuevos envases. Además, en promedio cada botella de vidrio retornable es usada 33 veces y para el 2022 alcanzamos una tasa de recuperación del 97.7%. Cuando estas botellas cumplen su vida útil, las transformamos en casco de vidrio para producir nuevas botellas de vidrio.

Porcentajes de material reciclado en envases

Indicador verificado por Ernst & Young



Gestión de residuos y Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

En Bavaria somos conscientes del impacto que generan nuestros envases y empaques en el medio ambiente y de la responsabilidad que tenemos como productores para garantizar la adecuada gestión que mantenga la circularidad de los materiales.

Para esto, nos vinculamos desde 2018 al **Plan Colectivo Red Reciclo administrado por CEMPRE** y, junto a las demás empresas que lo conforman, apoyamos el fortalecimiento de todo el sistema de reciclaje y la transformación de materiales de posconsumo en Colombia. Al asegurar la recolección y transformación de un porcentaje de nuestros materiales, aportamos a la reducción del impacto ambiental de nuestros envases y empaques, al tiempo que damos cumplimiento a las resoluciones 1407 de 2018 y 1342 de 2020 de Responsabilidad Extendida del Productor.

Dentro del colectivo, hacemos parte de dos grandes iniciativas: **Movimiento RE**, en la cual trabajamos con Postobón, Nestlé, Coca Cola Femsa y Tetra Pak, en alianza con Grupo Familia, Pepsico, Enka y Ocean Conservancy para apoyar el fortalecimiento y formalización de 26 asociaciones de recicladores de la Costa Caribe; y a través **Reciclar Tiene Valor**, a siete (7) asociaciones en Bogotá, iniciativa en la cual trabajamos con Coca Cola, Postobón, Nestlé y Tetra Pak.

De igual forma, en el 2022 nos unimos a **Fractal** en una iniciativa con asociaciones de recicladores para recolectar los envases de PET ámbar de las botellas de Pony Malta en diferentes regiones del país.



Estamos comprometidos con impulsar la circularidad de todos los materiales que utilizamos en nuestros envases y empaques. De esta forma, promovemos la gestión, la transformación y la incorporación de nuestras botellas de vidrio, las etiquetas de nuestras botellas retornables, las canastas plásticas y las tapas. Adicionalmente, desarrollamos una alianza con el Éxito en los puntos de recuperación de residuos Soy RE, buscando que nuestros consumidores separen y gestionen adecuadamente sus envases con el incentivo de recibir de doble puntaje por la entrega de envases de vidrio.

Iniciativas de trabajo con asociaciones de recicladores		
INICIATIVA	ASOCIACIONES DE REICLADORES IMPACTADOS	NÚMERO DE REICLADORES IMPACTADOS
MOVIMIENTO RE	26	2433
RECICLAR TIENE VALOR BOGOTÁ	7	1134
PET ÁMBAR-FRACTAL	5	659

TOTAL:



[GRI 413-1, 203-2]



Toneladas de residuos posconsumo de Envases y Empaques GESTIONADAS Y CERTIFICADAS

[GRI 301-3]

Para calcular el porcentaje de gestión se calcula tomando en cuenta las toneladas gestionadas en cada iniciativa sobre la línea base de envases y empaques puestos en el mercado en el 2022 sin incluir los envases retornables.

INICIATIVA	ALIADO	TONELADAS DE RESIDUOS (E&E) GESTIONADAS [TON]	PORCENTAJE DE GESTIÓN DE E&E	TONELADAS DE RESIDUOS (E&E) CERTIFICADOS REP [TON]
MOVIMIENTO RE	RED RECICLO CEMPRE	5214	3.42%	1998
RECICLAR TIENE VALOR BOGOTÁ	RED RECICLO CEMPRE	3654	2.36%	725
CADENA DE VALOR Y APROVECHAMIENTO DE VIDRIO	PROPIA TRANSFORMADOR: OI PELDAR	21 959	14.41%	21 959
CADENA DE VALOR Y APROVECHAMIENTO DE PULPA Y ÉTICA	PROPIA TRANSFORMADOR: ÁTICA	1938.8	1.27%	1938.8
CADENA DE VALOR Y GESTIÓN DE CANASTAS PLÁSTICAS	SILPLAS, IDEPLAS Y TRUHER	3034	2%	-
RECOLECCIÓN DE PET ÁMBAR	FRACTAL	3595	2.36%	-
GESTIÓN DE VIDRIO EN PUNTOS SOY RE	ÉXITO	55	0.03%	-
TOTAL		39 449.8	25.89%	26 620.8

Indicador verificado por Ernst & Young

Piloto de recolección de tapas metálicas

Constantemente estamos explorando estrategias para lograr la circularidad de todos los materiales que componen nuestros envases y empaques. Por esto, en 2022 desarrollamos un piloto para explorar la gestión de tapas metálicas junto a nuestra marca Costeña Bacana en el cual logramos la vinculación de 497 clientes en Cundinamarca y Boyacá para darle una nueva vida a este material. Este ejercicio nos generó grandes aprendizajes para construir un modelo de gestión que podamos replicar en otras regiones del país. De esta forma, queremos generar ECO en nuestros consumidores y clientes para que con pequeñas acciones puedan impactar positivamente el medio ambiente.

Aprovechamiento de residuos industriales

[GRI 306-2, 306-3, 306-4, 306-5]



Como compañía trabajamos constantemente para optimizar el uso de nuestras materias primas. Con esto buscamos maximizar su aprovechamiento y el tiempo que permanecen en los ciclos productivos. Durante el 2022 generamos 44.652 toneladas de residuos de diferentes materiales. A su vez, trabajamos de la mano de nuestras operaciones y aliados para maximizar el porcentaje de reciclaje de estos residuos. De esta forma, un 99,48% de los residuos generados en nuestras operaciones son reciclados y sólo un 0,52% son destinados a disposición final mediante el gestor autorizado.

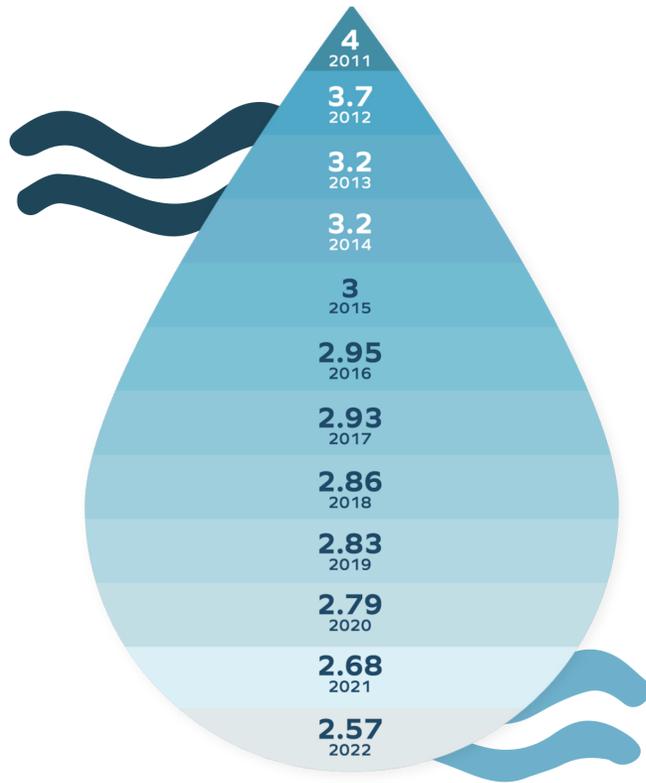
TIPO DE RESIDUO	CANTIDAD GENERADA [Ton]	PORCENTAJE DE RECICLAJE
AFRECHO	279 412.35	100%
METALES	2290.53	100%
BARREDURA	2005.03	100%
PAPEL	2619.25	100%
ETIQUETA	3389.13	100%
LEVADURA	43 908.42	100%
LODO FILTRANTE	10 314.24	100%
LODO PTAR	31 099.98	100%
LODO PTAP	350.22	100%

TIPO DE RESIDUO	CANTIDAD GENERADA [Ton]	PORCENTAJE DE RECICLAJE
MADERA	13 491.82	100%
PLÁSTICO	4649.25	100%
RESIDUO ORDINARIO	20 10.22	0%
RESIDUO PELIGROSO	325.5	0%
SCRAP	1024.95	100%
SUBPRODUCTO DE MALTA	14 470.26	100%
VIDRIO	34 351.12	100%
TOTAL	446 512.23	99.51%



Consumo eficiente del agua

[GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5]



A nivel global, nos hemos fijado una meta de consumo de 2,5 hectolitros de agua por hectolitro de cerveza. Para lograr esta meta, la empresa innova constantemente y lleva a cabo iniciativas que permitan reducir el consumo de agua en sus plantas. En el 2022, tuvimos un consumo promedio de 2,57 hL de agua por hL de cerveza producido.

Esta cifra representa una reducción del 4.1% en comparación con el consumo de 2021, y una disminución acumulada del 35.75% desde el 2011, cuando el consumo era de 4 hL de agua por hL de cerveza envasada.

La captación de agua en nuestras operaciones se hace de cuerpos hídricos superficiales ubicados en las cercanías a cada planta respectivamente: Río Bogotá en Tocancipá, Río Cauca en Yumbo, Río Suratá en Bucaramanga, Río Magdalena en Barranquilla, Río Chicamocha en Tibasosa y Quebrada La María en Itagüí. De igual forma, realizamos captación de agua de los acueductos locales para complementar el flujo de agua en las operaciones.



Indicador Propio: Consumo por hectolitro.

Indicador verificado por Ernst & Young

En 2022 el total de volumen captado fue de **9 139 307 m³**

Indicador verificado por Ernst & Young

Totales de agua dulce:



1 298 043 m³

comprados a acueductos



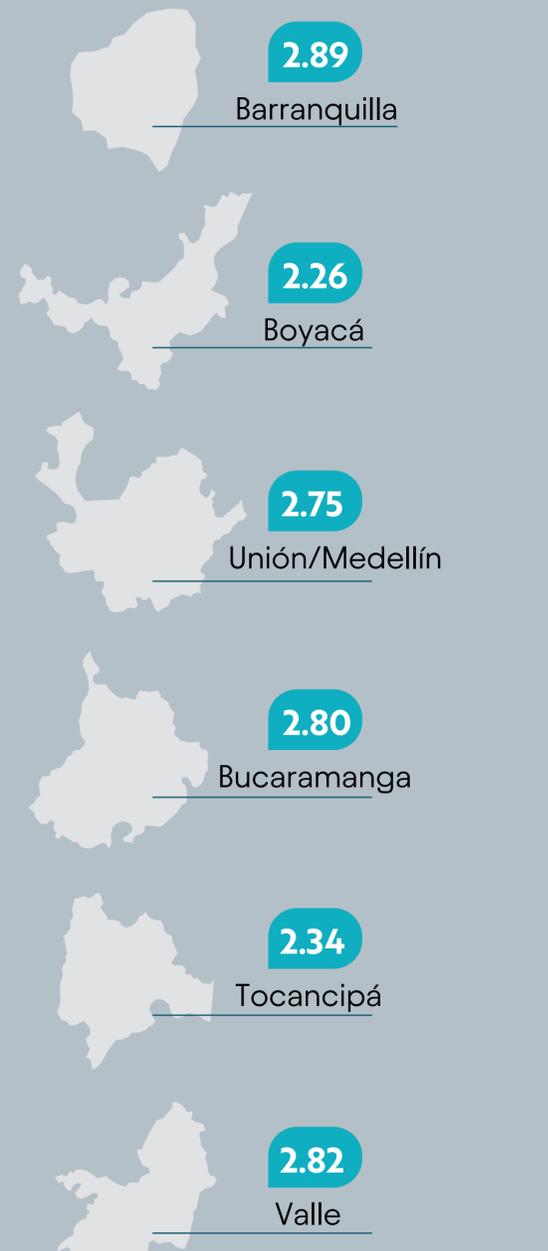
7 841 264 m³

captados de fuentes superficiales

Consumo de agua

CERVECERÍA

Consumo de agua [hl agua/hl envasado]



MALTERÍA

Consumo [m³ agua/tonelada de malta]



3.95

TIBITÓ

3.40

TROPICAL



Los vertimientos totales de las cervecerías para 2022, los cuales se realizan teniendo en cuenta la resolución 0631 del 2015 para afluentes de operaciones y las especificaciones de las autoridades locales ambientales, correspondieron a **4 146 773 m³** cuerpos hídricos de agua dulce.

Indicador verificado por Ernst & Young

Aliados:



Protección del agua

Como compañía tenemos la meta de asegurar que el 100% de las comunidades que viven en nuestras cuencas de alto riesgo cuenten con una mejora verificable de la cantidad y calidad del agua.



miPáramo

[GRI 203-2, 304-2, 304-3]



Indicador Propio: Hectáreas protegidas en cuencas abastecedoras.

Indicador verificado por Ernst & Young

Desde Bavaria, a través de nuestro producto con propósito Agua Zalva, hemos reforzado nuestro compromiso con los páramos colombianos a través del programa miPáramo, donde por cada botella vendida nos comprometemos a proteger 1m² de bosque alto andino. En 2022, Agua Zalva trabajó con Alianza Biocuenca y Agua Somos en los páramos de Santurbán y de Guerrero **para impactar 2799 nuevas hectáreas y lograr un total acumulado de 11 348 hectáreas protegidas desde el 2018.**

Como resultado del esfuerzo realizado por diferentes actores, logramos firmar un acuerdo para escalar esta metodología al Páramo de Chingaza de la mano de la Fundación Santo Domingo y en cofinanciamiento de la Alcaldía de Bogotá y la Gobernación de Cundinamarca. En el 2023 empezaremos operaciones en este territorio de la mano de nuestros aliados la Corporación Agua Somos y la Fundación Alianza BioCuenca.



En 2022 logramos impactar 18 municipios en total, 13 en Norte de Santander y cinco (5) en Cundinamarca.

	miPáramo SANTURBÁN	miPáramo GUERRERO
HECTÁREAS PROTEGIDAS	1771	1028
HECTÁREAS CONSERVADAS	1521	946
HECTÁREAS REFORESTADAS	82	17
HECTÁREAS DE APOYO A PRODUCCIÓN SOSTENIBLE	168	65
FAMILIAS BENEFICIADAS	212	164
PREDIOS VINCULADOS	234	209
ÁRBOLES SEMBRADOS	49 200	10 086



Jóvenes por los páramos

En esta segunda edición de Jóvenes por los Páramos ratificamos nuestra alianza con Colombia Joven, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Parques Nacionales Naturales y la Universidad EAN para fortalecer la capacidad de liderazgo de jóvenes líderes en las diferentes regiones del país. A través de una convocatoria abierta recibimos más de 500 solicitudes de jóvenes de todo el territorio nacional. Después de un riguroso proceso de selección, elegimos a 37 jóvenes líderes, quienes se convirtieron en embajadores de los páramos de Colombia. Proporcionamos a nuestros embajadores un programa de formación personalizado y tuvieron la oportunidad de realizar visitas de campo al Páramo de Guantiva – La Rusia, Boyacá.



En el 2022 empezamos un proyecto para identificar los efectos positivos en Biodiversidad que se logran a través del programa miPáramo, y en el 2023 continuaremos avanzando con la implementación de indicadores para medirlos y potenciarlos.



Agricultura

Proyectos de desarrollo rural [GRI 413-1, 413-2, 203-2]

Siembra Bavaria



Indicador Propio:
Agricultores impactados

En nuestro compromiso con la sostenibilidad trabajamos en el fortalecimiento de las cadenas productivas de nuestra materia prima, especialmente la cebada. En este sentido, trabajamos en el desarrollo y fortalecimiento de 258 agricultores y sus respectivas asociaciones en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá para recuperar la vocación e incentivar la siembra de la cebada maltera como una oportunidad de crecimiento para la región.

Como parte de nuestras iniciativas, en 2021 realizamos un piloto con un grupo de agricultores para el uso de BanQu, una herramienta digital que les permite llevar la trazabilidad de su cultivo. En 2022 ampliamos la implementación de esta herramienta con todos los agricultores con los que trabajamos. De esta forma, les brindamos capacitaciones y acompañamiento para que pudieran realizarle seguimiento a su cosecha y visibilizar todo el proceso de la cadena de abastecimiento, desde el momento en que entregan la cebada en el Centro de Acopio Almaviva, hasta que reciben su pago. De esta manera, estamos contribuyendo a la transparencia y la equidad en nuestras relaciones comerciales con nuestros agricultores y proveedores.

Indicador verificado por Ernst & Young



258

Agricultores del altiplano cundiboyacense capacitados en la plataforma BanQu para llevar la trazabilidad de lo sembrado y cosechado.

191

Agricultores caracterizados para conocer sus necesidades frente al uso de la tecnología y necesidades productivas.

1313HA

de cebada sembradas

1988TON

de cebada recibidas



Nativa Norte

EN 2022, continuamos nuestro trabajo de fortalecimiento a organizaciones de agricultores de yuca amarga en los departamentos de Córdoba, Sucre y Bolívar, en el marco de nuestra innovación Cerveza Nativa. Gracias a nuestro programa, 178 familias agricultoras pudieron cultivar asociativamente más de 169 hectáreas de este producto generando una alternativa de ingresos y desarrollo comercial.

Para lograrlo, trabajamos en conjunto con las organizaciones de agricultores con quienes implementamos acciones educativas en temas sociales, empresariales, técnicos y productivos con el fin de generar habilidades y competencias que les permitan a los agricultores liderar de manera autónoma sus propios procesos de desarrollo socioeconómico. Esto ha incentivado la producción de yuca amarga con mejoras técnicas en el cultivo, generando un incremento en la productividad y los ingresos de las familias agricultoras.

Indicador verificado por Ernst & Young

178

agricultores de yuca



capacitados en aspectos técnicos y productivos, crecimiento personal y de desarrollo organizativo y empresarial.

7

asociaciones de Córdoba, Sucre y Bolívar

169.5HA

de yuca sembradas

717TON

toneladas de almidón de yuca compradas por Almidones de Sucre a los pequeños productores.



16

familias agricultoras de maíz de dos (2) asociaciones

131TON

de maíz desgerminado compradas por Agrogruled a los pequeños productores.



Nativa Sur

Uno de nuestros grandes hitos en 2022 fue el lanzamiento de Nativa Sur en el departamento del Valle del Cauca, la primera cerveza a base de maíz amarillo. El evento de lanzamiento se desarrolló en el corazón del departamento y con la cervecería del Valle como escenario. Esta iniciativa reafirmó nuestro compromiso con la promoción del fortalecimiento del sector agrícola colombiano a través de la compra de maíz amarillo a 16 pequeñas y medianas familias agricultoras locales.

ÍNDICE



1

Nuestro
ADN



2

Natural



3

Incluyente



4

Local



3

INCLUYENTE

Pág

Cultura #BeerOffice	46	➤
Programas de talento	47	➤
Programas de desarrollo	49	➤
Beneficios para nuestra gente	51	➤
Diversidad e inclusión	54	➤
Seguridad y salud en el trabajo	57	➤
Sindicatos	59	➤

Nuestra Gente

Cultura #BEEROFFICE

En Bavaria sabemos que nuestro mayor activo es la gente y que sin ellos, no podríamos construir un futuro con más motivos para brindar. Por eso, de la mano del trabajo incansable de nuestro equipo de People y bajo esa cultura tan única y propia que nos caracteriza, nos hemos enfocado en ser el mejor lugar para trabajar.



En nuestra cultura el talento se destaca por su potencial, la mentalidad emprendedora y porque trabaja en un ambiente incluyente, equitativo e informal que permite el crecimiento personal y profesional.

Nuestros Colaboradores [GRI 2-7-a, 2-7-d, 401 -1]

Actualmente contamos con un equipo de **4.534 colaboradores directos, de los cuales 77% son hombres y 23% mujeres.** 841 empleados corresponden a nuevos talentos seleccionados siguiendo nuestro principio de desarrollar y retener a los mejores profesionales, valorando el talento entendiendo que ni la edad, la región o el sexo determinan su calidad.

Clasificación de nuestros colaboradores por edad género y región

CUENTA DE GENDER				CUENTA DE GENDER			
ETIQUETAS DE COLUMNA				ETIQUETAS DE COLUMNA			
REGIÓN Y EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL GENERAL	REGIÓN Y EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL GENERAL
ANDES	134	599	733	NORTE	116	591	707
Fixed-Term Contract	20	119	139	Fixed-Term Contract	21	133	154
< 30 Años	15	71	86	< 30 Años	19	53	72
Entre 30 y 50 años	5	46	51	Entre 30 y 50 años	2	79	81
> 50 años		2	2	> 50 años		1	1
CENTRO	687	1690	2377	Permanent	95	458	553
Fixed-Term Contract	46	245	291	< 30 Años	46	62	108
< 30 Años	31	139	170	Entre 30 y 50 años	45	266	311
Entre 30 y 50 años	15	103	118	> 50 años	4	130	134
> 50 años		3	3	SUR	127	590	717
International Assignment	2	12	14	Fixed-Term Contract	16	122	138
Entre 30 y 50 años	4	16	20	< 30 Años	15	65	80
> 50 años		1	1	Entre 30 y 50 años	1	57	58
Permanent	637	1428	2065	Permanent	111	468	579
< 30 Años	255	286	541	< 30 Años	37	89	126
Entre 30 y 50 años	366	858	1224	Entre 30 y 50 años	67	322	389
> 50 años	16	284	300	> 50 años	7	57	64

TOTAL:



1064

MUJER



3470

HOMBRE



4534

TOTAL GENERAL

Indicador verificado por Ernst & Young

Número total y tasa de nuevas contrataciones de empleados durante el 2022

REGIÓN Y EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL GENERAL	REGIÓN Y EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL GENERAL
ANDES	36	73	109	NORTE	51	71	122
< 30 Años	25	40	65	< 30 Años	40	34	74
Entre 30 y 50 años	11	33	44	Entre 30 y 50 años	11	37	48
CENTRO	219	297	516	SUR	36	58	94
< 30 Años	145	183	328	< 30 Años	30	30	60
Entre 30 y 50 años	74	111	185	Entre 30 y 50 años	6	28	34
> 50 años		3	3				

TOTAL:



342

MUJER



499

HOMBRE



841

TOTAL GENERAL

En 2022 tuvimos 442 ascensos reconociendo a esos colaboradores que se destacaron por su arduo trabajo, representan fielmente los principios de nuestra cultura y cuentan con un gran potencial de desarrollo.

Programas de talento [GRI 401-1, 404-2]

Indicador verificado por Ernst & Young

Como compañía contamos con diferentes programas para el desarrollo de nuestros colaboradores y la selección de los mejores profesionales. Por esto, nos esforzamos por aportar a la construcción de sus capacidades, **logrando una media de 81 horas de entrenamiento por empleado en el año.** A continuación, relacionamos los principales resultados obtenidos en 2022:



Global Management Trainee (GMT)

6197 Aplicaciones ▶ **6** Jóvenes seleccionados

Trainees Supply

5805 Inscritos

Técnicos Sena

4028 Inscritos ▶ **36** Seleccionados

Talentos Logísticos y Comerciales

6833 Aplicaciones ▶ **14** Seleccionados

GMT

Tras un largo proceso de selección con **6.197 aplicaciones** a nivel nacional, en 2022 fueron seleccionados seis (6) jóvenes para ser parte del programa insignia de AB InBev, Global Management Trainee, el cual busca atraer el mejor talento joven y dinamizar su crecimiento en la compañía. Este grupo de jóvenes que comenzó su proceso de formación y entrenamiento de la mano de nuestros mejores líderes, vienen de diversas áreas de estudio entre las cuales se destacan abogados, diseñadores, administradores e ingenieros.



Trainees Supply

En este programa buscamos formar a los futuros líderes de nuestra área de Supply, entrenándolos en nuestras plantas productivas y haciéndolos rotar por las áreas de seguridad, maltería, elaboración, envasado, calidad e ingeniería, servicios industriales y sostenibilidad. En 2022 tuvimos **5.805 inscritos** en la convocatoria, el proceso de selección inició en noviembre de 2022 y finaliza mayo de 2023.

Técnicos Sena

Diseñamos un programa específico con el objetivo de aumentar el porcentaje de talento femenino en nuestra área de Supply. En el 2022 tuvimos un total de **4.028 inscripciones** y se seleccionaron **20 mujeres y 16 hombres** en nuestras plantas de Barranquilla y Tocancipá.

Talentos Logísticos y Comerciales

A través de este programa buscamos jóvenes con alto potencial para nuestras áreas de ventas y logística. La convocatoria realizada en el 2022 tuvo **2.457 aplicaciones** para el área logística, donde hubo 9 seleccionados, y **4.376 inscritos** para comercial, donde se seleccionaron 5 ganadores.

Programas de desarrollo

Cada año nos esforzamos por implementar diferentes programas que nos permitan desarrollar y fortalecer las habilidades en nuestros colaboradores a todos los niveles. Trabajamos para ser una empresa más inclusiva, con equipos diversos y que promueva el crecimiento de nuestras mujeres líderes al interior de la compañía. En 2022 llevamos a cabo varios programas globales y locales, entre los cuales se destacan:



Programas globales

Bajo nuestro compromiso de implementar programas alineados a la formación de nuestros líderes, en 2022 realizamos la formación de **318** futuros líderes en temáticas como Managing and Communicating, Leading ABI, Building Leaders, Middle Management ABI, Leadership Academy ABI, LinkedIn Learning, entre otros. Se llevaron a cabo más de 10 sesiones de estos programas globales durante el año.

Programas locales

En 2022 realizamos programas locales que apuntaron al fortalecimiento de las habilidades técnicas y de liderazgo de un grupo de 320 colaboradores de diversas áreas que participaron y destinaron más de 40 horas para su formación:



Universidad MAZ

En 2022 contamos con **1.807** colaboradores inscritos en nuestra plataforma virtual de formación en diferentes temáticas y habilidades.

Evaluaciones de desempeño

[GRI 404-3]

Indicador verificado por Ernst & Young

- **The Organization & People Review (OPR)** es una parte crucial de nuestro proceso anual de People Cycle. Es el momento en el que proporcionamos retroalimentación a nuestra gente para permitir su crecimiento a largo plazo. El porcentaje de colaboradores que recibieron esta evaluación en el 2022 corresponde al 25% del total de colaboradores.
- **Nuestro Modelo de Capabilities de Liderazgo (LCM)** se centra en las capacidades que nuestra gente y nuestra compañía necesitan para crear un futuro con más motivos para brindar. A través de nuestra evaluación anual LCM 180/360, nuestra gente tiene la oportunidad de dar y recibir feedback, reflexionar sobre las oportunidades de desarrollo y planificar el crecimiento continuo.

2022

El porcentaje de colaboradores que recibieron esta evaluación corresponde al

25% del total de colaboradores.



Beneficios para nuestra gente

Queremos ser el mejor lugar para trabajar, por esto apoyamos a nuestros colaboradores no solo en su desarrollo profesional, sino personal. De esta forma, queremos ayudarlos a cumplir sus sueños a través de un amplio portafolio de beneficios que nos permite contribuir a su bienestar y al de sus familias. En 2022, invertimos más de \$48.000 millones que fueron distribuidos de la siguiente manera:

CONCEPTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	
Mejores estudiantes	400	\$1.560.715.465
Auxilio educativo	2.300	\$4.429.261.380
Auxilio medicina prepagada	3.755	\$10.334.000
Auxilio óptico	314	\$68.560.000
Otros auxilios	2.865	\$2.243.490.163
Préstamos de estudios	29	\$153.674.143
Préstamo de vehículo	54	\$2.068.417.511
Préstamos de vivienda	456	\$38.979.023.686
Otros préstamos	61	\$416.987.519
Total general	5.765	\$48.290.854.402

Sumado a lo anterior, contamos con una serie de programas de apoyo a nuestros colaboradores:

Trabajo flexible [GRI 401-2]

Con el propósito de que nuestros colaboradores tengan poder y autonomía frente a su tiempo y contribuir a su bienestar y balance vida – trabajo, creamos los beneficios FlexWork y TimeOff.

FlexWork:

Asociado al tiempo que pueden disponer las personas para ejercer sus labores fuera de la oficina.

Usabilidad:
Más de 800 personas

TimeOff:

Asociado al tiempo que pueden disponer las personas para asuntos personales.

Usabilidad:
Más de 780 personas

Licencia de maternidad y paternidad **(GRI 401-3)**



De igual manera, brindamos el beneficio a mujeres y hombres que quieran acogerse a su licencia de maternidad y/o paternidad. Para mujeres el beneficio se da hasta 2 meses de licencia adicional y para hombres un mes de licencia adicional. En 2022, 27 mujeres y 56 hombres se acogieron a este beneficio.

Cada área tiene condiciones diferentes asociadas a los beneficios

Familias felices **(GRI 402-3)**



En 2022 101 personas se beneficiaron del programa de Familias Felices donde renovamos el concepto para ser un espacio de diversidad e inclusión que contemple a todo tipo de familias. En este programa encontramos beneficios tanto para cuidadores primarios como secundarios que incluye:

Kit de bienvenida con cámara de monitoreo, regalos para el bebé, regalos para el cuidador primario y secundario.

Anchetas de snacks saludables que entregamos semana a semana hasta el nacimiento del bebé.

Charlas pregrabadas.

Bono médico de 50USD como apoyo para los gastos médicos que se presenten en la etapa del embarazo.

Salas de lactancia y parqueos preferenciales para mujeres embarazadas en nuestras sedes.

Beneficio de tiempo adicional a la licencia legal de cuidador primario y secundario con el fin de que logren disfrutar de esta nueva etapa de su vida al máximo.

Procesos de fertilización y subrogación de vientre **(GRI 401-3)**

Con el fin de contribuir en el sueño de nuestros colaboradores de formar una familia, brindamos apoyo económico en procesos de fertilización y subrogación de vientre con los siguientes beneficios:

Para procedimientos de baja complejidad (aquellos tratamientos en los que la fertilización, la fecundación y el desarrollo embrionario suceden dentro del cuerpo de la mujer) brindamos un apoyo económico del

30% con un valor máximo de apoyo de 600 USD.

Para procedimientos de alta complejidad (aquellos donde la fecundación, la fertilización y el desarrollo embrionario suceden en el laboratorio) brindamos un apoyo del

30% con un valor máximo de apoyo de 3.000 USD.

Diversidad e inclusión (GRI 405-1)

En Bavaria sabemos que la diversidad es una de nuestras mayores fortalezas y el criterio que nos lleva a innovar, a ser disruptivos y a generar valor para el país. La diversidad nos permite hacer las cosas diferentes, conectar con nuestra gente desde el reconocimiento y la apreciación de sus diferencias, partiendo de la inclusión como un elemento articulador para la construcción de una sociedad más justa, resiliente y que progrese de forma continua.

Diversidad de género de empleados por categoría laboral

Indicador verificado por Ernst & Young

	MUJER	HOMBRE
Presidencia y Vice Presidencia	56%	44%
Directivos	75%	25%
Administrativos	59%	41%
Operativos	91%	9%



La diversidad tiene que ver con las diferencias

Sabemos que cada uno de nosotros es diferente, por eso valoramos y respetamos las diferencias individuales. Nuestra visión sobre la diversidad es amplia para incluir atributos como edad, género, identidad y expresión de género, orientación sexual, idioma, etnia, nacionalidad, estado civil y familiar, religión, creencias, antecedentes sociales y económicos, estatus de veterano, educación, experiencia, discapacidad y otras características que hacen que nuestros colaboradores sean únicos.

La inclusión significa valorar esas diferencias

Reconocemos, entendemos y valoramos las diferencias y la autenticidad como características que fomentan la innovación e impulsan el crecimiento de nuestro negocio.

La diversidad e inclusión viven dentro de nuestros 10 principios y se integran en todo lo que hacemos. Nuestra misión es sencilla. Aspiramos convertirnos en una empresa más diversa e inclusiva para reflejar la diversidad de nuestros consumidores. Nuestros programas bandera en materia de equidad de género son:



Coaching de Mujeres Líderes

Este parte de la identificación de mujeres con alto desempeño y potencial dentro de la compañía para acompañarlas y brindarles herramientas de liderazgo y bienestar personal que les permitan impulsar su desarrollo dentro de la organización, eliminando los techos de cristal.

La línea inclusiva

Que empezamos a implementar desde hace dos años en nuestras cervecerías, a través de la cual, mediante adaptaciones a la maquinarias y equipos, hoy permite que cualquier persona, sin importar su género o condiciones físicas, pueda trabajar en la zona de producción de la cervecería.

Programa Grandiosas

Que busca empoderar y brindar habilidades de liderazgo a mujeres en áreas de producción, ventas y logística, para que puedan seguir siendo abanderadas de la transformación de estas unidades donde tenemos los mayores retos en materia de equidad de género.

Programa de Hombres Aliados

En el que participan más de 50 hombres líderes de la compañía y es realizado en alianza con la consultora Michael Page, buscando fortalecer sus conocimientos en temas asociados a equidad de género a partir de tres etapas claves: Reconocer, aprender y transformar. Este programa buscar construir compromisos reales desde lo individual y colectivo para ser agentes de cambio en pro de la equidad.

Política de transición de género

El objeto de esta Política de apoyo a procesos transgénero busca acompañar a las personas que hayan tomado la decisión propia y voluntaria de realizar un proceso de transición de género.

Como compañía buscamos asegurarnos de que nuestros/as colaboradores/as puedan desenvolverse en un lugar de trabajo incluyente, libre de toda forma de acoso, incluyendo la discriminación injustificada, el acoso sexual y los actos sexuales indebidos. Esta Política protege a nuestros/as colaboradores/as contra acciones inapropiadas que sean indeseadas o molestas y/o que creen un entorno de trabajo intimidante, ofensivo u hostil.

Todas las personas son libres de escoger su orientación sexual y de quererse identificar y/o reconocer como así lo quieran, es por esto, que apoyamos y respetamos el proceso de cualquier persona vinculada a la compañía para que, en su decisión de realizar un proceso de transición de género, pueda tener un acompañamiento seguro y confidencial en temas legales y temas asociados a procesos de cambio de documentación, para que esa persona sea reconocida con la identidad esperada.

Política contra el acoso y la discriminación

El objeto de la Política Antiacoso y Antidiscriminación es asegurarnos de que nuestros colaboradores puedan desenvolverse en un lugar de trabajo incluyente, libre de toda forma de acoso, incluyendo la discriminación injustificada, el acoso sexual, y los actos sexuales indebidos.

Esta Política protege a nuestros colaboradores contra acciones inapropiadas que sean indeseadas o molestas, y/o que creen un entorno de trabajo intimidante, ofensivo u hostil. En Bavaria tomamos el acoso y la discriminación muy seriamente, y todas las quejas relacionadas se investigarán oportunamente. De igual forma, tomaremos las acciones disciplinarias pertinentes, en caso de acoso que van hasta e incluyen la terminación de la relación laboral.



Seguridad y salud en el trabajo

[GRI 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 403-9]

En nuestra compañía trabajamos en pro de lograr operaciones **100% seguras** para nuestros trabajadores directos e indirectos.



La seguridad es nuestra prioridad número uno por lo que trabajamos a diario para identificar, gestionar y mitigar los riesgos de tal manera que evitemos accidentes. Por esto, hacemos mediciones de nuestro desempeño en materia de seguridad y salud en el trabajo con el objetivo de optimizar los procesos existentes.

Estamos comprometidos con la promoción de la salud de nuestros colaboradores. Por esto, en el 2022 tuvimos un total de 4.835 trabajadores cubiertos por el sistema de seguridad y salud en el trabajo.

De igual forma, el área de Salud Ocupacional desarrolló actividades de Promoción de la salud y Prevención de enfermedades a través de:



Actividades de promoción y prevención con los médicos asignados en las operaciones a nivel nacional y con nuestro aliado Colsanitas.



Implementación de diferentes Sistemas de Vigilancia Epidemiológica como de riesgo psicosocial y ergonómico (inspecciones y adecuaciones de puestos de trabajo con elementos ergonómicos).



Desarrollo nacional de actividades deportivas, salud visual, sexual y reproductiva, fomento de alimentación saludable, entre otras.



Realización de exámenes médicos ocupacionales periódicos, post incapacidad y de reintegro laboral.

Lesiones por accidente laboral					
ÁREA	NÚMERO DE ACCIDENTES	NÚMERO DE DÍAS PERDIDOS DE TRABAJO	ÍNDICE DE SEVERIDAD	FRECUENCIA DE ACCIDENTES	INVERSIÓN
Supply	18	60	1.4	0.47	1.958.00 USD
Logística	9	193	2	0.10	2.396.300 USD
Ventas	12 incapacitantes a personal indirecto 7 no incapacitantes	Propios: 0 Terceros: 414	16.1	0.46	1.208.000 USD

Dentro de logística tuvimos un gran año de avance en materia de seguridad, ya que logramos tener un porcentaje de implementación de gestión de seguridad y salud en el trabajo definido a nivel global (DPO) del 80.8% y un 100% de implementación del sistema de salud y seguridad en el trabajo definido por la regulación colombiana. Dentro de nuestras acciones para prevenir riesgos realizamos 60 campañas de comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.

En el área de Supply nos hemos comprometido con la seguridad y la salud de los trabajadores, además del diseño y despliegue de una estrategia de seguridad territorial y de formación de equipos autónomos en seguridad, seguridad comportamental y un programa de seguimiento a procesos de alto riesgo. Durante el 2022 completamos 230.000 horas de formación realizadas que refuerzan nuestro compromiso por la seguridad. Todo esto nos permitió cumplir con la rama de adherencia al sistema de gestión de la compañía (VPO), logrando un porcentaje de cumplimiento de 76.6%. Adicionalmente, en 2022 logramos la implementación del sistema en gestión de salud y seguridad en el trabajo en un 96.5% definido por el decreto 1072 de 2015 en Colombia.

Desde el área de ventas nuestros esfuerzos se enfocaron en el seguimiento a formas seguras de realizar tareas, mantenimiento de equipos y campañas para acercarnos a nuestra meta de tener una operación 100% segura. Trabajamos arduamente para dar cumplimiento a los estándares del sistema de seguridad y salud en el trabajo definidos en la Resolución 0312 del 2019, para ello evaluamos nuestra política de seguridad hasta identificar los planes de acción y mejoramiento en seguridad y salud. En 2022, aplicamos metodologías para identificar los peligros y riesgos a los cuales están expuestos nuestros colaboradores, sumando más de 390.000 horas en jornadas de capacitación.



Sindicatos



En Bavaria nos preocupamos por respetar y promover los derechos humanos.

De esta forma, mantenemos un relacionamiento constante y cercano con las organizaciones sindicales que hacen parte de nuestras empresas. Por esto, realizamos negociaciones colectivas fundamentadas en el dialogo social, mecanismo que les permite a nuestros colaboradores y sus organizaciones la búsqueda en conjunto de condiciones de trabajo adecuadas.

En Bavaria y sus filiales contamos con siete (7) organizaciones sindicales: Sinaltrainbec, Utibac, Sinaltraceba, Ustiam, Sinaltracervcol, y Asoinducerna, con las que contamos con convenciones colectivas y el pacto colectivo que rigen los beneficios extralegales para nuestros trabajadores. A través de estos mecanismos se ha logrado generar incrementos económicos en los valores de los auxilios extralegales, entre ellos, los auxilios para estudios, por natalidad, por matrimonio, incrementos en los préstamos de vivienda, de vehículo, así como la disminución de interés de este último, además del establecimiento beneficios para aquellos trabajadores que se encuentren desarrollando sus estudios de pregrado y tenga calificaciones destacadas.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con un espacio de conciliación y comunicación directa, a través de reuniones de diálogo social regional y nacional para resolver situaciones puntuales y contribuir a la mejora de las condiciones de nuestros trabajadores.

ÍNDICE



1

Nuestro
ADN >



2

Natural >



3

Incluyentes >



4

Local >

4 LOCAL

Pág

Nuestras comunidades **62** >

Emprendimiento **66** >

Consumo responsable **67** >

Ética y cumplimiento **69** >





Nuestras comunidades

En 2022 impactamos a las **comunidades locales** y la cadena de valor de nuestra compañía de la mano de la Fundación Bavaria.

Creemos que esto es sólo el comienzo de nuestro esfuerzo para crear comunidades resilientes y ecosistemas prósperos para construir un futuro sostenible en el que haya más motivos para brindar.



Logramos impactar a más de

30.000 personas

asegurándonos de que nuestros proyectos clave tuvieran un impacto social y ambiental cuantificable.

Obras por impuestos [GRI 413-1]

En 2022 trabajamos en la dotación de mobiliario escolar para las sedes educativas de 8 municipios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) de la subregión Montes de María del departamento de Sucre, como parte del mecanismo de obras por impuestos.

En total realizamos una inversión de

\$4.737.419.664 COP

y beneficiamos a

18.324

estudiantes



Municipios Intervenido:

- Chalán
- Los Palmitos
- Morroa
- Ovejas
- San Antonio de Palmito
- San Onofre
- Tolúviejo

Relacionamiento con comunidades locales [GRI 413-1]

Fomentamos el desarrollo local y las relaciones de buena vecindad en los territorios donde tenemos nuestras operaciones cerveceras. De esta forma, asumimos nuestro rol de ciudadanos corporativos y nos involucramos en las acciones que realizan las comunidades vecinas a nuestra operación. Por ejemplo, en Cartagena, nos aliamos con la Fundación Fundasaber, quien nos apoya a desarrollar diferentes programas para el desarrollo de la comunidad de Pasacaballos como el fortalecimiento de la guardia ambiental de la comunidad. Adicionalmente, realizamos actividades que permitan el desarrollo de conocimientos de cuidado ambiental entre niños y adultos.



Derechos humanos y grupos de interés (GRI 2-23-B)

Contamos con una **Política de Derechos Humanos** en donde manifestamos nuestro compromiso cómo signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ONU), con tener prácticas de negocio que respeten los derechos humanos y estén en línea con los estándares internacionales de conducta empresarial responsable. Los principios rectores de nuestra política son los siguientes:

1 Trabajo infantil y juvenil:

Prohibimos el trabajo y la explotación infantil en nuestras operaciones ni apoyamos el uso de trabajo infantil según la definición de la OIT.

3 Libertad de asociación:

Respetamos el derecho de nuestros trabajadores a formar y a afiliarse a sindicatos y otras organizaciones de su elección, y para negociar de manera colectiva en apoyo de sus intereses comunes.

5 Derechos sobre la tierra:

Cumplimos todas las leyes nacionales aplicables que versen sobre el derecho a la tierra y los recursos naturales, y garantiza que las adquisiciones de tierras y cambios del uso se llevan a cabo con respeto de los derechos de las personas y comunidades impactadas.

7 Seguridad física:

Estamos comprometidos con fomentar y mantener un lugar de trabajo seguro y con proteger a todos los individuos que sean autorizados a ingresar a nuestras instalaciones y eventos por medio de sistemas, medidas y procedimientos de seguridad razonables y responsables.

9 Medio ambiente:

Creemos que un ambiente limpio y saludable es esencial para el crecimiento económico sostenible y el desarrollo humano. Estamos comprometidos con trabajar en asociación con las comunidades donde operamos, con el fin de entender y adoptar enfoques razonables para la gestión de los recursos naturales, incluida el agua, y para ayudar a proveer acceso a los recursos naturales, como el agua, a las comunidades necesitadas.

2 Trabajo forzado y libertad de locomoción:

Prohibimos todas las formas de trabajo forzado u obligatorio y, por lo tanto, todas las relaciones laborales deben ser de naturaleza voluntaria.

4 Jornada de Trabajo y Remuneración/ Nivel de vida adecuado:

Respetamos la necesidad de los trabajadores de tener un balance entre el trabajo y el descanso. Las jornadas de trabajo y el tiempo extra deben cumplir con las leyes y regulaciones correspondientes sobre salarios, jornadas laborales, tiempo extra y prestaciones.

6 Discriminación y acoso:

Prohibimos todas las formas de discriminación por razones de, pero sin limitación a la raza, religión, cultura, género, edad, opinión política, nacionalidad u origen, extracción social, embarazo y maternidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, o cualesquiera otras razones arbitrarias. Todos los empleados de Bavaria y demás personal están sujetos a nuestra Política Global Contra la Discriminación y el Acoso.

8 Salud y seguridad en el trabajo:

Nos esforzamos por garantizar altos niveles de salud ocupacional y seguridad en toda la organización, como se establece en nuestra Política de Salud y Seguridad.

Con igual importancia, en esta política asumimos prestamos una especial atención a los siguientes grupos de interés con los cuales hacemos esfuerzos adicionales para eliminar su condición de vulnerabilidad y propiciar entornos seguros donde puedan desarrollarse con equidad:



Niños, niñas y adolescentes



Comunidades rurales o campesinas



Mujeres



Población LGBTQ+

Voluntariado

#MeUno



Pudimos sembrar

106.689

árboles en los departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Norte de Santander, Santander, Valle del Cauca y Vaupés.



En el año 2022, cumplimos con nuestra meta de **sembrar más de 100.000 árboles** junto con nuestros voluntarios. Gracias a la colaboración de la Red de Fondos de Agua de Colombia, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, alcaldías municipales, autoridades ambientales y miembros de la fuerza pública, pudimos sembrar 106.689 árboles en los departamentos de Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Norte de Santander, Santander, Valle del Cauca y Vaupés. Gracias a nuestros aliados BBVA, Bimbo, Saving the Amazon, Fundación Natura y Casa Limpia, quienes se sumaron a este llamado y contribuyeron a esta gran iniciativa para la preservación del medio ambiente y la custodia del agua.

Emprendimiento



Indicador Propio: Incremento en ingresos frente a su línea base de participantes del programa de Emprendedores

[GRI 203-2,413-1, 413-2]

Durante el primer semestre de 2022 el programa Emprendedoras Bavaria alcanzó el sueño trazado en 2017: **¡transformar la vida de 50.000 mujeres tenderas en Colombia!**

META

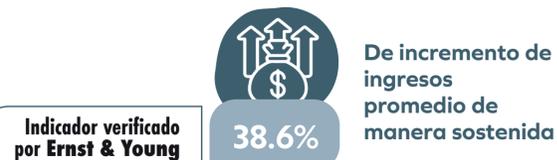
Promover el progreso de

100.000 emprendedores

del Canal Tradicional

Por segundo año consecutivo aseguramos el respaldo del Gobierno Nacional por medio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Colombia Productiva, con la alianza '**Mujeres Más Productivas**', que nos permitió beneficiar a 8.209 mujeres en condición de vulnerabilidad.

Tras seis (6) años de intervención continua, estos son nuestros hitos más relevantes con las Emprendedoras Bavaria:



Mayores probabilidades de ahorrar, acceder a salud y pensión, y de utilizar plataformas digitales para la promoción y venta de sus negocios.



Consumo responsable

[GRI 203-2]



Indicador Propio: Inversión en campañas para el consumo responsable

Indicador verificado por Ernst & Young

Nuestro compromiso radica en promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas entre adultos y prevenir su consumo en menores de edad. Por esta razón, nos enfocamos en influir positivamente en las normas sociales y en los comportamientos individuales para disminuir el consumo nocivo de alcohol. Para lograrlo, implementamos campañas de marketing social y programas que promueven el consumo responsable. **Durante el año 2022, invertimos COP \$5.888.223.208,17 en todos nuestros mercados para llevar a cabo estas iniciativas.**

Promoción de consumo responsable en adultos

Durante el año 2022, llevamos a cabo una campaña para sensibilizar a **5.002 tenderos** en siete regiones del país: Atlántico, Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Soacha, Tunja y Zona Sur - Cali, sobre la promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas en adultos y la prevención del consumo en menores de edad. Para lograr este objetivo, utilizamos la herramienta Vive Responsable, una plataforma web diseñada para tenderos y dueños de establecimientos con información relevante y recomendaciones sobre la no venta de bebidas alcohólicas a menores de edad y a personas en aparente estado de embriaguez.

Para esta celebración contamos con la participación de **12 alcaldías, la Policía Nacional y Asobares**, quienes también se sumaron a la movilización presencial a lo largo de Colombia.

Adicionalmente, en agosto celebramos el Día del Consumo Responsable de Cerveza (Global Beer Responsible Day) donde movilizamos a **más de 2.000 trabajadores voluntarios** llevando un mensaje de consumo responsable a establecimientos, bares y restaurantes a través de tres acciones claves:



Prevención de consumo en menores

juego limpio

Durante el año 2022, logramos impactar a un total de **16.053 niños, niñas y adolescentes** en instituciones educativas ubicadas en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Medellín y Tunja gracias a nuestro programa Juego Limpio.



Además, implementamos un modelo piloto de transferencia de metodología, el cual consistió en entregar la metodología del programa a organizaciones como Copa Claro, Cafam, ICBF y Corpoeducación para que pudieran implementarlo con sus niños, niñas y adolescentes beneficiarios, logrando así replicar nuestro mensaje de prevención de consumo.

Este programa tiene como objetivo promover la

prevención del consumo de bebidas alcohólicas

en menores de edad y retrasar la edad de inicio del consumo a través de actividades lúdico-deportivas.

Ética y cumplimiento [GRI 2-24-a]

En Bavaria, entendemos que para hacer negocios de manera correcta es necesario cumplir con todos los procesos y asegurar la ética de nuestra empresa. Mantener nuestra reputación de integridad es muy importante, por lo que nos esforzamos por mantener relaciones transparentes con nuestros grupos de interés y adherirnos a los más altos estándares de ética corporativa en todas nuestras operaciones.

Es por esto que contamos con tres diferentes iniciativas de acción colectiva contra la corrupción:

- 1 Miembro institucional de la Corporación Transparencia por Colombia. Además, hace parte de la iniciativa Compromiso Empresarial Anticorrupción- CEA.
- 2 Miembro de la Red Latinoamericana de Cumplimiento, foro del cual ejerce la secretaría técnica el Instituto Internacional de Estudios Anticorrupción.
- 3 Miembro de la Mesa de Lucha contra la Corrupción que organizan Pacto Global Red Colombia y Alliance for Integrity.

Código de conducta en los negocios [GRI 2-23-a]

El Código de Conducta en los Negocios es una guía práctica donde se expresan tres aspectos fundamentales relevantes para el cumplimiento de las conductas éticas en los negocios.

- **El primero** hace referencia a los principios que deben inspirar las decisiones de negocio que tomen quienes actúen en nombre de la compañía.
- **El segundo** a los compromisos de la compañía de cumplir las leyes y regulaciones aplicables, de adherir a los más altos estándares de integridad corporativa, y de realizar prácticas de negocio que respeten los derechos humanos en sus operaciones y en su cadena de valor.
- **Y el tercero** a las pautas de conducta empresarial específicas en materia de protección y promoción de los derechos humanos, combate del soborno y la corrupción, prevención del lavado de dinero y la financiación del terrorismo, libre competencia económica, protección de datos personales y ética digital, entre otras.

Dichos compromisos incluyen la realización de una debida diligencia. En especial, se aplica en el conocimiento adecuado de las contrapartes con las que la compañía establecerá relaciones (empleados, proveedores, clientes, accionistas) y al momento de realizar nuevas inversiones (fusiones y adquisiciones). También estipulan el respeto por los derechos humanos, tanto en las propias operaciones como en la cadena de valor.

Políticas y compromisos

[GRI 2-23-c, 2-23-d, 2-23-e, 2-23-f]

Nuestros compromisos y políticas han sido aprobados por nuestra junta directiva, que es el máximo órgano de gobierno de la compañía.



Para conocerlos puede acceder a los siguientes enlaces:

Código de Conducta en los Negocios y Políticas de Compliance:

<https://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros/politicas-de-conducta-empresarial-bavaria>

Políticas de conducta aplicables a proveedores:

<https://www.bavaria.co/proveedores-bavaria>

Somos conscientes de la importancia de que nuestros colaboradores conozcan nuestras políticas. Por esto, realizamos comunicados internos dos veces al mes por medio de correo electrónico, transmisión en pantallas y entrenamientos presenciales y virtuales para reforzar su conocimiento y aplicación adecuada.

Gestión empresarial de riesgos de corrupción [GRI 205-1]

Bavaria, como una de las **11 empresas** que forman parte del Compromiso Empresarial Anticorrupción, se sometió voluntariamente a una medición de gestión empresarial de riesgos de corrupción en 2021, desarrollada por Transparencia por Colombia. Esta metodología evalúa el nivel de cumplimiento de la empresa con los más altos estándares y principios internacionales en la lucha contra la corrupción. Después de la medición, se identificaron oportunidades de mejora y se estableció un plan de acción, que fue monitoreado por Transparencia por Colombia durante 2022.

Dicho monitoreo, realizado por la Corporación Transparencia por Colombia constó de un seguimiento a las acciones de mejora implementadas por las empresas con base en los resultados de la MGERC 2021. De las 11 empresas, Bavaria fue destacada como una de las 4 empresas que realizó estas acciones de mejora en el marco del programa Juntos por la Transparencia. Dicha medición seguirá en el 2023.

Capacitación a nuestros colaboradores

[GRI 205-2, 2-23-f]

Como compañía realizamos un proceso de formación anual enfocado en nuestro Código de Conducta en los Negocios y las Políticas de Compliance para todos los empleados en posiciones de liderazgo. Este año dicho proceso constó de dos metodologías diferentes: entrenamientos virtuales y comunicaciones generales a los empleados.

Entrenamientos

100% de los colaboradores en bandas de liderazgo I-IV (en total, 77 personas) recibieron un re-entrenamiento virtual en el Código de Conducta en los Negocios por medio de episodios interactivos en temáticas como conflictos de interés, ética digital y anticorrupción. Además, renovaron su declaración de compromiso con la integridad corporativa.

202 colaboradores de diferentes áreas tomaron el entrenamiento virtual en Ética & Compliance, que contiene episodios interactivos sobre prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo, anticorrupción y ética digital.

En la Regional Norte, **80** colaboradores de los equipos de Logística y Supply recibieron entrenamiento presencial en el Código de Conducta en los Negocios y la Política Anticorrupción.

Comunicaciones

Dos comunicados mensuales (recordatorios) vía mail y pantallas en sitio sobre aspectos relevantes de las Políticas de Compliance.

Línea ética [GRI 205-3]

En Bavaria, nos comprometemos a diario a crear un ambiente donde todos nuestros empleados puedan expresar sus inquietudes y reportar cualquier comportamiento inapropiado sin temor a represalias. Para ello, hemos implementado **el software Convercent**, que recopila todas las denuncias recibidas a través de los diferentes canales que hemos habilitado en la empresa, como la línea telefónica gratuita nacional, el correo electrónico y la página web.

-  **Línea telefónica gratuita nacional**
01-800-5189370
-  **Correo electrónico:**
comite.etica@ab-inbev.com
-  **Web:**
www.talkopenly.ab-inbev.com

El equipo de Ética & Compliance es el único que tiene acceso al software, lo que garantiza la confidencialidad de la información y brinda opciones para que los denunciadores puedan hacer reportes de manera anónima si así lo desean.

Los casos relevantes, especialmente aquellos que involucran a empleados en posiciones de liderazgo, son escalados al Comité de Ética & Compliance, donde se toman medidas para reafirmar nuestro compromiso con nuestros principios.

Durante el **2022** no recibimos denuncias de irregularidades sobre presuntos casos de corrupción. Si embargo, investigamos **228 casos** por irregularidades obteniendo los siguientes resultados:



Abastecimiento Responsable

Contamos con una **Política de Abastecimiento Responsable** que está alineada a la Política Global de Abastecimiento Responsable. En esta, declaramos nuestro compromiso de **respetar los derechos humanos, los estándares laborales, la salud y la seguridad, la gestión ambiental y la integridad empresarial a lo largo de nuestra cadena de valor.**

De igual forma, nos comprometemos a trabajar con proveedores, distribuidores, agentes y socios comerciales que compartan estos valores y se adhieran a esta Política en sus operaciones. Además, también propiciamos se garantice el cumplimiento de esta Política por parte de sus empleados, tanto temporales como indefinidos, así como las partes implicadas a lo largo de su propia cadena de suministro en la provisión de bienes o servicios para nuestras operaciones.

Dentro de los criterios ambientales incluidos en la política se encuentran:



Emisiones:

Nuestros socios comerciales deberán comprometerse a definir objetivos de reducción conjuntamente con Bavaria e implementar programas que apoyen la consecución de dichos objetivos.



Agua:

Nuestros socios comerciales deberán definir objetivos para reducir el uso de agua en sus operaciones y desarrollar planes para reducir su consumo a lo largo de la cadena de valor en su conjunto. Así mismo, deberían identificar los recursos hídricos de alto riesgo e identificar oportunidades para asociarse estratégicamente con Bavaria e implementar iniciativas.



Contenido y porcentaje de material reciclado:

Nuestros socios comerciales deberán comprometerse a reducir los residuos de la producción e implementar iniciativas conjuntamente con Bavaria, para medir adecuadamente el contenido de material reciclado utilizado en los productos y/o la retornabilidad de los productos.

NUESTRO NEGOCIO
ES LA **SOSTENIBILIDAD**



Índice GRI

Bavaria S.A. ha elaborado el presente informe de conformidad con los Estándares GRI 2021, presentado la información citada en este índice de contenidos para el periodo comprendido entre el 1º de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022.

CONTENIDOS GENERALES	
CÓDIGO DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
2-1	DETALLES ORGANIZACIONALES
Bavaria & Cia S.C.A. Todas las sociedades son de participación accionaria 100% privada. En el caso de la fundación es una entidad sin ánimo de lucro administrada por privados. Bogotá D.C., Colombia.	
2-2	ENTIDADES INCLUIDAS EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD
Pág. 8 Se reporta la información consolidada de todas las sociedades que componen el grupo empresarial Bavaria. Ver informes financieros en: https://www.bavaria.co/informes-bavaria Ver informes de subsidiarias en: https://www.bavaria.co/accionistas/informes-subsidiarias-bavaria	
2-3	PERIODO OBJETO DEL INFORME, FRECUENCIA Y PUNTO DE CONTACTO.
Pág. 2 Se reportaron los resultados y gestión comprendidos entre el 1 de enero del 2022 y el 31 de diciembre del 2022.	
2-4	ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN
No se presentan correcciones a información presentada en el informe anterior.	
2-5	VERIFICACIÓN EXTERNA
Pág. 89 Se solicitó a EY la validación externa de una selección de indicadores no financieros que se detallan en los anexos.	
2-6	ACTIVIDADES, CADENA DE VALOR Y OTRAS RELACIONES COMERCIALES
a. Sector de bebidas. b. Pág. 16 c. No es aplicable. d. Ninguno.	
2-7	EMPLEADOS
a. Pág. 46 b. 1. Contrato a término fijo: Mujeres 103 Hombres 619 2. Contrato a término indefinido: Mujeres 957 Hombres 2834 3. No contamos con esa modalidad 4. Mujeres 1064 Hombres 3470 5. No contamos con esa modalidad a. La plantilla de empleados sale de los sistemas de estructura y nómina (Sharp, AS400) de la compañía. Una vez se realiza la extracción, el equipo de Zona en México se encarga de segmentarla y cargarla a Sharepoint donde el área de People puede acceder a descargar la información del país. b. Tenemos empleados contratados a término fijo debido a que la necesidad de producción de la operación así lo establece, ya que, tenemos temporadas pico y temporadas bajas, conforme a esto se van contratando el número de empleados temporales necesarios. c. El periodo presentó una fluctuación de 442 personas que corresponde a una dinámica normal de la organización.	
2-8	TRABAJADORES QUE NO SON EMPLEADOS
a, b y c. No hay información debido a que no se almacena esta data en nuestros sistemas de reporte.	

CÓDIGO DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN												
2-9	ESTRUCTURA DE GOBERNANZA Y COMPOSICIÓN												
a & b	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Alejandro Santodomingo Dávila</th> <th>Carlos Alejandro Pérez Dávila</th> <th>Cristian Tomás Samper</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Presidente de la Junta de Bavaria S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 22/03/2002 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria Gobierno/Política pública </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Presidente del directorio de Caracol Televisión S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 28/11/2016 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Gobierno/Política pública </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Director general Bezos Earth Fund • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 30/03/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Sostenibilidad Gobierno/Política pública </td> </tr> <tr> <th>Mauricio Cárdenas</th> <th>Carlos Eduardo Klutzenschell Lisboa</th> <th>Sergio Andrés Rincón Rincón</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Ex ministro de Hacienda y Crédito Público de Colombia • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Gestión de riesgos Legal Gobierno/Política pública </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • CEO Middle Americas AB Inbev • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 10/05/2019 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • CEO Bavaria • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria </td> </tr> </tbody> </table> <p>• Bavaria & Cia S.C.A (Cuenta con Junta Directiva, Comité de Auditoría, y Asamblea de Accionistas) • Cervecería Unión S.A. (Cuenta con Junta Directiva y Asamblea de Accionistas) • Cervecería del Valle S.A.S (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Sociedad Portuaria Bavaria S.A. (Cuenta con Junta Directiva y Asamblea de Accionistas) • Inversiones Nixa S.A. (Cuenta con Junta Directiva y Asamblea de Accionistas) • Industria Gráfica Latinoamérica S.A.S (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Impresora del Sur S.A.S. (En liquidación) (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Transportes Tev S.A.S (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Kopps Commercial S.A.S (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Inversiones AB-Inbev Colombia S.A.S (Cuenta con Asamblea de Accionistas) • Fundación Bavaria (Cuenta con Junta Directiva y Asamblea de Miembros)</p>	Alejandro Santodomingo Dávila	Carlos Alejandro Pérez Dávila	Cristian Tomás Samper	<ul style="list-style-type: none"> • Presidente de la Junta de Bavaria S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 22/03/2002 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Presidente del directorio de Caracol Televisión S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 28/11/2016 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Director general Bezos Earth Fund • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 30/03/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Sostenibilidad Gobierno/Política pública 	Mauricio Cárdenas	Carlos Eduardo Klutzenschell Lisboa	Sergio Andrés Rincón Rincón	<ul style="list-style-type: none"> • Ex ministro de Hacienda y Crédito Público de Colombia • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Gestión de riesgos Legal Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • CEO Middle Americas AB Inbev • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 10/05/2019 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria 	<ul style="list-style-type: none"> • CEO Bavaria • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria
Alejandro Santodomingo Dávila	Carlos Alejandro Pérez Dávila	Cristian Tomás Samper											
<ul style="list-style-type: none"> • Presidente de la Junta de Bavaria S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 22/03/2002 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Presidente del directorio de Caracol Televisión S.A. • Patrimonial • No Ejecutivo • Nombramiento 28/11/2016 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Director general Bezos Earth Fund • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 30/03/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Sostenibilidad Gobierno/Política pública 											
Mauricio Cárdenas	Carlos Eduardo Klutzenschell Lisboa	Sergio Andrés Rincón Rincón											
<ul style="list-style-type: none"> • Ex ministro de Hacienda y Crédito Público de Colombia • Independiente • No ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Gestión de riesgos Legal Gobierno/Política pública 	<ul style="list-style-type: none"> • CEO Middle Americas AB Inbev • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 10/05/2019 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria 	<ul style="list-style-type: none"> • CEO Bavaria • Patrimonial • Ejecutivo • Nombramiento 18/11/2022 • Hombre • Experiencia: Finanzas Estrategia Gestión de riesgos Industria 											
c	Sin información debido a que no se tiene reporte actualizado.												
2-10	DESIGNACIÓN Y SELECCIÓN DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO												
a. Para todas las Sociedades en virtud de lo contemplado por la normatividad legal vigente, los Representantes Legales son elegidos por la Junta Directiva de la sociedad. Por su parte los miembros de la Junta Directiva son elegidos por la Asamblea de accionistas. (En caso que la sociedad no cuente con Junta Directiva, serán elegidos por la asamblea de accionistas). b. Para la selección de los miembros de junta, se considera: 1) Competencias pertinentes para los impactos de la organización, 2) Consideraciones de los grupos de interés incluyendo inversionistas, 3) Diversidad de opiniones y de competencias.													
2-11	PRESIDENTE DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO												
a. El Presidente de la junta directiva es elegido en la misma reunión y es representante de los inversionistas. Para evitar conflictos de intereses, este órgano cuenta con miembros patrimoniales e independientes. b. Se elige por mayoría simple de los miembros de Junta o accionistas. Lo anterior, de conformidad con la legislación aplicable.													
2-12	FUNCIÓN DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO EN LA SUPERVISIÓN DE LA GESTIÓN DE LOS IMPACTOS												
a. Dirigir y controlar todos los negocios de la Sociedad. b. En general, aprobar la estrategia de negocios de la Sociedad y de las oportunidades de desarrollo estratégico. c. Se realiza la revisión constante tanto en reuniones internas periódicas como en los tiempos contemplados por los estatutos sociales de cada sociedad/fundación con el fin de revisar los procesos.													

CÓDIGO DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
2-13	DELEGACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD DE GESTIÓN DE LOS IMPACTOS
	<p>a. Como tal el máximo órgano de gobierno corporativo no delega estas tareas, será la administración de cada sociedad los responsables de gestionar todos los riesgos/impactos.</p> <p>b. El máximo órgano es informado de manera ordinaria en las 3 sesiones de Junta Directiva que se realizan al año y/o asambleas ordinarias (Informes de gestión, Comité de Auditoría, informes financieros) y de ser necesario en alguna extraordinaria.</p>
2-14	FUNCIÓN DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO EN LA PRESENTACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD
	<p>a. La Asamblea de accionista de cada sociedad revisa y aprueba informes de gestión, estados financieros, reportes de auditoría interna y externa, políticas y contratos específicos, que involucra todas las estrategias de la sociedad. La información base para la construcción de este informe se toma de los documentos anteriormente mencionados y adicionalmente el comité directivo aprueba la versión final del informe de sostenibilidad.</p> <p>b. La Junta Directiva de la compañía no realiza una revisión del informe de sostenibilidad, en su representación, antes de la diagramación del informe, el documento base es presentado a los vicepresidentes para su revisión y aprobación.</p>
2-15	CONFLICTOS DE INTERÉS
	<p>a. Acoger las disposiciones legales vigentes en la materia (Ley 222 de 1995) y los estatutos sociales.</p> <p>b. Se realizan los reportes respectivos y de igual manera se reportan operaciones con vinculados económicos.</p>
2-16	COMUNICACIÓN DE INQUIETUDES CRÍTICAS
	<p>a. En virtud del derecho de inspección, canal de atención a accionistas (atención.accionistas@ab-inbev.com) y en general el área legal/compliance es viable reportar dudas, solicitudes, requerimientos y toda clase de solicitudes, que de ser necesario por su trascendencia se reportan al máximo órgano.</p> <p>b. Sin información ya que no se sistematiza esa acción.</p>
2-17	CONOCIMIENTOS COLECTIVOS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO
	Se presenta el Business Update en cada Junta Directiva, informe de gestión en Junta Directiva y Asamblea donde se informan los asuntos en materia de sostenibilidad, así como aprobaciones de ser necesario.
2-18	EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO
	Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de junta directiva.
2-19	POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN
	Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los miembros de junta directiva.
2-20	PROCESO PARA DETERMINAR LA REMUNERACIÓN
	<p>a. La determinación de la remuneración está en el marco global de la compañía y responde al posicionamiento estratégico de acuerdo al benchmark del mercado, realizado por una firma externa para todas las operaciones de la zona.</p> <p>b. No se determinan las políticas de remuneración de acuerdo con los votos de los grupos de interés.</p>
2-21	RATIO DE COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL
	Información confidencial con el ánimo de salvaguardar la seguridad de los colaboradores.
2-22	DECLARACIÓN SOBRE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE
	Pag. 6
2-23	COMPROMISOS Y POLÍTICAS
	<p>Pág. 6</p> <p>Pág. 64</p> <p>Pág. 70</p>

CÓDIGO DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
2-24	INCORPORACIÓN DE COMPROMISOS Y POLÍTICAS
	Pág. 69
2-25	PROCESOS PARA REMEDIAR LOS IMPACTOS NEGATIVOS
	<p>a. Emplear los altos estándares de gobierno corporativos fijados por la ley y las buenas prácticas internas de la compañía.</p> <p>b. La Compañía tiene dispuesto un canal de atención a accionistas para atender y resolver sus PQR y atender sus solicitudes. Por su parte la Junta Directiva puede a través del RL o secretario filtrar sus inquietudes sobre la compañía.</p> <p>c. La compañía cuenta con distintas líneas de atención para, dependiendo el asunto, brindar respuesta a los requerimientos, solicitudes, tendientes a colaborar en la remediación de los impactos negativos que se presenten en las distintas líneas.</p> <p>d. En las sesiones (Juntas Directivas, Asambleas de accionistas) pueden plantear sus inquietudes y solicitudes a la compañía, referenciándoles el canal, el área y las personas que atenderán dicho asunto.</p> <p>e. La compañía brinda seguimiento interno a cada una de las solicitudes con el fin de dar eficacia a las mismas, proponiendo soluciones que atiendan satisfactoriamente al grupo de interés al que pertenece, atendiendo las disposiciones legales y en línea con las políticas y códigos de conducta de la compañía.</p>
2-26	MECANISMOS PARA SOLICITAR ASESORAMIENTO Y PLANTEAR INQUIETUDES
	En virtud del derecho de inspección, canal de atención a accionistas (atención.accionistas@ab-inbev.com) y en general el área legal/compliance es viable reportar dudas, solicitudes, requerimientos, peticiones y toda clase de solicitudes por parte de personas naturales, jurídicas o entidades privadas y/o estatales.
2-27	CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN Y LAS NORMATIVAS
	<p>a, b, c. Información no consolidada y confidencial por implicaciones legales.</p> <p>d. Por el valor de la multa, impacto en la reputación de la compañía y los efectos derivados de la misma.</p>
2-28	AFILIACIÓN A ASOCIACIONES
	Información confidencial por implicaciones de relacionamiento con grupos de interés.
2-29	ENFOQUE PARA LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS
	Pág. 22
2-30	CONVENIOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA
	<p>a. 100%, 26% por sindicatos y 74% por pactos colectivos.</p> <p>b. Las condiciones laborales se determinan entre las partes. Es decir, la organización y los sindicatos, y para aquellos que no están sindicalizados las determinan los representantes del pacto y la organización.</p>
3-1	PROCESO DE DETERMINACIÓN DE LOS TEMAS MATERIALES
	Pág. 22
3-2	LISTA DE TEMAS MATERIALES
	Pág. 22
3-3	LISTA DE TEMAS MATERIALES
	<p>Gestión del recurso hídrico (Pág. 40)</p> <p>Empaque sostenibles y gestión posconsumo (Pág. 35)</p> <p>Energía y emisiones (Pág. 28)</p> <p>Gestión del talento humano (Pág. 46)</p> <p>Desarrollo económico de tenderos (Pág. 66)</p> <p>Marketing responsable y consumo inteligente (Pág. 67)</p> <p>Relacionamiento y Desarrollo Comunitario (Pág. 63)</p> <p>Cambio climático (Pág. 28 2.1)</p> <p>Agricultura sostenible y uso del suelo (Pág. 42 2.4)</p> <p>Innovación y tecnología (Pág. 13 1.4.1)</p>

CONTENIDOS TEMÁTICOS

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN																												
201	DESEMPEÑO ECONÓMICO																													
201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Los informes de gestión se pueden consultar en: https://www.bavaria.co/ejercicios-antiguos																												
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.	Debido a las condiciones de variabilidad climática, el suministro local de azúcar fue bajo durante el año, por lo que debimos importar azúcar de otros países. Precio por kilogramo: COP 3,574.73; Impacto real en USD 2,527 mio; USD 8.3 millones en logística de adquisición de materias primas debido a cambios de rutas.																												
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SOCIEDAD</th> <th>EMPRESA</th> <th>EMPLEADO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Impreso</td> <td></td> <td>33,921,454</td> <td>12,668,246</td> </tr> <tr> <td>Indugral</td> <td></td> <td>813,428,115</td> <td>304,949,386</td> </tr> <tr> <td>Kopps</td> <td></td> <td>6,453,826,12</td> <td>2,698,199,979</td> </tr> <tr> <td>Valle</td> <td></td> <td>3,091,436,86</td> <td>1,245,102,932</td> </tr> <tr> <td>Unión</td> <td></td> <td>2,770,799,43</td> <td>1,113,482,761</td> </tr> <tr> <td>Bavaria</td> <td></td> <td>25,103,352,879</td> <td>10,316,072,461</td> </tr> </tbody> </table>		SOCIEDAD	EMPRESA	EMPLEADO	Impreso		33,921,454	12,668,246	Indugral		813,428,115	304,949,386	Kopps		6,453,826,12	2,698,199,979	Valle		3,091,436,86	1,245,102,932	Unión		2,770,799,43	1,113,482,761	Bavaria		25,103,352,879	10,316,072,461
	SOCIEDAD	EMPRESA	EMPLEADO																											
Impreso		33,921,454	12,668,246																											
Indugral		813,428,115	304,949,386																											
Kopps		6,453,826,12	2,698,199,979																											
Valle		3,091,436,86	1,245,102,932																											
Unión		2,770,799,43	1,113,482,761																											
Bavaria		25,103,352,879	10,316,072,461																											
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno.	Información confidencial.																												
202	PRESENCIA EN EL MERCADO																													
202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local.	105% (Se obtiene de dividir el salario más bajo que hay en todas las sociedades entre el salario mínimo legal vigente)																												
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local.	Colombia 44%																												
203	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 203-1																													
203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados.	No hay información.																												
203-2	Impactos económicos indirectos significativos.	Pág. 67																												
204	PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO																													
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	Sin información.																												
205	ANTICORRUPCIÓN																													
205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción.	Pág. 71																												
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	Pág. 71																												
205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas.	Pág. 72																												

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
206	COMPETENCIA DESLEAL	
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	Esta información se mantiene confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de la compañía.
207	FISCALIDAD	
207-1	Enfoque fiscal.	5.1 billones COP pagados en impuestos.
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos.	El nivel ejecutivo encargado del cumplimiento de la estrategia fiscal de la compañía es la Dirección de Control & Taxes. La administración de la compañía se encarga de autorizar y avalar el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias de la compañía.
207-3	Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal.	Información confidencial con ánimo de salvaguardar la integridad de los grupos de interés.
207-4	Presentación de informes país por país.	No presentamos este reporte en Colombia. Los reportes CbC deben presentarse básicamente donde se encuentre el domicilio de la "última casa matriz", por lo cual el reporte es presentado en Bélgica.
301	MATERIALES	
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	Sin información específica de este indicador.
301-2	Insumos reciclados utilizados.	Pág. 35
301-3	Productos y materiales de envasado recuperados.	Pág. 35
302	ENERGÍA	
302-1	Consumo de energía dentro de la organización.	No aplica el consumo energético por venta de electricidad, calefacción, refrigeración y/o vapor vendido.
302-2	Consumo de energía fuera de la organización.	Sin información.
302-3	Intensidad energética.	Pág. 32
302-4	Reducción del consumo energético.	Pág. 32
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	Sin información.
303	AGUA Y EFLUENTES	
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido.	Pág. 38
303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua.	Pág. 38

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
303-3	Extracción de agua.	Pág. 38 No se realiza captación de agua en zonas de estrés hídrico ni de cuerpos de agua subterráneos.
303-4	Vertido de agua.	Pág. 38 No se realizan vertimientos en zonas de estrés hídrico ni cuerpos de agua subterráneos.
303-5	Consumo de agua.	Pág. 38
304	BIODIVERSIDAD	
304-1	Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	No hay sitios operacionales ubicados dentro o junto a áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad.
304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad.	Pág. 40
304-3	Hábitats protegidos o restaurados.	Pág. 40
304-4	Especies que aparecen en las Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	Sin información detallada de este indicador.
305	EMISIONES	
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	Los gases de efecto invernadero reportados corresponden a CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ y NF ₃ expresados como CO ₂ equivalente. El reporte de los alcances 1 y 2, corresponde a las operaciones de plantas y verticalizadas. Se excluyen en el cálculo, los centros de distribución, ventas y sede administrativa. Pág. 29
305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2).	El reporte de los alcances 1 y 2, corresponde a las operaciones de plantas y verticalizadas. Se excluyen en el cálculo, los centros de distribución, ventas y sede administrativa. Pág. 29
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	Los gases de efecto invernadero reportados corresponden a CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ y NF ₃ expresados como CO ₂ equivalente. Pág. 29
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI.	Los gases de efecto invernadero reportados corresponden a CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ y NF ₃ expresados como CO ₂ equivalente. Pág. 29
305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	Pág. 29
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS).	Sin información específica sobre este indicador en los sistemas de la compañía.
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire.	Sin información específica sobre este indicador en los sistemas de la compañía.
306	RESIDUOS	

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN																																																												
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos.	Pág. 37																																																												
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos.	Pág. 35 Pág. 37																																																												
306-3	Residuos generados.	Pág. 37																																																												
306-4	Residuos no destinados a eliminación.	Pág. 37																																																												
306-5	Residuos destinados a eliminación.	Pág. 37																																																												
308	EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES																																																													
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de acuerdo con criterios ambientales.	Sin información de nuevos proveedores relacionados con este indicador pero la compañía cuenta con una Política de Abastecimiento Responsable.																																																												
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	Sin información.																																																												
401	EMPLEO																																																													
401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>GÉNERO</th> <th>MUJERES</th> <th>HOMBRES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bajas</td> <td>139</td> <td>237</td> </tr> <tr> <td>HC</td> <td>12828</td> <td>37711</td> </tr> <tr> <td>HC Prom</td> <td>994</td> <td>2935</td> </tr> <tr> <td>Rotación</td> <td>13.99%</td> <td>8.07%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>EDAD</th> <th><30 AÑOS</th> <th>30-50 AÑOS</th> <th>>50 AÑOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bajas</td> <td>153</td> <td>208</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>HC</td> <td>12104</td> <td>31029</td> <td>7406</td> </tr> <tr> <td>HC Prom</td> <td>957</td> <td>2401.5</td> <td>570</td> </tr> <tr> <td>Rotación</td> <td>15.99%</td> <td>8.66%</td> <td>2.63%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>REGIÓN</th> <th>ANDES</th> <th>CENTRO</th> <th>NORTE</th> <th>SUR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bajas</td> <td>38</td> <td>258</td> <td>39</td> <td>41</td> </tr> <tr> <td>HC</td> <td>7087</td> <td>29252</td> <td>6855</td> <td>7345</td> </tr> <tr> <td>HC Prom</td> <td>557</td> <td>2271</td> <td>533</td> <td>567.5</td> </tr> <tr> <td>Rotación</td> <td>6.82%</td> <td>11.36%</td> <td>7.32%</td> <td>7.22%</td> </tr> </tbody> </table>	GÉNERO	MUJERES	HOMBRES	Bajas	139	237	HC	12828	37711	HC Prom	994	2935	Rotación	13.99%	8.07%	EDAD	<30 AÑOS	30-50 AÑOS	>50 AÑOS	Bajas	153	208	15	HC	12104	31029	7406	HC Prom	957	2401.5	570	Rotación	15.99%	8.66%	2.63%	REGIÓN	ANDES	CENTRO	NORTE	SUR	Bajas	38	258	39	41	HC	7087	29252	6855	7345	HC Prom	557	2271	533	567.5	Rotación	6.82%	11.36%	7.32%	7.22%
GÉNERO	MUJERES	HOMBRES																																																												
Bajas	139	237																																																												
HC	12828	37711																																																												
HC Prom	994	2935																																																												
Rotación	13.99%	8.07%																																																												
EDAD	<30 AÑOS	30-50 AÑOS	>50 AÑOS																																																											
Bajas	153	208	15																																																											
HC	12104	31029	7406																																																											
HC Prom	957	2401.5	570																																																											
Rotación	15.99%	8.66%	2.63%																																																											
REGIÓN	ANDES	CENTRO	NORTE	SUR																																																										
Bajas	38	258	39	41																																																										
HC	7087	29252	6855	7345																																																										
HC Prom	557	2271	533	567.5																																																										
Rotación	6.82%	11.36%	7.32%	7.22%																																																										
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporal.	Pág. 51																																																												
401-3	Permiso parental.	Pág. 52																																																												
402	RELACIONES TRABAJADOR - EMPRESA																																																													
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	La compañía no cuenta con una política asociada a este ítem.																																																												

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN																
403	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO																	
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	Pág. 57																
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	Pág. 57																
403-3	Servicios de salud en el trabajo.	Pág. 57																
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.	Pág. 57																
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	Pág. 57																
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores.	Pág. 57																
403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales.	Sin información específica sobre este indicador.																
403-8	Cobertura del Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	Pág. 57																
403-9	Lesiones por accidente laboral.	Pág. 57 Información confidencial para los literales a.i, c y d por ser información personal de los empleados y relacionado con asuntos laborales que deben ser tratados con reserva. Para el cálculo de los índices se tuvo presente la cantidad de personal directo y tercerizado. Los índices están siendo calculados mediante la constante de 100 de acuerdo con la normatividad colombiana, por lo que no aplica el literal e.																
403-10	Las dolencias y enfermedades laborales.	Información confidencial por ser datos personales de los empleados.																
404	FORMACIÓN Y EDUCACIÓN																	
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado.	Pág. 47 <table border="1"> <thead> <tr> <th>ETIQUETAS DE FILA</th> <th>SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO</th> <th>NÚMERO DE EMPLEADOS</th> <th>PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mujeres</td> <td>77664</td> <td>982</td> <td>79.09</td> </tr> <tr> <td>Hombres</td> <td>250,450</td> <td>3,067</td> <td>81.66</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>328,114</td> <td>4,049</td> <td>81.04</td> </tr> </tbody> </table>	ETIQUETAS DE FILA	SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO	Mujeres	77664	982	79.09	Hombres	250,450	3,067	81.66	TOTAL	328,114	4,049	81.04
ETIQUETAS DE FILA	SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO															
Mujeres	77664	982	79.09															
Hombres	250,450	3,067	81.66															
TOTAL	328,114	4,049	81.04															

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN																						
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>ETIQUETAS DE FILA</th> <th>SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO</th> <th>NÚMERO DE EMPLEADOS</th> <th>PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Administrativo</td> <td>130,970</td> <td>1,524</td> <td>85.94</td> </tr> <tr> <td>Directivos</td> <td>6,866</td> <td>75</td> <td>91.55</td> </tr> <tr> <td>Operativo</td> <td>190,278</td> <td>2,450</td> <td>77.66</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>328,114</td> <td>4,049</td> <td>81.04</td> </tr> </tbody> </table> <p>Se toma como base los 4.049 empleados dentro de los cuales no se incluyen practicantes, aprendices, UNB y personas que dentro de su rol hacen parte de sociedades que, por normativa interna, no se tienen en cuenta dentro de la población de Bavaria.</p>	ETIQUETAS DE FILA	SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO	Administrativo	130,970	1,524	85.94	Directivos	6,866	75	91.55	Operativo	190,278	2,450	77.66	TOTAL	328,114	4,049	81.04		
ETIQUETAS DE FILA	SUMA DE HORAS ENTRENAMIENTO	NÚMERO DE EMPLEADOS	PROMEDIO HORAS ENTRENAMIENTO																					
Administrativo	130,970	1,524	85.94																					
Directivos	6,866	75	91.55																					
Operativo	190,278	2,450	77.66																					
TOTAL	328,114	4,049	81.04																					
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición.	Pág. 47																						
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>GÉNERO</th> <th>MUJERES</th> <th>HOMBRES</th> <th>TOTAL GENERAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Administrativos</td> <td>38%</td> <td>62%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Directivos</td> <td>25%</td> <td>75%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Total general</td> <td>38%</td> <td>62%</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>TOTAL HC</th> <th>TOTAL EMPLEADOS EVALUADOS</th> <th>% EMPLEADOS EVALUADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6117</td> <td>1517</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table> <p>*Valor de Total HC incluye practicantes, aprendices y UNB. Teniendo en cuenta que las evaluaciones se realizan en el mes de junio, dicha data es tomada iniciando junio del 2021 y terminando junio del 2022.</p>	GÉNERO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL GENERAL	Administrativos	38%	62%	100%	Directivos	25%	75%	100%	Total general	38%	62%	100%	TOTAL HC	TOTAL EMPLEADOS EVALUADOS	% EMPLEADOS EVALUADOS	6117	1517	25%
GÉNERO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL GENERAL																					
Administrativos	38%	62%	100%																					
Directivos	25%	75%	100%																					
Total general	38%	62%	100%																					
TOTAL HC	TOTAL EMPLEADOS EVALUADOS	% EMPLEADOS EVALUADOS																						
6117	1517	25%																						
405	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES																							
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados.	<p>Literal a:</p> <p>En Bavaria el máximo órgano de gobierno interno está compuesto de 9 personas dentro de las cuales se encuentra el presidente y los vicepresidentes.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>HOMBRES</th> <th>MUJERES</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presidente y Vice Presidentes</td> <td>56%</td> <td>44%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>>50 años</td> <td>100%</td> <td>0%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Entre 30 y 50 años</td> <td>50%</td> <td>50%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	Presidente y Vice Presidentes	56%	44%		>50 años	100%	0%	100%	Entre 30 y 50 años	50%	50%							
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL																					
Presidente y Vice Presidentes	56%	44%																						
>50 años	100%	0%	100%																					
Entre 30 y 50 años	50%	50%																						

CÓDIGO DEL INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	DATO O UBICACIÓN
		<p>Para bebidas embriagantes: Contenido de alcohol superior a 0,5% e inferior a 2,5% en volumen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluir el mensaje "Este producto es nocivo para la salud de los niños y de las mujeres embarazadas". • Incluir el mensaje "Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad". • Nombre y marca del producto. • Fabricante. • Registro sanitario invima. • Contenido de alcohol. • Contenido volumétrico. • Industria colombiana. • Instrucciones de conservación y uso para envases PET. • Ingredientes. • Líneas de atención al cliente. • Información de vencimiento de multiempaques. • Sellos de responsabilidad social. Cada marca puede proponer si usa los 3 logos (Mayores de edad, No apto para mujeres embarazadas, No beber y conducir) o sólo uno de ellos. • Logo de reciclaje. • Código de barras (EAN). • Trabajar siempre sobre el último plano mecánico definido. <hr/> <p>Para bebidas bajo contenido alcohólico: Contenido alcohólico por debajo de 0,5% en volumen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluir el mensaje "No se recomienda para mujeres embarazadas y mejores de edad". • Nombre y marca del producto. • Fabricante. • Registro sanitario invima. • Contenido de alcohol (Si lo tiene). • Contenido volumétrico. • Industria colombiana. • Instrucciones de conservación y uso para envases PET. • Ingredientes. • Líneas de atención al cliente. • Información de vencimiento de multiempaques.
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.	Información es confidencial con el ánimo de salvaguardar la integridad de las marcas de la compañía.
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	Información es confidencial con el ánimo de salvaguardar la integridad de las marcas de la compañía.
418	PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	No se presentó ningún incidente.



**Building a better
working world**

Señores
Fundación Bavaria
Bavaria & Cia SCA

AS-5702-23
5 de mayo de 2023

Informe de Verificación de Contador Independiente

A la Gerencia de Fundación Bavaria y Bavaria & Cia SCA

1. Alcance

Hemos sido contratados por **Fundación Bavaria** (en lo sucesivo “**Bavaria**” o “**la Compañía**”), para desarrollar un compromiso de verificación limitada, según lo definido por las Normas de Aseguramiento de Información aceptadas en Colombia (en lo sucesivo “**el Compromiso**”), para reportar sobre la información de sostenibilidad identificada (el “**Asunto Objeto**”) que se detalla en el **Anexo 1** y que se encuentra contenida en el **Informe de Sostenibilidad** de Bavaria (el “**Reporte**”) para el periodo comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre de 2022.

2. Criterio aplicado por Bavaria

En la preparación de la información de sostenibilidad identificada, que se detalla en el Anexo 1, **Bavaria** aplicó los criterios de los Estándares GRI *Global Reporting Initiative* de acuerdo con la conformidad auto declarada por la Compañía y criterios propios (los Criterios) incluidos en el Anexo 2 de este Informe.

3. Responsabilidades de Bavaria

La Gerencia de **Bavaria** es responsable por seleccionar los **Criterios** y presentar la información de sostenibilidad identificada de acuerdo con estos **Criterios**, en todos los aspectos materiales. Esta responsabilidad incluye establecer y mantener los controles internos, el mantenimiento adecuado de los registros y la realización de estimaciones que son relevantes para la preparación del **Asunto Objeto**, de forma que esté libre de errores materiales, ya sea por fraude o por error.

4. Responsabilidades de EY

Nuestra responsabilidad es la de expresar una conclusión sobre la presentación del **Asunto Objeto** basados en la evidencia que hemos obtenido.

Ernst & Young Audit S.A.S.
Bogotá D.C.
Carrera 11 No 98 - 07
Edificio Pijao Green Office
Tercer Piso
Tel: +57 (601) 484 7000

Ernst & Young Audit S.A.S.
Medellín – Antioquia
Carrera 43A No. 3 Sur-130
Edificio Milla de Oro
Torre 1 – Piso 14
Tel: +57 (604) 369 8400

Ernst & Young Audit S.A.S.
Cali – Valle del Cauca
Avenida 4 Norte No. 6N – 61
Edificio Siglo XXI
Oficina 502
Tel: +57 (602) 485 6280

Ernst & Young Audit S.A.S.
Barranquilla - Atlántico
Calle 77B No 59 – 61
Edificio Centro Empresarial
Las Américas II Oficina 311
Tel: +57 (605) 385 2201

Hemos llevado a cabo nuestro compromiso de acuerdo con Normas Internacionales sobre Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Histórica (ISAE 3000) y los términos y condiciones para este compromiso acordado con **Bavaria** el 15 de marzo de 2023. Dichas normas requieren que planifiquemos y ejecutemos nuestro trabajo para obtener una seguridad limitada sobre si, en todos los aspectos materiales, el **Asunto Objeto** es presentado de acuerdo con **los Criterios**, y para emitir un informe. La naturaleza, oportunidad y extensión de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluida la evaluación del riesgo de que se produzcan incorrecciones materiales, ya sea por fraude o por error.

Consideramos que la evidencia obtenida es suficiente y adecuada para fundamentar nuestras conclusiones de verificación limitada.

5. Nuestra Independencia y Control de Calidad

Hemos mantenido nuestra independencia y confirmamos que cumplimos con los requisitos del Manual del Código de Ética para profesionales de la contabilidad emitido por el *International Ethics Standards Board for Accountants*, y tenemos las competencias requeridas y experiencia para llevar a cabo este trabajo de verificación.

EY también aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1, *Quality Control for Firms that Perform Audits and Reviews of Financial Statements, and Other Assurance and Related Services Engagements*, y en consecuencia mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados sobre el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

6. Descripción de los Procedimientos Realizados

Los procedimientos realizados en un trabajo de verificación limitada varían en naturaleza y oportunidad y son menos extensos que para un trabajo de aseguramiento razonable. En consecuencia, el nivel de seguridad obtenido en un trabajo de verificación limitada es sustancialmente más bajo que el aseguramiento que se habría obtenido si se hubiera realizado un trabajo de aseguramiento razonable. Como tal, nuestra revisión no garantiza que nos hayamos dado cuenta de todos los asuntos materiales que se revelarían en un compromiso razonable.

Nuestros procedimientos fueron diseñados para obtener un nivel limitado de seguridad en el que fundamentar nuestra conclusión y no proporcionan toda la evidencia que se requeriría para proporcionar un nivel aseguramiento razonable.

Nuestro alcance de verificación no ha sido diseñado para ofrecer aseguramiento sobre los controles internos. Nuestros procedimientos no incluyeron pruebas de controles ni la ejecución de procedimientos relativos a la revisión agregada o el cálculo de los datos en los sistemas de información.

Un compromiso de verificación limitado consiste en la realización de consultas, principalmente a las personas responsables de la preparación de la información de sostenibilidad identificada que se detalla en el Anexo 1 y en la aplicación de procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados.

Nuestros procedimientos de aseguramiento limitado incluyeron, pero no se limitaron a:

- a. Realizar entrevistas con el personal de la **Compañía** para comprender el negocio y el proceso de preparación del **Reporte**.
- b. Realizar entrevistas con los responsables del **Reporte** para comprender el proceso de recopilación, consolidación y presentación la información del **Asunto Objeto**.
- c. Comprobar que los criterios de cálculo se han aplicado correctamente de acuerdo con las metodologías descritas en los **Criterios**.
- d. Llevar a cabo procedimientos de revisión analítica para respaldar la razonabilidad de los datos.
- e. Identificar y verificar los supuestos que respaldan los cálculos.
- f. Probar, con base en muestreo, la información fuente para verificar la precisión de los datos
- g. Comparar los contenidos presentados en el **Reporte** con lo establecido en la opción de conformidad auto declarada por la Compañía de acuerdo con los requerimientos de conformidad del Estándar GRI 1.

También hemos ejecutado otros procedimientos que hemos considerado necesarios dadas las circunstancias.

7. Limitaciones de Nuestro Compromiso de Aseguramiento

Nuestro compromiso de verificación se limitó al **Asunto Objeto** contenido en el **Reporte** para el periodo comprendido entre el 01 de enero y 31 de diciembre de 2022, no contempla información de años anteriores incluida en el **Reporte**, ni relacionada con proyecciones o metas futuras.

Tampoco pretendió determinar si las herramientas tecnológicas utilizadas para el desarrollo del **Reporte** son las más adecuadas y/o eficientes.

8. Conclusión

Basados en nuestros procedimientos y la evidencia obtenida, no tenemos conocimiento de ninguna modificación material que deba realizarse a la información de sostenibilidad identificada del **Reporte** para el periodo comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre de 2022, y que se detalla en el **Anexo 1** de este Informe, para que esté de acuerdo con lo establecido en los **Criterios**.

9. Uso del Presente Informe de Verificación

Este informe está destinado exclusivamente a la información y al uso de **Bavaria** y no está destinado a ser utilizado, ni debe serlo, por nadie más que esas partes especificadas.

Nuestra responsabilidad, al realizar las actividades de verificación, es únicamente con la Gerencia de **la Compañía**, por lo tanto, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad respecto de cualquier otro propósito o frente a cualquier otra persona u organización.

10. Otra Información

La notificación al Global Reporting Initiative (GRI) sobre la publicación del Reporte, siguiendo los lineamientos del estándar GRI 1: Fundamentos, Requerimiento de conformidad 9: Notificar GRI (la organización debe notificar a GRI la utilización de los estándares GRI y su declaración de uso, enviando un correo electrónico a reportregistation@globalreporting.org), es responsabilidad de la Compañía y nos han manifestado que se hará dentro de los 5 días hábiles siguientes a la emisión de esta conclusión.

Cordialmente,

Patricia Mendoza
Assurance Associate Partner
Ernst & Young Audit S.A.S.

ANEXO 1

Asunto Objeto

La información de sostenibilidad identificada (el “Asunto Objeto”) en el alcance de este Informe e incluida en el Reporte emitido por Bavaria en su página web¹ se presenta en la siguiente tabla²:

Tema Material	Contenido	Nombre del Indicador
Gestión del recurso Hídrico	303-3	Extracción de agua
	303-4	Vertido de agua
	Propio	Consumo por hectolitro
	Propio	Hectáreas protegidas en cuencas abastecedoras
Empaque sostenibles y gestión posconsumo	301-3	Productos y materiales de envasado recuperados
	301-2	Insumos reciclados utilizados
Energía y emisiones	302-1	Consumo de energía dentro de la organización
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)
	305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)
Gestión del Talento Humano	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados
Marketing responsable y consumo inteligente	Propio	Inversión en campañas para el consumo responsable
Agricultura sostenible y uso del suelo	Propio	Agricultores impactados
Cambio climático	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI
Innovación y tecnología	Propio	Porcentaje de ingresos por innovaciones.
	Propio	Número de innovaciones en producto
Desarrollo económico de tenderos	Propio	Incremento en ingresos frente a su línea base de participantes del programa de Emprendedores
Salud y seguridad en el trabajo	403-9	Lesiones por accidente laboral

¹ El mantenimiento e integridad del sitio web de **La Compañía** (<https://www.bavaria.co>), repositorio del Reporte, es responsabilidad de la Administración de **Bavaria**. El trabajo llevado a cabo por EY no incluye la consideración de estas actividades y, por lo tanto, EY no acepta responsabilidad alguna por cualquier diferencia entre la información presentada en dicho sitio web y el **Asunto Objeto** contenido en el Reporte sobre el que se efectuó el Compromiso y se emitió la conclusión.

² Aparte de lo descrito en la tabla, que establece el alcance de nuestro trabajo, no aplicamos procedimientos de aseguramiento sobre la información restante incluida en el Informe y, en consecuencia, no expresamos una conclusión sobre dicha información.

ANEXO 2

1. Criterios de los Contenidos GRI

Los criterios de aseguramiento que son los aplicables al **Asunto Objeto** y a la declaración de presentación en conformidad auto declarada, están definidos con base en lo establecido en el documento **GRI 1_ Fundamentos 2022** y sus contenidos temáticos disponibles en la página [GRI - GRI Standards Spanish Translations \(globalreporting.org\)](https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-spanish-translations)

2. Criterios de los Indicadores Propios

A continuación, se detallan los criterios de aseguramiento que son aplicables a los indicadores propios, objetos de aseguramiento limitado, los cuales se encuentran relacionados en este Informe con la finalidad de que estén disponibles para los grupos de interés.

Estos criterios de evaluación forman parte integral de nuestro informe de aseguramiento limitado del contador independiente.

Indicador	Criterio
PROPIO: Hectáreas protegidas en cuencas abastecedoras	<p>Descripción: El indicador mide el número total de hectáreas protegidas por medio del programa Mi Páramo. Esta protección puede surgir a partir de tres diferentes iniciativas: conservación, restauración y apoyo a la producción sostenible en los páramos de Santurbán (Santander y Norte de Santander) y Guerrero (Cundinamarca).</p> <p>Fórmula: Sumatoria total de hectáreas por cada páramo: Santurbán y Guerrero.</p> <p>Definición de variables:</p> <p>Indicador del total de hectáreas protegidas suma el total de hectáreas que cuentan con alguna de las tres actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservación de ecosistemas estratégicos para mantener el funcionamiento ecosistémico. • Restauración de ecosistemas intervenidos para mejorar y recuperar su funcionamiento ecosistémico. • Apoyo a la producción sostenible: apoyo a la implementación de mejores prácticas de producción agropecuarias con familias de la comunidad local altoandina.

Indicador	Criterio
<p>PROPIO: Consumo por hectolitro</p>	<p>Descripción: Hectolitros de agua utilizados para producir un hectolitro normalizado de producto - cervecera.</p> <p>Fórmula:</p> <p>Consumo por hectolitro = Consumo de agua (m3) x 10 (hL/m3) / (1000 x khL normalizados).</p> <p>Componentes de la fórmula:</p> <p>Variable de numerador - consumo de agua está compuesta por:</p> <p>Utilización de aguas subterráneas - Fábrica de cerveza (WA21a) - Unidad de medida: m3 Utilización de aguas municipales - Fábrica de cerveza (WA21b) - Unidad de medida: m3 Utilización de aguas pluviales - Fábrica de cerveza (WA21d) - Unidad de medida: m3 Utilización de aguas superficiales - Fábrica de cerveza (WA21c) - Unidad de medida: m3 Vapor importado (WX99y) - Unidad de medida: toneladas Agua exportada a terceros - Unidad de medida: hl Agua exportada a grandes proyectos - Unidad de medida: m3 Efluente exportado a terceros - Unidad de medida: m3</p> <p>Variable denominador, está compuesta por:</p> <p>Hectolitro normalizado - Unidad de medida: khLN</p>
<p>PROPIO: Inversión en campañas para el consumo responsable</p>	<p>Descripción:</p> <p>AB-INBEV como empresa cervecera líder en el mundo, está comprometida con la promoción del consumo responsable de alcohol. Para alcanzar estos objetivos, Bavaria se compromete en invertir un mínimo del 5% de su presupuesto anual de medios en campañas de "Un Mundo Mejor" y campañas que busquen el consumo responsable de alcohol en los consumidores.</p> <p>Dentro de los costos se puede incluir todos los gastos referentes a las campañas de consumo responsable y un Mundo Mejor como: costos de producción, de agencias de publicidad, gastos de representación, entre otros.</p> <p>El indicador mide el total de la inversión económica para la ejecución de campañas de comunicación y programas que buscan influenciar los comportamientos de las personas y reducir el uso abusivo de bebidas alcohólicas y campañas de un Mundo Mejor.</p> <p>Metodología de cálculo: El cálculo está determinado por la suma de los recursos económicos que se destinan para la ejecución de campañas de comunicación y programas que buscan influenciar los comportamientos de las personas y reducir el uso abusivo de bebidas alcohólicas.</p>

Indicador	Criterio
PROPIO: Agricultores impactados	<p>Descripción: El indicador mide el número de agricultores con los que se tiene compra directa de cebada maltera.</p> <p>Para el cálculo se identifican los agricultores que reciben: asistencia técnica, semilla certificada a costo subsidiado, programas sociales, prestamos de maquinaria a costo subsidiado, entre otros beneficios.</p> <p>Fórmula y variables: El total del número de agricultores está determinado por la sumatoria de agricultores que hicieron parte del programa Siembra Bavaria en 2022</p> <p>Unidad de medida: Número de agricultores</p>
PROPIO: Número de innovaciones en producto	<p>Descripción: Este indicador corresponde a las nuevas innovaciones de productos lanzadas al mercado en el 2022.</p> <p>Metodología: Estas innovaciones pasan por un proceso de planeación, pruebas y comités de evaluación del área de innovaciones hasta tener aprobación para lanzarse al mercado</p> <p>Definición de las variables: El indicador Busca mostrar cuáles fueron las nuevas innovaciones de productos lanzadas al mercado en el 2022.</p>
PROPIO: Porcentaje de ingresos por innovaciones.	<p>Descripción: Este indicador corresponde al porcentaje de ingresos en el año 2022 correspondiente a la venta de los productos considerados como innovaciones en los últimos cinco años (2018, 2019, 2020, 2021 & 2022) con relación a las ventas totales del año.</p> <p>Metodología de cálculo: Se suman los ingresos generados por las ventas en el 2022 de cada una de las innovaciones lanzadas en los últimos cinco años, se divide entre el total de ingresos por ventas de performance a terceros en el año (excluyendo ventas en Marketplace, TaDá Delivery, Operaciones verticalizadas y ventas entre sociedades) y se multiplica por 100.</p> <p>Fórmula: $(\text{ingresos por ventas en 2022 de innovaciones de últimos 5 años} / \text{total de ventas 2022 de performance a terceros}) * 100$</p> <p>Unidad de medida: Porcentaje</p> <p>Definición de variables: el indicador quiere expresar el porcentaje de ingresos que generan las innovaciones en el mercado por año.</p>



**Building a better
working world**

Indicador	Criterio
PROPIO: Incremento en ingresos frente a su línea base de participantes del programa de Emprendedores	<p data-bbox="446 451 1435 577">Descripción: El indicador mide la variación en ingresos de las participantes del programa emprendedoras. Se mide por medio de una evaluación de impacto, usando una metodología de diferencias en diferencias, para poder encontrar los efectos atribuibles a la intervención realizada por el programa de emprendedoras.</p> <p data-bbox="446 598 1435 745">Para realizar la evaluación de impacto se controla por efectos de crecimiento de contexto económico y variables exógenas, y se realiza un diseño de tal forma que la única diferencia entre el grupo de control y el grupo tratado es el tratamiento (programa emprendedoras). Lo anterior, permite atribuir la diferencia en la variación de ingresos entre el grupo tratado y el grupo de control directamente al programa.</p> <p data-bbox="446 766 1435 1060">Metodología de cálculo: Para medir el indicador se realizaron pareos por diferentes métodos de propensity score matching (PSM), teniendo como principal variable de interés el crecimiento de los ingresos para poder observar variaciones e impactos causales, comparando el grupo tratado y el grupo de control. El grupo de control se definió con información de la base país de Bavaria, frente a la cual se hizo un pareo para encontrar negocios similares a los que participaron en el programa, comparando por la variable de ventas que tiene Bavaria sobre todos sus negocios a nivel mensual, como variable aproximada del nivel y la tendencia de los ingresos de la tienda. Esto se complementó con otras variables como el estrato y el tipo de establecimiento, si la mujer está en el RUV, entre otras.</p> <p data-bbox="446 1081 1435 1270">Los métodos usados fueron Nearest neighbors, Simple, Mahalanobis, y Kernel. La periodicidad de la medición fue de 3 meses después de la intervención y se usó una metodología de diferencias en diferencias para medir el efecto sobre la variable dependiente Y (ingresos), de un tratamiento, en un determinado período en el tiempo. Dado que la selección fue aleatoria y se aseguró que los negocios tuvieran características similares en el tiempo.</p> <p data-bbox="446 1291 1435 1320">Unidad de medida: Porcentaje</p>