

BAVARIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2021

Ambiente - Sociedad - Gobierno



Marcel Martins Regis
Presidente

Samira Fadul Solano
Vicepresidente Legal y de Asuntos Corporativos

Alejandra Escobar Bravo
Directora de Sostenibilidad y Fundación Bavaria

Alicia Lozano Vila
Gerente de Sostenibilidad

María José Molina Zambrano
Líder de Sostenibilidad Fundación Bavaria

Juanita Sierra Gómez
Líder de Sostenibilidad Fundación Bavaria

Diseño y diagramación:
Andrea Jiménez Guerrero

Contacto en caso de alguna duda:
maria.molina@ab-inbev.com

Para más información, consulta:
www.bavaria.co

Twitter: @BAVARIA_OFICIAL
Facebook: Bavaria
Instagram: @bavaria_colombia
LinkedIn: Bavaria - Colombia
YouTube: Bavaria Oficial

Bavaria S.A.
Carrera 53A # 127-35
Bogotá D.C. Marzo de 202





INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2021

Ambiente - Sociedad - Gobierno





Informe de Desarrollo Sostenible 2021

Este informe cubre la gestión del año 2021 (1° de enero a 31 de diciembre) para las operaciones de Bavaria S.A, y constituye la Comunicación de Progreso (CoP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

CONTENIDO

08 NUESTRO ADN

- Carta Marcel Regis
- Nuestra Historia
- Sociedad Bavaria
- Junta Directiva Bavaria & CIA S.C.A
- Hitos del 2021
- Portafolio
- Innovaciones
- Nuestros Pilares
- Nuestros Principios
- Modelo de Sostenibilidad con enfoque ODS
- Nuestras apuestas de Sostenibilidad
- Ciclo de vida de la cerveza y su impacto en los ODS
- Análisis de Materialidad
- Comité externo de sostenibilidad
- Reconocimientos y premios

30 AMBIENTAL

- Energía renovable y acción climática
- Empaque Circular
- Agricultura
- Consumo eficiente del Agua
- Protección del Agua

50 SOCIAL

- Emprendimiento
- Consumo responsable
- Obras por impuestos
- Cultura #BeerOffice
- Programas de talento
- Programas de desarrollo
- Beneficios para nuestra gente
- Seguridad y salud en el trabajo
- Salud ocupacional
- Organizaciones y representantes de los empleados

80 GOBIERNO

- Ética y cumplimiento



NUESTRO ADN





CARTA

Marcel Regis

Presidente Bavaria

2021 fue un año transformador, en el que nos enfocamos en ofrecer nuevas opciones para nuestros consumidores y en tener un impacto más significativo en nuestras comunidades.

Nuestra ambición de crecimiento de la industria se complementa con nuestra intención de trabajar por un futuro sostenible e inclusivo. A finales de este año, revisamos nuestro propósito como compañía donde buscamos apalancar no solo nuestros logros sino también los retos que vienen tras esta nueva etapa de reactivación económica. Tras esta revisión, adoptamos un nuevo propósito global: soñamos en grande por un futuro con más motivos para brindar. Se trata de adoptar un mayor sentido de liderazgo para fortalecer el concepto de prosperidad compartida y la creación de valor a largo plazo.

Cuando soñamos en grande por un futuro con más motivos para brindar, imaginamos un futuro más sostenible, innovador, e inclusivo, a partir de ingredientes naturales y con impacto local. Siempre comprometidos con los principios del Pacto Global y determinados a seguir contribuyendo a

la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Esto se vio reflejado en la materialización de una parte importante de nuestro propósito de transformar a Colombia: impactar positivamente la vida de 10 millones de personas. A través de un modelo 360, atendimos nuestros tres frentes de acción: ambiente, sociedad y gobierno, todo esto de la mano de nuestros colaboradores, proveedores y aliados estratégicos que aportaron desde diferentes orillas para lograr este gran hito.

Este año buscamos migrar hacia un modelo ESG (environment, social and governance), adaptándonos a las tendencias y estándares globales en materia sostenibilidad y siguiendo los principios de rendición de cuentas no solo a nuestros accionistas y directores, sino a todas nuestras partes interesadas, comunidades,

NUESTRO SUEÑO DE Impactar a 10,000 personas SE CUMPLIÓ

sociedad civil, clientes, consumidores, proveedores, entre otros. A lo largo de este informe, podrán consultar el progreso de nuestros compromisos y ambiciones ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

El futuro de las empresas y del planeta es inclusivo. Está basado en la naturaleza. Es local. Y desde Bavaria nos sentimos orgullosos de liderar el camino hacia ese futuro.

Marcel Regis

“ Cuando soñamos en grande por un **“futuro con más motivos para brindar”** imaginamos un futuro más sostenible, innovador, e inclusivo, a partir de ingredientes naturales y con impacto local ”



NUESTRA HISTORIA

Somos una compañía de bebidas con más de 130 años de historia, en los que hemos estado acompañando los mejores momentos de los colombianos. Nos llena de orgullo producir marcas que han unido por generaciones a millones de personas, dando vida a nuevas amistades y generando experiencias inolvidables. Con nuestra actividad, aportamos al progreso de Colombia, de sus comunidades y del medio ambiente, al tiempo que impulsamos el emprendimiento en el país y el desarrollo de nuestra cadena de valor. Desde 2016 hacemos parte de la familia AB InBev, el mayor fabricante de cerveza en el mundo, con presencia en 150 países a través de más de 500 marcas.

+130 años
DE HISTORIA

Desde 2016 parte de la familia AB InBev

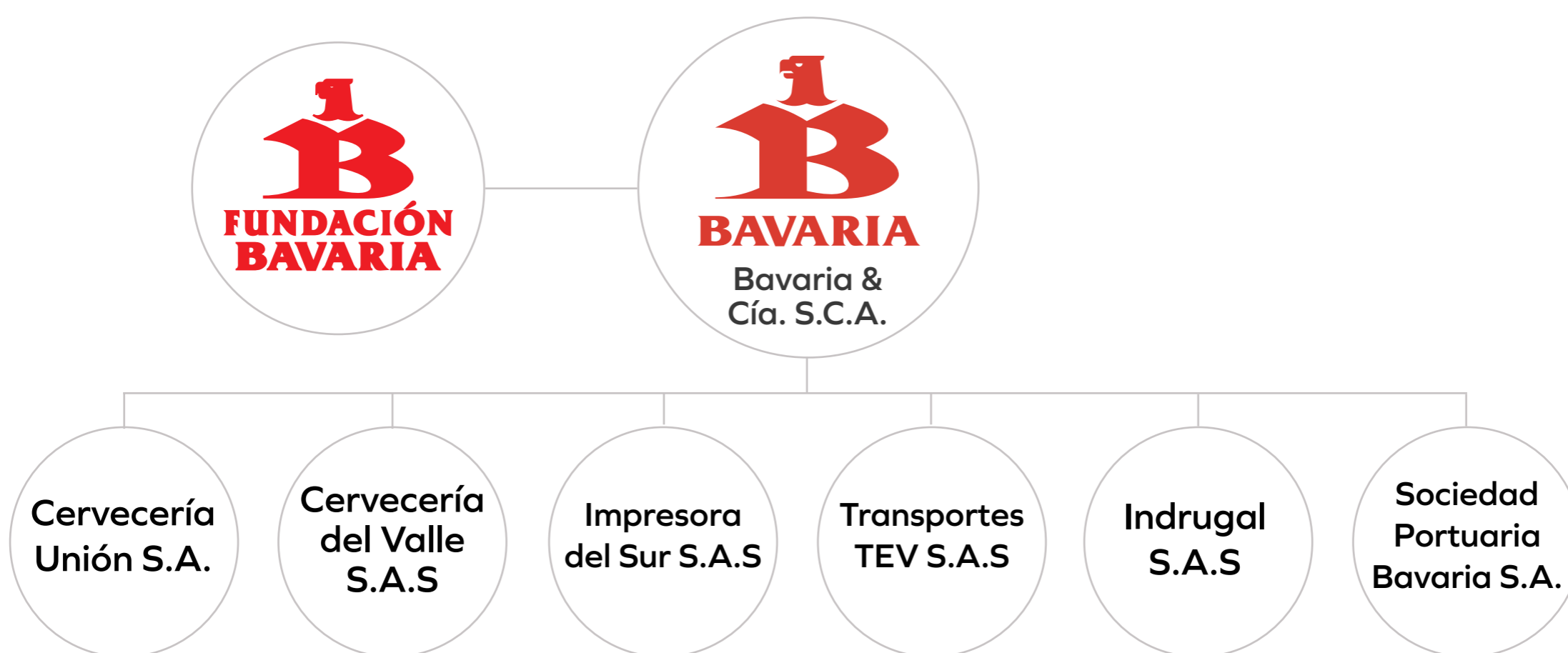
+150 países



SOCIEDAD BAVARIA

Este informe hace referencia a las acciones de la sociedad Bavaria & Cia S. C. A., al igual que a las de todos sus miembros, para el cumplimiento de las metas de sostenibilidad durante el año 2021.

Composición de la sociedad y filiales



JUNTA DIRECTIVA & CIA S.C.A

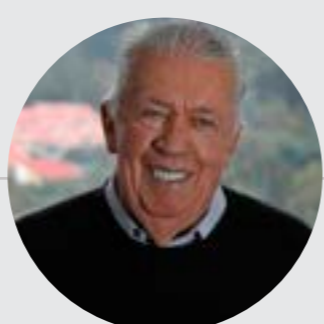
Directores Principales:



Alejandro Santo Domingo Dávila



Carlos Alejandro Pérez Dávila



Rudolf Manuel Hommes Rodríguez



Manuel Rodríguez Becerra



Carlos Eduardo Klutzenschell Lisboa



Marcel Martin Regis

Directores Suplentes:



Alberto Preciado Arbeláez



Juan Carlos García Cañizares



Rafael Rivas Mallarino



Samira Fadul Solano



Fabián Arturo Suárez Reyes

HITOS 2021

Haz clic en cada HITO para ver más información



ENERO

Invertimos más de 9.500 millones de pesos de impuestos en **obras de dotación escolar** de sedes educativas en el departamento del Caquetá.

Obtuvimos el reconocimiento del PNUD "Business Call to Action", iniciativa que destaca a compañías inclusivas que aportan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

FEBRERO

Adquirimos 200 camiones eléctricos, convirtiéndonos en la compañía con la flota eléctrica de carga más grande del país.

Lanzamos la convocatoria de la primera versión del programa **Jóvenes por los Páramos**.

MARZO

Cerveza Corona lanzó en Colombia un piloto mundial que **transforma los residuos de la cebada en empaques sostenibles**.

Pony Malta lanza "Beat The Bullying" la batalla del rap que busca frenar el acoso entre los jóvenes y sacar su mejor versión combatiendo en la batalla más grande de freestyling de la historia contra el ciberacoso.

ABRIL

MinTic y la Fundación Bavaria se unen para llevar conectividad a mujeres emprendedoras.

Invertimos más de mil millones de pesos interviniendo nuestros empaques con **mensajes de concientización sobre la importancia de mejorar los hábitos de consumo de alcohol**.

MAYO

Se lanza la convocatoria del programa Accelerator +100 de AB InBev para encontrar a emprendedores que le apuesten a resolver los desafíos mundiales en materia de sostenibilidad.

Lanzamos miPáramo Guerrero y anunciamos que para 2022 se habrá hecho una inversión de 10 mil millones de pesos en iniciativas de protección de páramos en Colombia.

JUNIO

Junto con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el Ejército Nacional y ProColombia **sembramos más de 60 mil árboles en nueve (9) regiones del país**.

Por primera vez Colombia fue reconocida con el premio más importante del Festival Cannes Lions 2021, Grand Prix, con nuestra iniciativa Tienda Cerca.



JULIO

Bajo la iniciativa **“Empresarios por la vacunación”** liderada por la ANDI, iniciamos la vacunación de 17 mil colaboradores a nivel nacional

Tras 5 años Cerveza Águila lanzó la iniciativa Chicas Águila 2021, quienes ahora serán jugadoras del Fútbol Profesional Colombiano apostándole a la equidad de género.

Nos comprometimos a dividir de manera equitativa nuestro presupuesto de **activación de fútbol femenino y masculino (50/50)**.

Nos unimos a la iniciativa de comunicación #MeVacunoPorMíPorTi para impulsar el autocuidado y la vacunación consciente en Colombia.

Lanzamos Nativa, una cerveza a base de yuca cultivada en Córdoba y Sucre donde buscamos generar un impacto positivo en las comunidades trabajando de la mano de los agricultores de la zona

AGOSTO

Pony Malta presenta el primer equipo femenino de eSports de Colombia para competir a nivel profesional.

Fuimos reconocidos como empresa inspiradora por la ANDI por nuestro trabajo en diversidad e inclusión, destacando el programa Emprendedoras Bavaria.

SEPTIEMBRE

Fuimos reconocidos por la Cámara de Comercio de Bogotá y la Red Local del Pacto Global como una **empresa sostenible destacando dos proyectos: miPáramo y el sistema de retornabilidad de la compañía.**

Con el apoyo de Fenalco, la Policía Nacional y Asobares, **se movilizaron más de 3.000 de nuestros empleados y 50 alcaldías a nivel nacional** para promover el consumo responsable de alcohol en el marco del Día del Consumo Responsable de Cerveza.

OCTUBRE

Fuimos **galardonados con el Gran Premio Andesco a la Sostenibilidad 2021**, máxima distinción otorgada. Nos destacamos en cinco categorías que resaltan el desempeño empresarial desde varios frentes.

NOVIEMBRE

Firmamos el “Gran Pacto por la prevención del consumo de alcohol en menores de edad” con el fin de fomentar el trabajo articulado alrededor de la cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad.

DICIEMBRE

Anunciamos nuestra ambición de **lograr cero emisiones netas de carbono en nuestra cadena de valor para 2040**

HITOS DE NUESTRA OPERACIÓN

Buenas prácticas en nuestras plantas



INNOVACIÓN Y DESARROLLO



CERVECERÍA DE BARRANQUILLA

Adecuación de las operaciones en tiempo récord para lograr el lanzamiento de Nativa, nuestra primera cerveza a base de yuca a través de un proyecto de agricultura por contrato que beneficia a los pequeños productores locales.

EXCELENCIA EN GESTIÓN



MALTERÍA TROPICAL

Orgullo por ser la operación número 1 a nivel regional (Middle Americas) en el ranking del sistema de gestión en todos sus pilares: gente, seguridad, ambiental, calidad, mantenimiento y logística.

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD



CERVECERÍA UNIÓN

Instalaciones para el paso de animales endémicos y sistemas que permiten la protección de estos visitantes en la sede.

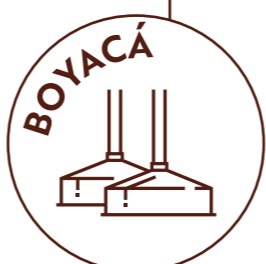
EXCELENCIA AMBIENTAL



CERVECERÍA DE BUCARAMANGA

Líderes en gestión ambiental y captación de agua responsable: 100% de adherencia a los protocolos de nuestro sistema de gestión.

REDUCCIÓN DE EMISIONES



CERVECERÍA DE BOYACÁ

Reducción de emisiones de material particulado a través de la sustitución de las calderas de carbón a gas natural.





CRECIMIENTO PROFESIONAL

CROWNS TOCANCIPÁ

Más de 33 movimientos de nuestros trabajadores que demuestran las oportunidades de desarrollo de carrera en nuestra operación.



GENERACIÓN DE EMPLEO

CERVECERÍA DE TOCANCIPÁ

Expansión de la capacidad de la planta: 1703 nuevos empleos directos y 830 indirectos.



PRODUCTIVIDAD AL 100%

MALTERÍA TIBITÓ

Implementación de indicadores dinámicos de producción para aumentar la eficiencia de la planta. ¡En el 2021 se logró mejorar la productividad y alcanzar el máximo histórico de producción!



CONTINUIDAD A PESAR DE LAS ADVERSIDADES

IMPRESORA DE ETIQUETAS, INDUGRAL

¡Un equipo comprometido! En medio de la adversidad nuestro equipo demostró su entrega, compromiso, pasión, disciplina, empatía y liderazgo, logrando cumplir, en medio de situaciones adversas, los retos que permitieron asegurar la producción de etiquetas para Colombia y varios países de Latam.



TRABAJO INCLUYENTE

CERVECERÍA DEL VALLE

Primera línea de envase incluyente: 50 mujeres y trabajadores con condiciones especiales participan en la operación de maquinaria y equipos.



PORTAFOLIO 2021

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

MARCAS GLOBALES



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



MARCAS PREMIUM



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



MARCAS CORE



- Águila (Normal, Light, 0,0)
- Póker (Dorada, Roja, Pura malta)
- Pilsen
- Cola & Pola
- Costeña (Tradicional, Bacana, Costeñita)
- Nativa



MARCAS VALUE



- Busch Light
- Azteca
- Kaufmann
- Bahía (Normal, Light)



READY TO DRINK



- Mike's Hard



BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS



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



Innovaciones

¡En Bavaria no nos conformamos! En 2021 nuestro portafolio recibió la llegada de siete innovaciones que enriquecieron la oferta para nuestros consumidores.

Estas fueron las cuatro grandes apuestas con un alto impacto estratégico:

- Cerveza Nativa (elaborada a base de yuca de Sucre y Córdoba)
- Póker Pura Malta
- Club Colombia Doble Malta
- Club Colombia 850 mL (presentación para compartir)



De otra parte, estas fueron las tres apuestas que nos llevaron a retornos y a incursionar en nuevas líneas:

- Michelob Ultra
- Malta Leona Café
- Mike's Hard (nueva categoría de las bebidas listas para consumir, una mezcla de vodka con jugo de limón)



LAS INNOVACIONES EN BAVARIA REPRESENTARON EL 14.3% DE LOS INGRESOS NETOS DE LA COMPAÑÍA EN COMPARACIÓN CON EL 4.3% EN EL 2018.



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



NUESTROS PILARES

Para alcanzar nuestro sueño de **transformar a Colombia**, nos enfocamos en tres pilares:

NUESTRA GENTE

QUEREMOS SER EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR




CRECIMIENTO

QUEREMOS CRECER A DOBLE DÍGITO



IMPACTO EN COMUNIDADES

QUEREMOS IMPACTAR A 10 MILLONES DE PERSONAS



Para lograr nuestro objetivo de **impacto a las comunidades** trabajamos en los siguientes frentes:

Emprendimiento



Agricultura inteligente



Protección del agua



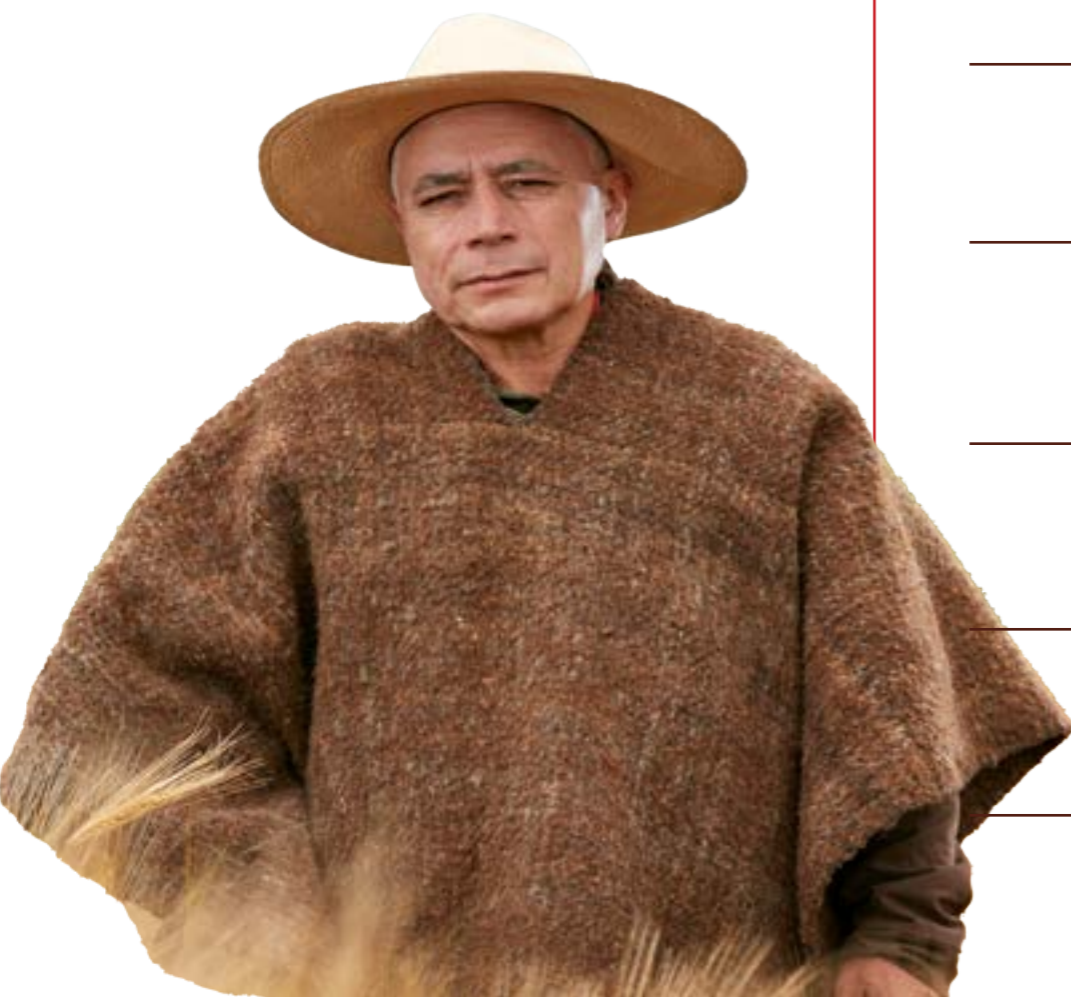
Acción climática



Empaque circular



Consumo responsable



NUESTROS PRINCIPIOS

Como compañía tenemos 10 principios guías y cuatro (4) valores fundamentales que marcan el camino para lograr nuestro propósito:

<p>2</p> <p>NUESTRA GENTE ES NUESTRA MAYOR FORTALEZA.</p> <p>La gente excelente crece al ritmo de su talento y es recompensada adecuadamente. La gente excelente entrega y transforma.</p>	<p>3</p> <p>SELECCIONAMOS, DESARROLLAMOS Y RETENEMOS PERSONAS QUE PUEDEN SER MEJOR QUE NOSOTROS.</p> <p>Somos medidos por la calidad y diversidad de nuestros equipos.</p>	<p>4</p> <p>SOMOS UNA COMPAÑÍA DE DUEÑOS.</p> <p>Los dueños se toman los resultados de manera personal y lideran con ejemplo.</p>	<p>1</p> <p>SOÑAMOS EN GRANDE:</p> <p>Estamos construyendo una compañía rentable y en continuo crecimiento.</p> <p>SUEÑO</p>
<p>5</p> <p>NUNCA ESTAMOS COMPLETAMENTE SATISFECHOS CON NUESTROS RESULTADOS.</p> <p>Aceptamos el cambio, tomamos riesgos inteligentes y aprendemos de nuestros errores.</p>	<p>6</p> <p>EL CONSUMIDOR MANDA.</p> <p>Vamos donde el consumidor va porque ahí es donde está el crecimiento.</p>	<p>7</p> <p>NOS ESFORZAMOS POR DAR EL MEJOR SERVICIO Y HACER ALIANZAS CON NUESTROS CLIENTES,</p> <p>que son la puerta hacia nuestros consumidores.</p>	<p>GENTE</p>
<p>8</p> <p>CREEMOS EN EL SENTIDO COMÚN Y LA SIMPLICIDAD.</p> <p>Operamos con excelencia y eficiencia en todo lo que hacemos, siempre teniendo nuestros clientes y consumidores en mente.</p>	<p>9</p> <p>CONTROLAMOS ESTRICTAMENTE NUESTROS COSTOS</p> <p>para liberar recursos que respaldarán el crecimiento rentable de nuestros ingresos.</p>	<p>10</p> <p>NUNCA TOMAMOS ATAJOS.</p> <p>La integridad, el trabajo duro y la responsabilidad son clave para construir nuestra Compañía y nuestra reputación.</p>	<p>CULTURA</p>

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.**

MODELO DE SOSTENIBILIDAD

con enfoque en los ODS

Nuestra estrategia, objetivos y programas de sostenibilidad se resumen en una simple idea: nuestra presencia global, nuestras creencias y valores, nuestra gente y nuestra escala comercial nos han dado una capacidad única de crear un futuro de prosperidad, aportando al progreso de nuestras comunidades.

Nuestro modelo se centra en diferentes prioridades estratégicas: Consumo Responsable, Acción Climática, Protección del Agua, Agricultura Sostenible, Empaque Circular, Ética y Transparencia, Emprendimiento y Diversidad e Inclusión, entre otras.

Creemos que estas prioridades son las necesarias para generar prosperidad compartida tanto para los colombianos como para el planeta. Para lograrlo desarrollamos metas ambiciosas que se encuentran alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, los cuales buscan erradicar la pobreza, proteger al planeta y asegurar prosperidad para todos. **De esta estructura surgen las estrategias para aportar desde nuestra actividad empresarial a 13 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.**



APUESTAS DE SOSTENIBILIDAD

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Promover el emprendimiento y el empoderamiento de 50 000 mujeres tenderas, convirtiéndolas en líderes de sus comunidades.



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.**



El 100% de nuestra energía eléctrica comprada provendrá de **fuentes renovables no convencionales.**

Reduciremos el 25% de nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor.

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.**

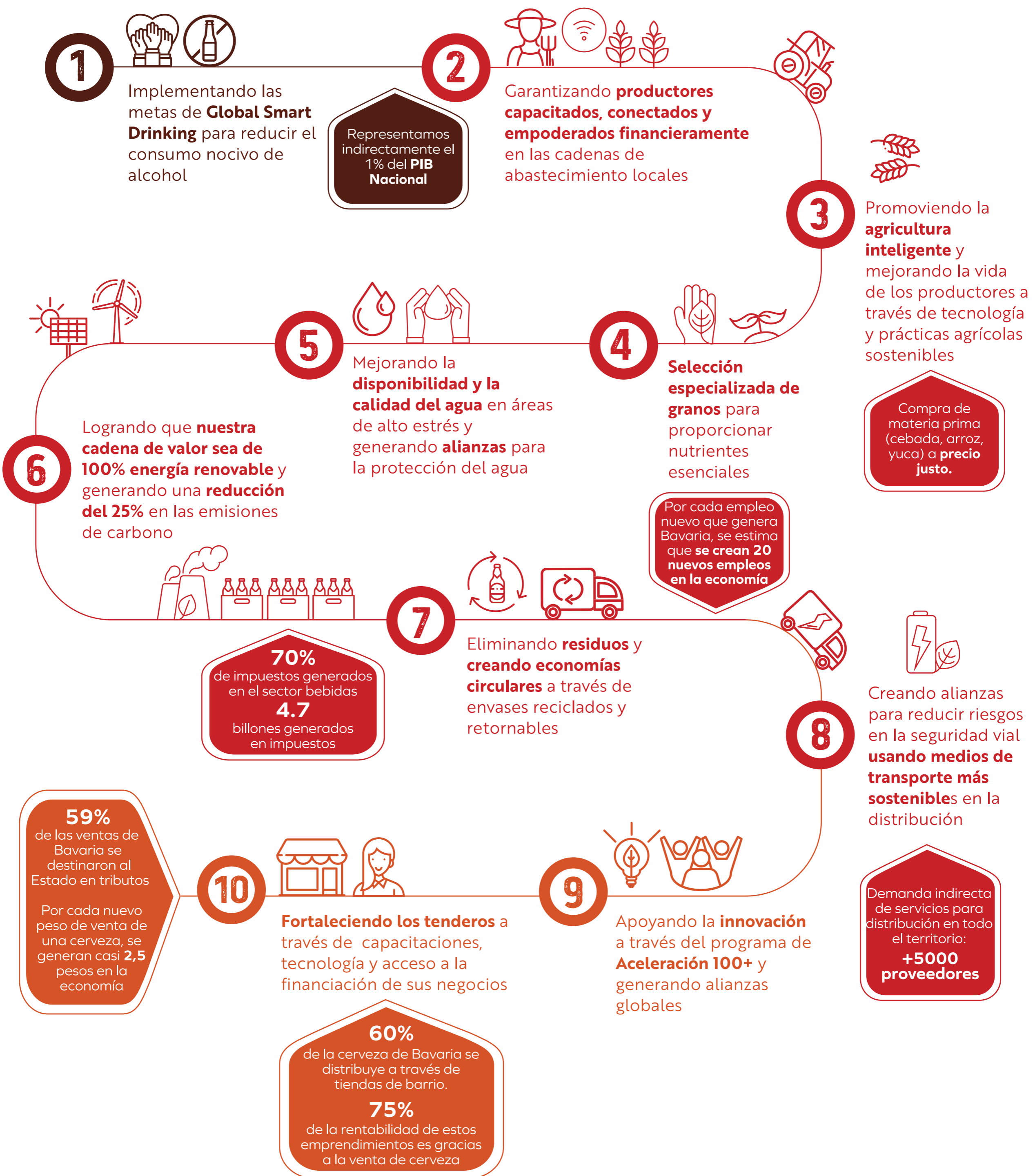


Reduciremos el consumo nocivo de alcohol en un 10 %, previniendo el consumo de alcohol en menores de edad y trabajando para que todos los momentos de consumo se realicen de una forma **responsable en adultos.**





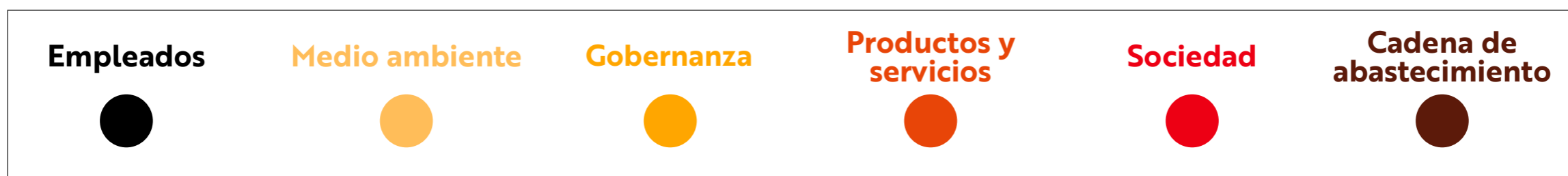
NUESTRO IMPACTO DURANTE EL CICLO DE LA CERVEZA



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En 2020, nuestra casa matriz AB InBev, realizó un análisis de materialidad en el que identificaba las temáticas clave en materia social, ambiental y económica, que priorizaron nuestros grupos de interés. Estos se clasificaron en una matriz de materialidad de acuerdo con el grado de interés y el potencial de impacto sobre el negocio. Organizaciones civiles, organizaciones no gubernamentales (ONG), compradores (retailers) y consumidores, reguladores, proveedores, inversionistas y socios hacen parte de los actores externos que se tuvieron en cuenta al momento de realizar el análisis a nivel global. La matriz que presentamos es el resultado de la representación gráfica de este ejercicio que incluye una clasificación de todos los actores para entender la evolución de la estrategia de sostenibilidad.

En Bavaria sabemos de la importancia de trabajar de la mano con nuestros grupos de interés internos y externos para crear proyectos de alto impacto y sostenibles en el tiempo. Actualmente nos encontramos desarrollando un análisis de materialidad específico para nuestra operación en Colombia que nos permitirá entender de una forma precisa los intereses y expectativas de nuestros grupos de interés.



COMITÉ EXTERNO SOSTENIBILIDAD

En Bavaria buscamos ser la empresa líder en sostenibilidad y con este fin creamos un comité externo de expertos para acompañarnos en nuestra trayectoria hacia un negocio 100 % sostenible. Por lo tanto, en 2019 establecimos un comité para respaldar nuestras apuestas en páramos, cuyo enfoque fue ampliado en 2021 con el lanzamiento del Comité Externo de Sostenibilidad en el que, apoyados por expertos reconocidos en diferentes áreas, validamos nuestros planes estratégicos y recibimos retroalimentación de alto nivel para seguir trabajando en el fortalecimiento de nuestra sostenibilidad.

Es así como tuvimos el privilegio de contar con la presencia de cinco profesionales íntegros, conocedores de los temas que nos atañen y con la disposición de querernos acompañar en esta larga trayectoria hacia la sostenibilidad:

“Es sorprendente los altos números de retornabilidad de las botellas de vidrio y toda la infraestructura que se tiene para eso. Estos números dejan muy claro que en Colombia, desde el sector privado, ya se está avanzando en la implementación de la economía circular.”

Linda Breukers

Consultora Internacional y experta en Economía Circular



“Me complace mucho ver el compromiso social y ambiental de una empresa líder como Bavaria. Este informe muestra resultados concretos para construir un futuro más sostenible, con acciones que ayudan a reducir la huella de carbono y un impacto positivo sobre la naturaleza.”

Cristián Samper

Presidente y CEO Wildlife Conservation Society



“ Devolver a la naturaleza lo que nos brinda, con valor agregado, es el principio de una relación restauradora y sostenible. ”

Brigitte Baptiste

Rectora de la Universidad EAN

“ Los esfuerzos por la sostenibilidad e inclusión que hace Bavaria, no son solo una excelente muestra de responsabilidad sino de liderazgo social. (...) cada proyecto y cada inversión que se hace desde la compañía, genera un resultador multiplicador, que incluye el impacto mismo de dichos proyectos y la promoción de los conceptos de sostenibilidad e inclusión en la sociedad colombiana. ”

Eduardo Behrentz

Vicerrector administrativo de la Universidad de Los Andes



“ Para mí es admirable la decisión política de una empresa que asume un ambicioso compromiso social y ambiental en su actividad dando un ejemplo excepcional. ”

Julia Miranda

Consultora independiente y ex directora de Parques Nacionales Naturales de Colombia



RECONOCIMIENTOS & PREMIOS



CANNES LIONS

PREMIOS MARKETING

Somos una compañía con una ambición inmensa en términos de creatividad, porque hemos entendido que a través de ella logramos impactar a nuestro país, a las comunidades y al negocio. En 2021 fuimos reconocidos con numerosos premios y reconocimientos por nuestra creatividad, trabajo en equipo e impacto a la comunidad.

FESTIVAL CANNES LIONS 2021:

Por primera vez, Colombia ganó un Grand Prix en Cannes Lions en la categoría Creative e-Commerce con la iniciativa Tienda Cerca, todo un hito para nuestra compañía, la agencia in house, Draftline y el país. Además, obtuvimos una plata con 30 Seconds Singles de Budweiser y dos bronce con Beer Cap Project de Águila y Tienda Cerca.

EFFIE AWARDS COLOMBIA:



Por tercer año consecutivo fuimos reconocidos con el premio Anunciante del Año, mientras que Draftline fue reconocida como la Agencia Independiente del Año. Además, nos ganamos nueveoros, tres platas y seis bronce con 11 campañas de siete de nuestras mejores marcas y Tienda Cerca.

EL OJO DE IBEROAMÉRICA:



Fuimos reconocidos con el premio Mejor Anunciante, el premio Third Eye y con un oro, dos platas y cuatro bronce con siete campañas de cinco de nuestras mejores marcas y Tienda Cerca.

FESTIVAL EL DORADO:



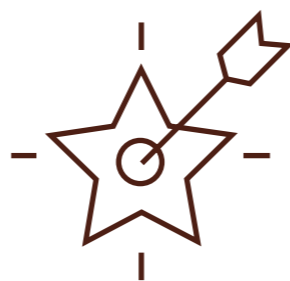
Fuimos distinguidos con el premio Anunciante del Año, además de ganar seisoros, 11 platas y seis bronce con 11 campañas de seis de nuestras mejores marcas y Tienda Cerca.



PREMIO ANDESCO A LA SOSTENIBILIDAD:

Ganadores del Gran Premio Andesco a la Sostenibilidad (dimensión laboral, mercado, social, ambiental y gobierno corporativo).

GRAN PREMIO ANDESCO 2021, componente Entorno de Gobierno por la innovación Brew Right del equipo de Compliance.



ÍNDICE DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA:

Empresa número dos en el ranking.

EMPRESA INSPIRADORA DE LA ANDI:

Reconocimiento otorgado por los esfuerzos en diversidad e inclusión (Beer Office for All y Emprendedoras Bavaria).

RECONOCIMIENTO A LAS BUENAS PRÁCTICAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (Pacto Global y CCB):

Distinción otorgada por aportar a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas en el país (miPáramo y sistema de retornabilidad).

BUSINESS CALL TO ACTION:

En enero de 2021 Bavaria recibió este sello, un reconocimiento del PNUD a las empresas que realizan proyectos inclusivos para el cumplimiento de los ODS.
Merco

MERCO:

- **Empresas:** #1 del sector de bebidas y #6 del ranking general.
- **Talento:** #1 del sector de bebidas y #5 del ranking general
- **Digital:** #1 del ranking.





AMBIENTAL





Energía renovable & Acción climática



Como compañía nos comprometimos a tener para el 2025 el 100 % de la energía eléctrica comprada proveniente de fuentes renovables no convencionales y a reducir el 25 % de nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor. **Adicionalmente, en 2021 decidimos ir más allá y anunciamos nuestra ambición de lograr cero emisiones netas de carbono en la cadena de valor para 2040.**

ENERGÍA RENOVABLE

Durante el 2021 seguimos trabajando en cerrar acuerdos para lograr la meta de 100 % de energía proveniente de fuentes renovables no convencionales para 2025 en nuestras operaciones.

ACCIÓN CLIMÁTICA

Frente a nuestro compromiso de reducir el 25 % de las emisiones de carbono generadas a lo largo de la cadena de valor, en 2021 trabajamos en los siguientes frentes:



SEGUIMOS TRABAJANDO PARA LOGRAR NUESTRA META

100% ENERGÍA RENOVABLE

NUESTRA FLOTA



FLOTA TRANSPORTE PRIMARIO (T1)

TOTAL CAMIONES	895
TOTAL TRÁILERS	895
TRÁILERS LEASING	395
CAPACIDAD DE CARGA	35 toneladas
CAPACIDAD DE VIAJE	32.39 (PCK/VIAJE)
VIAJES TOTALES AÑO	121 627
KILÓMETROS TOTALES AÑO	56 835 568
RENDIMIENTO T1	6.3 kms/gal



FLOTA TRANSPORTE SECUNDARIO (T2)

TOTAL CAMIONES	1467
6 ESTIBAS	148
10 ESTIBAS	440
12 ESTIBAS	865
20 ESTIBAS	14

CAPACIDAD DE CARGA POR VIAJE

6 ESTIBAS	6.4 toneladas
10 ESTIBAS	9.4 toneladas
12 ESTIBAS	9.6 toneladas
20 ESTIBAS	19.1 toneladas
VIAJES TOTALES AÑO	552 026
KILÓMETROS TOTALES AÑO	29 747 471
RENDIMIENTO T2	10.4 kms/Gal

FLOTA SOSTENIBLE

La movilidad sostenible ha sido desde el 2018 una de las grandes apuestas para cumplir con nuestra meta para 2025. En esta búsqueda por tener la flota sostenible más grande de Colombia, hemos invertido recursos en la adquisición de camiones eléctricos, vehículos kangoos para la fuerza de ventas, camiones a gas y montacargas eléctricos. Para 2021 contamos con la siguiente flota sostenible rodando en nuestra operación:

TIPO DE VEHÍCULO	INCORPORACIONES 2021	TOTAL FLOTA 2021
CAMIONES ELÉCTRICOS	72	72
VEHÍCULOS ELÉCTRICOS	20	23
CAMIONES A GAS	42	87
MONTACARGAS ELÉCTRICOS	2	2

Esta alianza con Renting Colombia, la compañía de alquiler más grande en el país, también contó con el apoyo de Partnering For Green Growth (P4G). Con ellos, y de la mano de la Fundación Bavaria, creamos esta alianza para fomentar la movilidad eléctrica en el transporte de carga en el territorio nacional.

Durante el 2021 esta alianza se concentró en:

- Probar la viabilidad del caso de negocio para las flotas de camiones eléctricos de carga
- Patrocinar la masificación y apropiación de camiones eléctricos de carga
- Fomentar ambientes habilitados para escalar la flota eléctrica

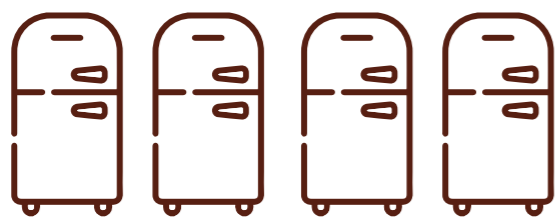


En 2020 se firmó el contrato con Renting Colombia para la compra de 200 camiones eléctricos, proyectados para estar rodando en su totalidad en 2022. Pese a las dificultades que se presentaron a causa de la pandemia y los problemas presentes en la cadena global de suministro que afectaron la entrega de los vehículos, logramos aumentar nuestra flota sostenible en el 2021, mientras que para el segundo semestre de 2022 incorporaremos los vehículos faltantes.



NEVERAS

+11.280



Neveras amigables con el medio ambiente

Otro de los frentes que como compañía estamos trabajando, para lograr reducir el 25 % de las emisiones de carbono generadas en la cadena de valor, es la continua renovación de nuestras neveras a nuevos modelos que cuenten con la herramienta Wellington, la cual nos permite ahorrar y monitorear sus consumos de energía, ya que entran en modo ahorro después de un tiempo de no uso, apagando los condensadores para que los equipos se mantengan con el frío interior. **En 2021 compramos 11 280 neveras con gases R290 amigables con el medio ambiente, que se incorporaron a nuestra cadena de valor dentro de la cual contamos con un total de 163 223 equipos en operación.**

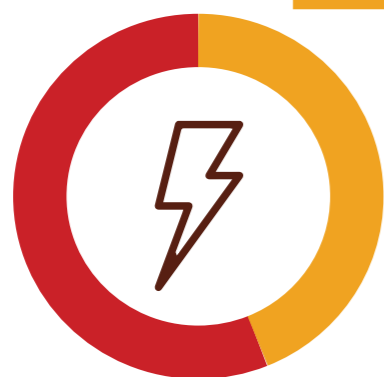
CONSUMO DE ENERGÍA

En Colombia cerca del

44%

de las emisiones

de gases de efecto invernadero (GEI) se atribuyen a la generación de energía.¹



Como compañía, además de nuestras metas de transición a fuentes renovables no convencionales, sabemos que debemos trabajar para incrementar las eficiencias en el uso de la energía para cumplir con el compromiso de reducción de emisiones de GEI.

A continuación, presentamos nuestros consumos de energía eléctrica y térmica por operación y los consumos totales, los cuales medimos en unidad de energía (kilovatio -kW- o megajulio -MJ) por hectolitro (hl) envasado.

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA POR FUENTE

TIPO DE ENERGÍA	CONSUMO PROMEDIO
CONSUMO PROMEDIO ENERGÍA ELÉCTRICA	5.89 kW/hl
CONSUMO PROMEDIO ENERGÍA TÉRMICA	66.80 kW/hl
PROMEDIO TOTAL CONSUMIDO	88.00 MJ/hl

CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA POR OPERACIÓN

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (MJ/hl)
TOCANCIPÁ	76.19
VALLE	86.12
UNIÓN	85.37
BOYACÁ	77.58
BUCARAMANGA	83.33
BARRANQUILLA**	123.29

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR CERVECERÍA

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (kW-h/hl)
TOCANCIPÁ	6.14
VALLE	7.61
UNIÓN	6.37
BOYACÁ	5.25
BUCARAMANGA	6.79
BARRANQUILLA	3.51

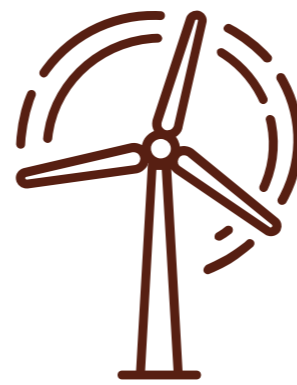
** Es la única planta del país que cuenta con cogeneración. Esto se incluye en el consumo total.

CONSUMO DE ENERGÍA TÉRMICA POR CERVECERÍA

CERVECERÍA	CONSUMO TOTAL (MJ/hl)
TOCANCIPÁ	54.08
VALLE	58.72
UNIÓN	62.43
BOYACÁ	58.69
BUCARAMANGA	58.90
BARRANQUILLA	110.63

¹Tomado del Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero (INGEI) realizado por el IDEAM.

OTRAS FUENTES DE ENERGÍA	
FUENTE	CONSUMO
GAS NATURAL	45 813 338 m ³
GASOLINA Y DIÉSEL	95 077 gal
CARBÓN	4 417 299 kg
BIOGÁS	5 450 064 m ³



El consumo de otras fuentes renovables correspondió a 5 450 064 KW-h/año y el total de energía eléctrica comprada fue de

177 992 050 kW-h.

En 2021 suspendimos el uso de carbón mineral y pasamos a gas natural para el proceso de generación de vapor en nuestras cervecerías Unión y Boyacá. Esta acción nos permitió dar un paso más en el camino para cumplir nuestras metas en términos de reducción de emisiones y mejora de la calidad del aire.



EMISIONES

Nuestra línea base de emisiones corresponde al año 2017 con un valor de 743 425 toneladas de dióxido de carbono equivalentes (tCO₂eq). 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 la ciencia para lograr la reducción de las emisiones generadas en la totalidad de los alcances.

HUELLA DE CARBONO		
AÑO	TOTAL HUELLA DE CARBONO [tCO ₂ eq]	INTENSIDAD HUELLA DE CARBONO [KgCO ₂ eq/hL]
2018	871 625	35.1
2019	866 529	33.4
2020	971 877	40.8
2021	1 293 561	45.7

Nuestra huella de carbono está directamente asociada al volumen de producción. Por esta razón presentamos incrementos en las toneladas de CO₂eq emitidas desde la medición de nuestra línea base. Sin embargo, de cara a nuestra ambición a 2040, estamos trabajando con todos los actores a lo largo de la cadena para establecer una hoja de ruta que nos permita tener cero emisiones netas.



RESIDUOS

Como compañía trabajamos constantemente para optimizar el uso de nuestras materias primas, con lo cual buscamos maximizar su aprovechamiento y el tiempo que permanecen en los ciclos productivos.

Durante el 2021 generamos 41 808 toneladas de residuos de diferentes materiales. A su vez, trabajamos coordinadamente con nuestras operaciones y aliados para maximizar el porcentaje de reciclaje de estos residuos.

PORCENTAJE DE RECICLAJE		
TIPO DE RESIDUO	CANTIDAD GENERADA [t]	PORCENTAJE DE RECICLAJE
AFRECHO	271 645.35	100%
METALES	2669.16	100%
BARREDURA	1496.87	100%
PAPEL	2367.49	100%
ETIQUETA	6263.69	100%
LEVADURA	42 717.84	100%
LODO FILTRANTE	6565.26	100%
LODO PTAR	28 553.19	100%
LODO PTAP	321.54	100%
MADERA	7958.62	100%
PLÁSTICO	1451.15	100%
RESIDUO ORDINARIO	1766.75	0%
RESIDUO PELIGROSO	254.53	0%
SCRAP	2966.62	100%
SUBPRODUCTO DE MALTA	1068.35	100%
VIDRIO	27 019.65	100%
TOTAL	418 081.07	99.51%



Empaque Circular

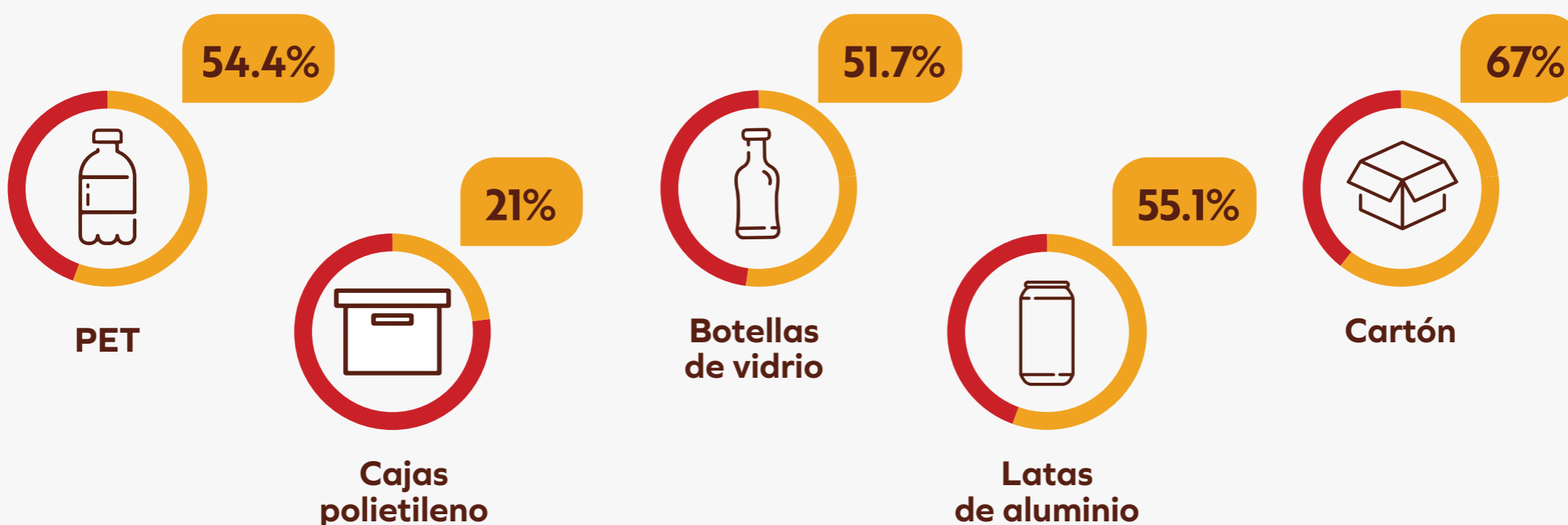


La meta de la compañía es lograr que el 100 % de nuestras marcas utilicen envases y empaques elaborados en su mayoría con material reciclado, razón por la que apostamos al aumento de la tasa de retornabilidad de dichos elementos.

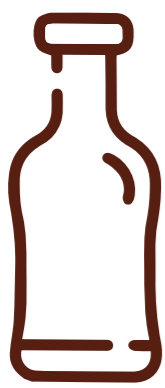
ENVASES Y EMPAQUES

En 2021 desarrollamos varias iniciativas en conjunto con nuestros proveedores para seguir trabajando por la circularidad de los empaques y envases.

PORCENTAJES DE MATERIAL RECICLADO



Nuestro foco no se limita únicamente a la incorporación de material reciclado de posconsumo en los envases y empaques, puesto que le apostamos a fortalecer el sistema de retornabilidad que tenemos implementado actualmente. Del total de vidrio que ponemos como compañía en el mercado, el 95 % es retornable, con lo que reducimos el uso de materias primas vírgenes para la elaboración de nuevos envases. **En promedio, cada botella de vidrio es usada 44 veces y logramos recuperarlas en un 97.3 %.** Al final de su vida útil, nos encargamos de cerrar su ciclo, llevando el casco de vidrio a nuestro proveedor y transformador OI Peldar.



En 2021 logramos certificar el aprovechamiento de **+20 700 toneladas de casco de vidrio**



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, como productores, tenemos para aportar soluciones.

Desde 2018 nos vinculamos al colectivo Red Reciclo del Compromiso Empresarial para el Reciclaje (Cempre) y, junto con 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 estos envases y empaques, al tiempo que damos cumplimiento a las resoluciones 1407 de 2018 y 1342 de 2020 de Responsabilidad Extendida del Productor.



TONELADAS DE MATERIAL TRANSFORMADO EN 2021

CASCO DE VIDRIO	20 726.75
PULPA DE ETIQUETA	2298.86
MULTIMATERIAL MOVIMIENTO RE	6224.8
PET ÁMBAR MOVIMIENTO RE	2259.6

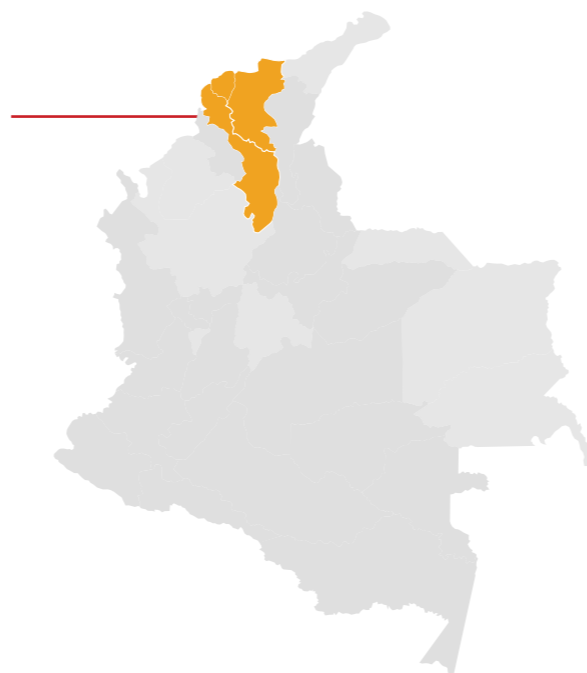


Movimiento RE es una iniciativa de nuestro colectivo Red Reciclo, a través de la cual apoyamos el fortalecimiento y la formalización de asociaciones de recicladores de la Costa Caribe, trabajando con Postobón, Nestlé, Femsa y Tetra Pak, en alianza con Grupo Familia, Pepsico, Enka y Ocean Conservancy.

Ciudades:
Barranquilla, Santa Marta, Cartagena y Turbaco

25 asociaciones
de recicladores impactadas

2070
recicladores impactados



26 997.3 toneladas
Total de material recuperado

9852.8 toneladas
Total PET Ámbar recuperado

INICIATIVAS CON PROVEEDORES Y ALIANZAS

Para nuestra compañía los proveedores y las alianzas son partes fundamentales para el éxito del negocio. Por esta razón, buscamos diferentes formas para transformarnos de la mano de ellos y generar valor agregado a nuestra cadena.

En el 2021, el trabajo en equipo y el compromiso jugaron un papel fundamental para lograr innovar, sobrepasar las dificultades, superarnos y mejorar. Por ello, hoy queremos destacar a algunos proveedores y aliados que contribuyeron a que esto fuera posible.

PROVEEDORES

CANPACK

Con CanPack hemos desarrollado proyectos de aligeramiento en las latas para lograr la reducción en el consumo de aluminio, una de las materias primas más empleadas en la fabricación de los envases de nuestros productos.



OI PELDAR

OI Peldar es un proveedor que ha estado comprometido desde el comienzo con Bavaria para transformar las botellas, que deben salir del mercado, en casco de vidrio, de manera que pueda ser utilizado nuevamente en elaboración de envases. En 2021 decidimos ampliar nuestro margen de maniobra y trabajar en conjunto para implementar diferentes iniciativas que ayuden a desarrollar la cadena de reciclaje de vidrio en Colombia. A través de proyectos conjuntos invertimos en el fortalecimiento de recicladores, el mejoramiento de la



infraestructura de reciclaje y el incremento en la cantidad de vidrio que se recicla en el país. Actualmente, se están evaluando las posibles iniciativas para implementar entre 2022 y 2025.



La pureza, la reciclabilidad infinita y circularidad perfecta del vidrio

nos inspiran para alcanzar nuestra visión de ser el proveedor más innovador y sostenible de los envases más sostenibles; para alcanzarlo estamos trabajando conjuntamente con Bavaria para cerrar el ciclo de cada botella de vidrio. Cada año, O-I a nivel global evita que más de cinco millones de toneladas de vidrio vayan a parar a vertederos, incentivando la economía circular, lo que nos convierte en un contribuyente neto negativo a los vertederos.

Mónica Franco

Líder de Sostenibilidad Andes OI Peldar



AMCOR

Amcor ha sido uno de los proveedores que promueve la colaboración y la asociación para innovar y mejorar el reciclaje en nuestro país. Acompañados por Amcor estamos desarrollando la cadena de reciclaje de PET en Colombia, mediante la implementación de sistemas e infraestructura para darle al material PET ámbar un nuevo uso. Desde Bavaria **invitamos a nuestros consumidores a reciclar** este residuo de las botellas de Pony Malta y Malta Leona para convertirlas en resina rPET que puede ser usada, posteriormente,



en la fabricación de botellas PET con alto contenido reciclado de alta calidad y así implementar nuevas alternativas que nos permitan cumplir con la meta de la compañía para 2025.

ALIANZAS

G12

Entendiendo el compromiso que tenemos las empresas para contribuir con el desarrollo sostenible de Colombia, desde hace más de un año 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.



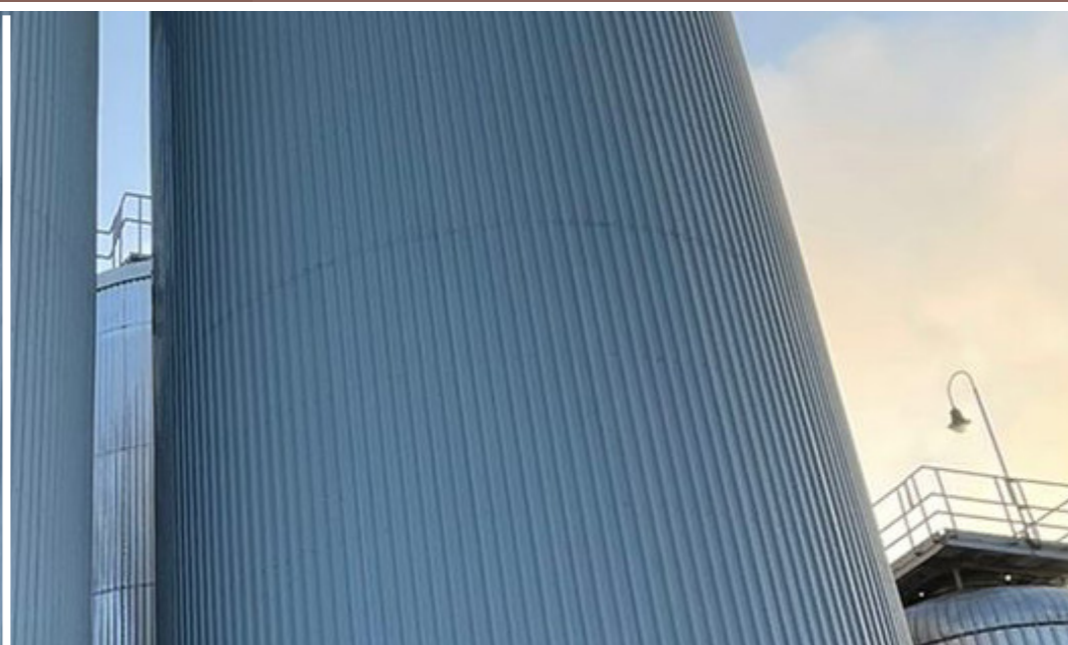
Buscamos avanzar unidos como país, orientados por el cumplimiento de la Agenda 2030 y los compromisos del Acuerdo de París.

CAMPAÑA

#MEVACUNOPORTIYPORMÍ

Bajo la gran apuesta del Gobierno Nacional de vacunar contra la COVID-19, de manera gratuita, a más de 35 millones de colombianos y de esta manera contribuir a la reactivación del país, en alianza con Alquería, Caracol Televisión, Coca-Cola Colombia y la Fundación Santo Domingo promovimos la vacunación consciente y el autocuidado. Este movimiento social **se basó en el valor de la solidaridad y el interés por el bienestar colectivo**, para contribuir a la protección de la salud e integridad de los ciudadanos.





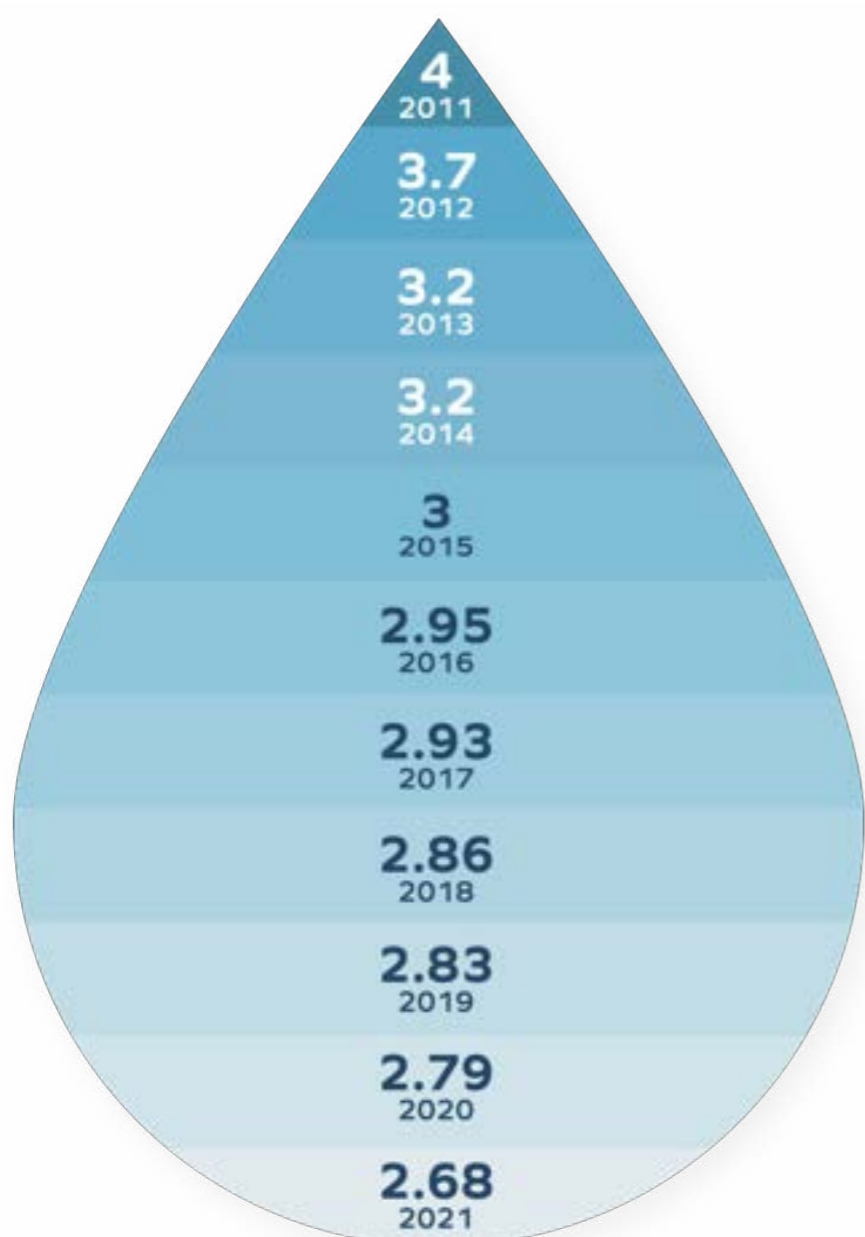
Consumo eficiente del Agua



El agua es el principal ingrediente de la cerveza. En consecuencia, estamos comprometidos con su protección y su uso responsable y eficiente para asegurar la calidad y disponibilidad de este recurso, fundamental para la producción cervecera, en las fuentes hídricas que surten las operaciones y las comunidades circundantes.

Actualmente, a nivel global, tenemos una meta de 2.5 hectolitros de agua por hectolitro de cerveza, por lo que constantemente innovamos y ejecutamos iniciativas que nos permitan reducir el uso del recurso en nuestras plantas.

Reconocemos el trabajo de las operaciones en Tocancipá y Boyacá, que alcanzaron y superaron la meta para 2021, así como los esfuerzos de todas las plantas que contribuyeron a lograr un valor histórico de consumo de 2.68 hl agua/hl envasado, acercándonos cada vez más a nuestro objetivo. Este resultado, comparado con los datos de consumo de 2020, representó una reducción del 4 % en el año, que se suma al acumulado de 30 % desde el 2011, cuando nuestro consumo era de 4 hl de agua/hl de cerveza.

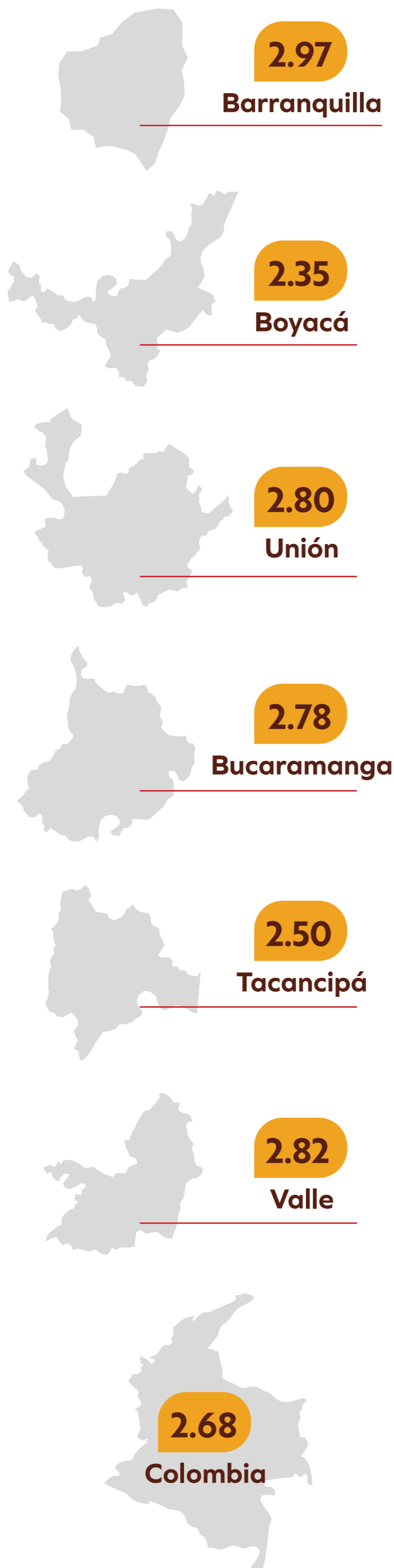


TENEMOS UNA META DE 2.5hl DE AGUA POR HECTOLITRO DE CERVEZA

Logramos 2.68 hl agua/hl envasado

CERVECERÍA

Consumo de agua
[hl agua/hl envasado]



MALTERÍA

Consumo
[m³ agua/tonelada de malta]



Nuestra agua proviene tanto de captación de fuentes superficiales como de los acueductos locales. En 2021 el volumen total por fuente fue de:



Totales
7 750 856 m³



Finalmente, los vertimientos totales de 2021 correspondieron a

4 488 865 m³



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.

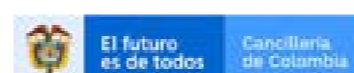
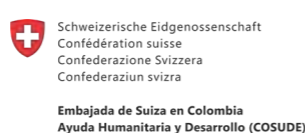
miPáramo



Los páramos son un ecosistema estratégico y fundamental en la producción de agua en el país. **Colombia posee más del 50 % de los páramos del mundo** y se estima que más del 85 % del agua que es utilizada para consumo, así como para producción agrícola, industrial y energética, proviene de estos ecosistemas.

Gracias a Agua Zalva hemos afianzado nuestra gran apuesta por los páramos de Colombia. Por cada botella vendida garantizamos la protección de un metro cuadrado de bosque alto andino, a través del proyecto miPáramo. En 2021, por medio del esfuerzo conjunto con Alianza Biocuenca, en el páramo de Santurbán, nos enfocamos en fortalecer nuestras acciones en el departamento de Santander donde **impactamos 2.229 nuevas hectáreas para un total de 8.256 hectáreas protegidas.**

Aliados:



Aliados:



miPáramo Guerrero



En 2021 le apostamos, igualmente, al escalonamiento del modelo de intervención miPáramo, llevándolo al páramo de Guerrero, en el departamento de Cundinamarca. Desde marzo de 2021, junto a la Alianza Biocuenca, GIZ y Cosude, **replicamos nuestra metodología de intervención en cinco nuevos municipios: Zipaquirá, Subachoque, Tabio, Cogua y Tausa.** Este nuevo proyecto hace parte de la Corporación Agua Somos, el nuevo Fondo de Agua de Bogotá del cual somos socios promotores, y permitirá desarrollar iniciativas mediante alianzas público-privadas en todo el territorio de la cuenca del río Bogotá.

En nuestro esfuerzo por visibilizar la problemática de los páramos y generar conciencia sobre la importancia que estos tienen en nuestro día a día, nos aliamos con Caracol Radio, el Instituto Humboldt, Conservation International, el PNUD y Chevrolet en la Expedición Páramo. **Fueron cinco semanas durante las cuales recorrimos los complejos de Santurbán, Almorzadero, Guantiva-La Rusia, Chingaza-Guerrero y Sumapaz.** Gracias a una gran difusión de contenido radial, digital, videos y testimonios, pudimos llegar a una amplia audiencia.

	miPáramo SANTURBÁN	miPáramo GUERRERO
HECTÁREAS PROTEGIDAS	2229	293
HECTÁREAS CONSERVADAS	1931	213
HECTÁREAS REFORESTADAS	103	20
HECTÁREAS DE APOYO A PRODUCCIÓN SOSTENIBLE	195	60
FAMILIAS BENEFICIADAS	416	127
PREDIOS VINCULADOS	426	134
ÁRBOLES SEMBRADOS	61800	12 408

JÓVENES POR LOS PÁRAMOS



En Bavaria creemos en los jóvenes y en el liderazgo que estos pueden tener en las regiones. En el 2021 tuvimos nuestra primera cohorte de “Jóvenes por los Páramos”, programa que se trabajó en asocio con Colombia Joven, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Parques Nacionales Naturales de Colombia, la Universidad EAN y Agua Zalva. Mediante una convocatoria abierta se presentaron más de 500 aspirantes de todo el territorio nacional, de la cual, después de un arduo proceso de selección, **escogimos a 37 jóvenes líderes de distintos rincones de la geografía nacional,** que se convirtieron en embajadores de cada uno de los páramos de nuestro país. Nuestros embajadores recibieron un programa de formación especialmente diseñado para ellos y pudieron hacer visitas de campo al Parque de los Nevados y a Chingaza.



Con el apoyo de Bavaria,

Alianza Biocuenca y miPáramo, mi gran proyección es producir un café especial y que mi municipio sea reconocido por mi café orgánico.

Gladys Echavez

Beneficiaria del proyecto miPáramo Santurbán – Pamplonita, Norte de Santander



Agricultura



SIEMBRA BAVARIA



Bavaria es la principal empresa cervecera en Colombia con presencia nacional, representada en una gran variedad de productos. Para elaborarlos, utilizamos materia prima tanto nacional como importada, razón por la cual hemos venido trabajando en el desarrollo del cultivo de cebada cervecera en el país a través del programa Siembra Bavaria.

Con el desarrollo de investigación en semillas y las zonas aptas para su cultivo, en 2017 involucramos a los agricultores para que hicieran parte de una alianza productiva, que incluía beneficios económicos, asesoría técnica y mejoras tecnológicas.

Gracias al ejercicio de caracterización de agricultores y sus necesidades, en 2021 enfocamos nuestros esfuerzos en realizar el acompañamiento y fortalecimiento de 13 asociaciones existentes en Cundinamarca y Boyacá, con una apuesta en el empalme generacional, el empoderamiento de la mujer rural y la apropiación digital. Para esto, realizamos un proceso de fortalecimiento de 20 horas de formación in situ con tres enfoques principales: financiero, asociativo y técnico-comercial. A través de este proceso, **logramos impactar 325 agricultores que mostraron su interés en sembrar cebada con Bavaria a partir del 2022.**



En materia de relevo generacional, desarrollamos un proceso de formación de jóvenes rurales donde seleccionamos a 32 participantes, de una convocatoria de más de 220 aplicantes de varios municipios de Boyacá y Cundinamarca, en el cual fortalecimos habilidades blandas, asociatividad, gestión técnica y comercial y planeación. Para este proceso, contamos con el apoyo de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) que, en el marco del convenio suscrito con el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), lanzó una propuesta de formación virtual en la plataforma de Crehana.

El resultado obtenido fue muy positivo, dado que los 32 jóvenes formados realizaron un trabajo de consultoría con las 13 asociaciones durante un mes para concretar planes de acción, acompañar y apoyar la evolución de las organizaciones posterior al proceso de fortalecimiento.

Adicionalmente, por medio del programa de agricultura por contrato para la siembra de cebada, vinculamos a 273 agricultores que sembraron y cosecharon 3121 toneladas de este producto para nuestra producción de cerveza.

En el marco de nuestro programa tuvimos tres (3) grandes hitos durante el año:

1

Incremento del precio de compra al agricultor

2

La implementación de BanQu

3

Lanzamiento de una nueva cerveza a base de yuca

Con relación al primero, incrementamos a 1218 pesos el precio de compra del kilogramo de cebada, haciendo más competitivo el programa respecto a otras ofertas en el mercado que evitaron la vinculación de agricultores en el primer semestre del año. Por otra parte, implementamos una plataforma digital que incorpora elementos de blockchain de forma sistemática y simple para que la Compañía pueda tener visibilidad de toda la cadena de abastecimiento.



Con dicha plataforma, realizamos un piloto con

107 agricultores

aportando a la transparencia del proceso hacia el agricultor y el reconocimiento de este a lo largo de todo el proceso productivo.



“

El impacto del programa

es muy importante porque permite unir el tejido social de la asociatividad y fortalecerlo.

Leidi Yohana Ramirez

Becaria Programa Jóvenes Siembra Bavaria

NATIVA

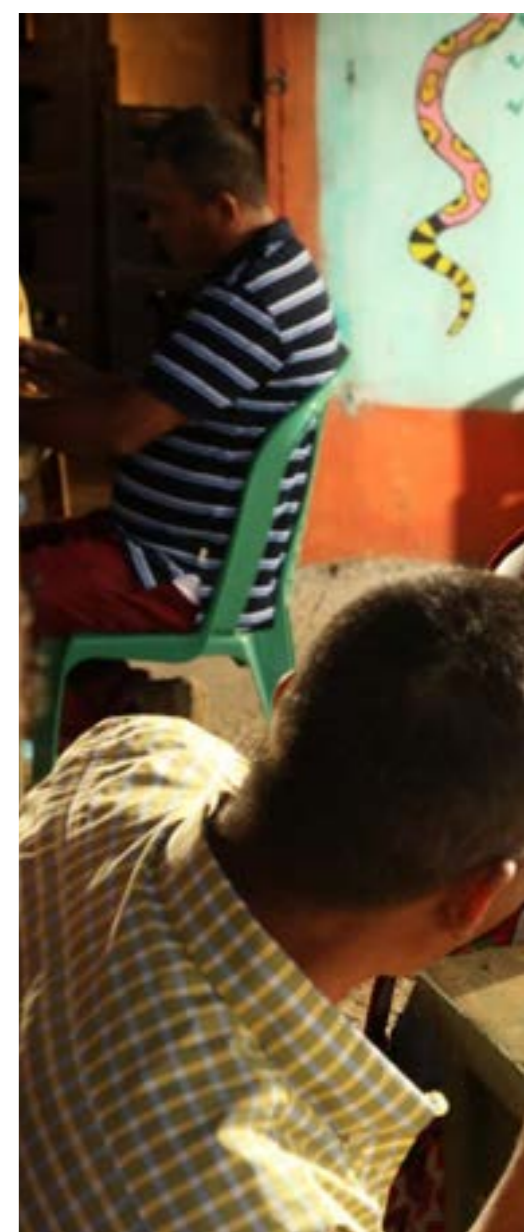


En 2021, el lanzamiento de la nueva cerveza Nativa a base de yuca marcó un hito en nuestra historia, no solo en materia de innovación, sino también por ser una apuesta decidida a contribuir significativamente al progreso de la región Caribe. En el desarrollo de Nativa, las comunidades fueron las protagonistas, pues a través del trabajo articulado con asociaciones de productores y aliados comerciales, adquirimos la materia prima necesaria por parte de pequeños y medianos agricultores de Córdoba y Sucre, siguiendo el modelo de agricultura por contrato. **Este esquema les asegura a los campesinos la compra directa de sus productos bajo condiciones justas de mercado, apalancando los procesos productivos locales y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades involucradas.**



Con este proyecto impactamos

150 agricultores de yuca amarga en Sucre y Córdoba quienes entregaron 423 toneladas de almidón de yuca **cultivadas en 130 hectáreas.**



Tenemos muchos obstáculos

pero ahora que llegó Nativa estamos dispuestos a sembrar 200 hectareas en la asociación.

Miguel Martinez

Agricultor beneficiario del programa



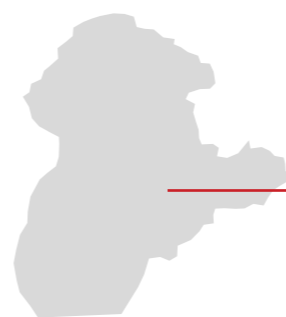
SUCRE



99 Agricultores

297 Beneficiarios Indirectos

CÓRDOBA



51 Agricultores

153 Beneficiarios Indirectos



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





#MEUNO

#MeUno es el programa de voluntariado de Bavaria y la Fundación Bavaria, a través del cual creamos experiencias que movilizan voluntarios con el ánimo de proteger y conservar el medio ambiente.

En 2021, debido a los efectos de la pandemia y las restricciones asociadas al manejo de la COVID-19, disminuyó la cantidad de voluntarios convocados. Tras realizar una encuesta a nuestros colaboradores y voluntarios externos, identificamos que el 83 % estaban interesados en realizar actividades ambientales, ante lo cual optamos por continuar con la siembra masiva de árboles.



Participé en el programa

porque en pandemia sentí una gran necesidad de ser solidaria. Aporté mi granito de arena para la reactivación de la economía del país haciendo lo que sé hacer... ayudando a la gente a cambiar.

Andreina Quijada,

Voluntaria programa Todos Unidos
Change Management Manager Bavaria

En alianza con

el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el Ejército Nacional, ProColombia y más de 55 aliados:

Sembramos



75 885 árboles en Bogotá y los departamentos de Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia, Boyacá, Bolívar, Atlántico, Santander y Norte de Santander.

Durante estas jornadas contamos con la participación de nuestros colaboradores, miembros de la fuerza pública, autoridades ambientales y aliados locales como los fondos de agua, jardines botánicos, empresas y fundaciones que también buscan apoyar y contribuir en la custodia del agua y la preservación del medio ambiente.

Por otro lado, se lanzó la convocatoria a los empleados de Bavaria para participar en el programa Todos Unidos, una alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá, Corona, Tigo, Colombina, Alpina, Grupo Argos, Sodimac Colombia y Grupo Bolívar - Davivienda. A través de este programa, nuestros voluntarios tuvieron la oportunidad de capacitar a pequeños y medianos empresarios que hacen parte de la cadena de valor de las empresas participantes, con el fin de mejorar su competitividad. Para ello, se ofrecieron distintas modalidades en las cuales los empresarios pudieron interactuar y capacitarse con los voluntarios en temas como estrategia e innovación, mercadeo y ventas, planeación financiera, productividad y transformación digital.



En cuanto a Mentores sin Fronteras, nuestra alianza con ProColombia, invitamos a los trabajadores a donar dos horas de su tiempo libre cada dos semanas para acompañar a niños entre los 6 y 14 años en su proceso educativo. En 2021 contamos con más de 65 voluntarios que apoyaron a más de 70 niños y jóvenes donando más de 1020 horas.





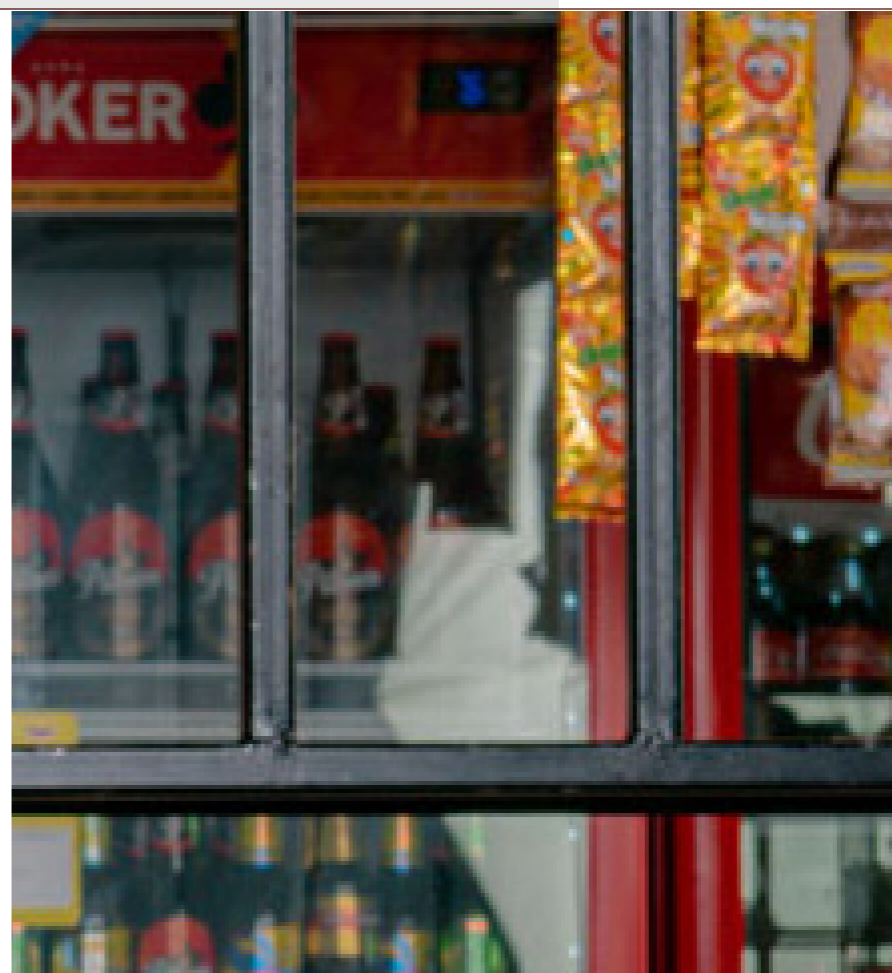
SOCIAL



LOGRAMOS
NUESTRA META
DE IMPACTAR A

10
MILLONES
DE PERSONAS

Esto es solo el comienzo
para crear comunidades
resilientes y ecosistemas
sostenibles.



NUESTRAS COMUNIDADES

ESTE AÑO LOGRAMOS UNA DE NUESTRAS METAS MÁS AMBICIOSAS:

impactar positivamente a +10 millones de personas.

Para lograr este gran hito, trabajamos de forma estrecha con la Fundación Bavaria, asegurándonos de tener un impacto social cuantificable en nuestros proyectos bandera: emprendimiento, agua, consumo responsable, economía circular y agricultura inteligente. Estamos seguros de que este es solo el comienzo para crear comunidades resilientes y ecosistemas sostenibles, con miras a lograr un futuro en el que tengamos más motivos para brindar.



<p>1 FIN DE LA POBREZA</p>	<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>
-----------------------------------	------------------------------------	---	---

EMPRENDEDORAS



Emprendedoras
BAVARIA

En el 2021 el programa Emprendedoras Bavaria logró culminar con éxito su versión más retadora y ambiciosa: atender a más de 15 000 tenderas en condición de vulnerabilidad. Por primera vez en su historia, la iniciativa contó con el respaldo del Gobierno Nacional por medio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Colombia Productiva, donde a través de la Alianza Mujeres Más Productivas se beneficiaron 15 177 personas entre población vulnerable y víctimas de la violencia, en más de 500 municipios y 27 departamentos del territorio nacional. **Con estos resultados, completamos un total de 40 384 beneficiarias, acercándonos a nuestro sueño de transformar la vida de 50 000 mujeres tenderas en Colombia.**

Estamos seguros de que esto es solo el comienzo para crear comunidades resilientes y ecosistemas sostenibles y lograr un futuro con más motivos para brindar.

SUEÑO 2022: TRANSFORMAR LA CALIDAD DE VIDA DE 50.000 TENDERAS EN COLOMBIA A TRAVÉS DEL INCREMENTO DE SUS INGRESOS, EMPODERAMIENTO FEMENINO Y DESARROLLO DE CAPACIDADES

<p>FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL</p>	<p>EMPODERAMIENTO FEMENINO</p>	<p>APROPIACIÓN DIGITAL</p>	<p>HERRAMIENTAS PRODUCTIVAS</p>	<p>INCLUSIÓN FINANCIERA</p>
<p>Formación in-situ y virtual personalizada</p>	<p>Capacitación en Liderazgo Empresarial Femenino</p>	<p>Plataforma de capacitación E-learning</p>	<p>Estrategias de fidelización comercial</p>	<p>Acceso a Microcréditos y ahorros para la vejez</p>
<p>Formación basada en competencias</p>	<p>Red de Apoyo Virtual Tenderas Bavaria</p>	<p>Adaptación al mercado con herramientas digitales comerciales</p>	<p>Incentivos para el crecimiento de los negocios</p>	<p>Asesoría financiera personalizada</p>

MEDICIÓN DE IMPACTO & ALIANZAS ESTRATÉGICAS

A partir de los aprendizajes del 2020 y frente a la importancia de fortalecer las habilidades digitales de nuestras tenderas, desarrollamos en 2021 una plataforma de e-learning y un aplicativo móvil que impulsó la formación bajo una atención virtual y presencial personalizada. Asimismo, implementamos un pilar de infraestructura con el objetivo de incluir herramientas productivas para los negocios y ayudar a robustecer las tiendas. De esta manera, logramos entregar más de 12 400 elementos productivos como neveras, mobiliario, bicicletas, kits de bioseguridad, bandejas de cerveza, entre otros.

Gracias a la combinación de estos componentes, nuestras emprendedoras tienen hoy un 14.3 % más probabilidades de generar empleos en sus negocios.

Para 2021 aseguramos la continuidad del proceso de medición de impacto, cuyos resultados evidenciaron que **las mujeres que participaron en el programa durante ese año aumentaron sus ingresos diarios en un 38.6 %, además de lograr un crecimiento del 18.8 % en el uso de canales digitales para la promoción y venta de productos.** De igual forma, tras la participación en esta estrategia, las mujeres aumentaron su sentido de pertenencia al negocio y mejoraron su percepción de sí mismas.

En cuanto al componente de inclusión financiera este año contamos con aliados como Bancamía, que entregó más de 4000 millones de pesos en microcréditos a nuestras tenderas. Además, trabajamos de la mano con Colpensiones para **fomentar la cultura del ahorro, logrando un aumento del 10.8 % en la probabilidad de acceso a sistemas de pensión y un incremento del 29 % en la probabilidad de ahorro de nuestras emprendedoras.**

Durante el 2022 continuaremos trabajando con el Ministerio de Comercio, Industria y



**NUESTRAS EMPRENDEDORAS
AUMENTARON SUS INGRESOS EN UN
38.6 %**

**CRECIMIENTO DEL
18.8 %
EN EL USO DE CANALES DIGITALES**

Turismo y Colombia Productiva, con los que renovamos nuestra alianza Mujeres más productivas, para lograr atender 7750 mujeres en condición de vulnerabilidad. Mantenemos nuestra promesa de mejora continua a través de la implementación de cambios al programa de acuerdo con los resultados obtenidos, incluyendo un pilar de empoderamiento enfocado en liderazgo empresarial femenino y en la creación de redes de apoyo entre las tenderas participantes.

Igualmente, posicionaremos a Emprendedoras Bavaria como un programa modelo que incida en la toma de decisiones de políticas públicas para favorecer el canal tradicional y el emprendimiento en Colombia. Por este motivo, seguiremos trabajando en alianza con Fenalco, el PNUD, la Fundación Mario Santo Domingo, Bancamía, Colpensiones, Natura, la Unidad para la Atención y la Reparación Integral a las Víctimas y la Fundación Bavaria, entre otros aliados.

Incremento del 29 % en la probabilidad de ahorro de nuestras Emprendedoras.



100+ ACCELERATOR



SE HAN ACELERADO 71 EMPRENDIMIENTOS EN MÁS DE 28 PAÍSES

La Aceleradora 100+ es una plataforma creada por nuestra casa matriz AB InBev para involucrar a nuevas empresas innovadoras en temas de sostenibilidad, apoyar el desarrollo de pilotos y promover el escalamiento de estos proyectos. Desde su creación, en 2018, **se han acelerado 71 emprendimientos en más de 28 países.**

35 PILOTOS EN EL MUNDO

En el 2021, tres de las compañías de consumo masivo más grandes del mundo, The Coca-Cola Company, Colgate-Palmolive y Unilever, se unieron a la aceleradora con el objetivo de trabajar conjuntamente y apalancar la adopción de la innovación sostenible. Juntas, las cuatro empresas, **están implementando 35 pilotos alrededor del mundo para transformar sus cadenas de suministro globales**, abordando diferentes retos como empaques circulares, energía renovable, administración de recursos hídricos, agricultura inteligente y upcycling, también conocido como suprareciclaje.

EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO LITRO DE LUZ

En la edición del 2021, el emprendimiento colombiano de energía solar **Litro de luz** fue seleccionado como uno de los ganadores. Este desarrollo, que lleva luz pública e internet a regiones no interconectadas, implementará dos proyectos respaldada por la aceleradora en Ecuador y en Honduras.

CORONA CHALLENGE

A nivel regional contamos con Corona Challenge, un programa diseñado para encontrar soluciones a problemas de sostenibilidad. A diferencia de la Aceleradora 100+, **esta iniciativa apoya el desarrollo de ideas donde los proyectos seleccionados pasan por etapas de preincubación, incubación y aceleramiento.** Adicionalmente, las propuestas escogidas tienen la oportunidad de vincularse con las áreas internas de Bavaria y AB InBev, además de recibir asesorías para conocer a fondo las problemáticas que requieren solución.

En 2021 tuvimos un emprendimiento en fase de incubación y otro en fase de escalamiento. El primero es **Centinela, El guardián de los páramos**; una propuesta de monitoreo de indicadores ambientales en tiempo real como apoyo al proyecto miPáramo. El segundo es **Resiter**, el cual busca aprovechar el bagazo, coproducto del proceso cervecero, estableciendo un proceso de producción de harina alimenticia.



CENTINELA & RESITER EMPRENDIMIENTOS SELECCIONADOS



CONSUMO RESPONSABLE

En Bavaria promovemos el **consumo responsable** con el objetivo de desincentivar el uso nocivo de bebidas alcohólicas y alentar a nuestros aliados a trabajar de manera conjunta y permanente para que la sociedad desarrolle hábitos saludables y evite los excesos.

Nuestro compromiso global se basa en el objetivo de la Organización Mundial de la Salud de reducir al menos en un 10 % el consumo nocivo de alcohol en todos los países para 2025 y el **Objetivo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas** de salud y bienestar, orientado a fortalecer la prevención de este problema a nivel mundial.



Para aportar a dicho propósito, hemos definido dos grandes frentes de acción: la promoción de consumo responsable en adultos y la prevención de consumo de alcohol en menores de edad.

PROMOCIÓN DE CONSUMO RESPONSABLE EN ADULTOS

En 2021 lanzamos oficialmente los logos de autorregulación que buscan promover la moderación a través de tres mensajes clave: **tomar despacio, comer antes y durante la ingesta de alcohol y mantenerse hidratado.** Estos mensajes fueron impresos en más de 110 millones de multiempaques de nuestras principales marcas de cerveza: Águila, Club Colombia, Póker y Pilsen. El impacto de la iniciativa fue medido a través de una evaluación en grandes superficies realizada por Dunnhumby y la Corporación Nuevos Rumbos. Los resultados de esta medición muestran que el 87 % de los participantes consideran importante que las empresas brinden este tipo de información a los consumidores. Asimismo, reconocen a la industria cervecera como la que más recomendaciones provee sobre consumo responsable, asociando a Águila, Club Colombia y Póker como marcas con alto impacto positivo en este tema.

TIPS DE BAVARIA



FUERON IMPRESOS +110 MILLONES DE MULTI EMPAQUES CON MENSAJES DE MODERACIÓN DE CONSUMO DE ALCOHOL



Adicionalmente, desarrollamos la plataforma web Vive Responsable, para dueños de establecimientos y entidades públicas, con información relevante y recomendaciones de venta de alcohol que incentivan el consumo responsable en puntos de venta, de cara a la reapertura económica. Apalancándonos en esta iniciativa, celebramos el Día del Consumo Responsable de Cerveza (Global Beer Responsible Day) en el mes de septiembre, en donde **movilizamos a 3000 trabajadores y llegamos a más de 40 000 puntos de venta en el país,** con un mensaje claro de moderación que invitaba a los tenderos a promover una reapertura económica segura y responsable. Para esta celebración contamos con la participación de 50 alcaldías, secretarías locales, Fenalco, la Policía Nacional y Asobares, que también se sumaron a la movilización presencial en toda Colombia.



PREVENCIÓN DE CONSUMO EN MENORES



En el área de prevención de consumo de alcohol en menores de edad dimos inicio por segundo año consecutivo al programa Juego Limpio, prevención a través del deporte. **La meta alcanzada fue de 11 801 estudiantes de Medellín, Soacha, Barranquilla y Cali, a los que se sumaron 3950 menores de edad de las zonas aledañas a las organizaciones operadoras, llegando a un total de 15 751 menores de edad impactados.** Además, realizamos transferencias metodológicas a docentes de instituciones educativas en las cuatro ciudades donde tenemos operación.

Con relación a este tema, y por tercera vez, financiamos el estudio de consumo de alcohol en menores de edad, desarrollado por la Corporación Nuevos Rumbos, cuyos resultados se presentaron durante la firma oficial del Gran Pacto por la prevención del consumo de alcohol en menores de edad, promovido por la Fundación Bavaria, la Corporación Nuevos Rumbos, Fútbol con Corazón y la Fundación Selección Colombia, entre otros aliados, con el objetivo de fomentar el trabajo articulado alrededor de la cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad.

Finalmente, lanzamos la campaña Menores sin Alcohol, donde establecimos que en todos los contratos de patrocinio con clubes de fútbol se debe usar el logo

#MenoresSinAlcohol en las camisetas de los jugadores menores de edad, en reemplazo del de Cerveza Águila.

Asimismo, con el apoyo de Dimayor, extendimos la invitación a los 35 clubes del Fútbol Profesional Colombiano a sumarse a la iniciativa #MenoresSinAlcohol, ampliando el propósito de reemplazar los logos de otras marcas de bebidas alcohólicas en las camisetas de todos estos deportistas, tanto en la categoría masculina como en la femenina.



FIRMA DEL GRAN PACTO POR LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES DE EDAD

INVITACIÓN A 35 CLUBES
DEL FÚTBOL PROFESIONAL A
SUMARSE A LA INICIATIVA

#MENORESSINALCOHOL





ANTES



DESPUÉS

OBRAS POR IMPUESTOS

En 2021 trabajamos en la donación de dotación escolar para colegios en 15 municipios de áreas Zomac (Zonas más afectadas por el Conflicto Armado) y PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) del piedemonte caqueteño, como parte del mecanismo de obras por impuestos. **En total realizamos una inversión de 5 807 047 451 pesos y beneficiamos a 27 095 estudiantes.**

MUNICIPIOS INTERVENIDOS

- Morelia
- Valparaíso
- Solita
- Solano
- San Vicente del Caguán
- San José del Fragua
- Puerto Rico
- Albania
- Milán
- La Montañita
- El Paujíl
- El Doncello
- Curillo
- Cartagena del Chairá
- Belén de los Andaquíes





CULTURA
#BEEROFFICE

En Bavaria sabemos que nuestro mayor activo es la gente y que sin ella no podríamos cumplir el gran sueño de transformar a Colombia. Por eso, apoyándonos en el 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.**



<p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>
----------------------------	-----------------------------	--	--

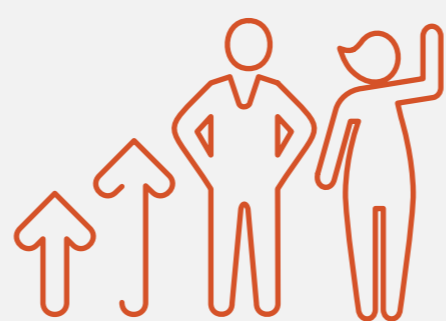


En 2021 nuestro equipo creció: **contamos con 4456 colaboradores directos**, de los cuales **77 % son hombres y 23 %, mujeres**. Nos sentimos orgullosos de poder decir que, del total de nuestros colaboradores, 1106 corresponden a nuevas incorporaciones, sumadas desde las diferentes regiones del país a esta gran familia, para seguir trabajando por Colombia.

Bajo nuestro principio de seleccionar, desarrollar y retener personas que puedan ser mejores que nosotros, le apostamos al talento, entendiendo que ni la edad, la región o el sexo determinan su calidad.

Número total y tasa de nuevas contrataciones de empleados durante el 2021 por edad, sexo y región

	REGIÓN NORTE		REGIONAL ANDES		REGIONAL CENTRO		REGIONAL NORTE		REGIONAL SUR/ OCCIDENTE		TOTAL	
	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER	HOMBRE		
18-25	12	12	26	38	110	132	3	16	30	46	425	38%
26-35	11	20	16	41	144	220	8	18	13	55	546	49%
36-45	5	7	1	7	22	62	1	2	3	10	120	11%
46-50	-	1	-	2	3	8	-	-	1	-	15	1%
TOTAL	28	40	43	88	279	422	12	36	47	111	1106	100%



390 ASCENSOS



177 MOVIMIENTOS LATERALES

Adicionalmente, tuvimos **390 ascensos y 177 movimientos laterales**, con los que se reconocieron a esos colaboradores destacados en el 2021 por su arduo trabajo. Ellos representan fielmente los principios de nuestra cultura y cuentan con un gran potencial de desarrollo.



PROGRAMAS DE TALENTO



Como compañía contamos con diferentes programas para el desarrollo de nuestros colaboradores y la selección de los mejores profesionales. A continuación, relacionamos los principales resultados obtenidos en 2021.

GLOBAL MANAGEMENT TRAINEE

Tras un largo proceso de selección **con más de 7000 aplicaciones a nivel nacional**, en 2021 fueron seleccionados seis 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 Economía, Administración de Empresas e Ingeniería.

MARKETING TRAINEE

En 2021 lanzamos por primera vez el programa Marketing Trainee, mediante una galería de criptoarte con tecnología NFT para impulsar y encontrar el mejor talento de marketing digital del país. **De 3880 inscritos de talento especializado en data, seleccionamos a cuatro jóvenes destacados.**



“ En Bavaria creemos en la transformación digital

y en la innovación como la clave para seguir acompañando a los colombianos por 130 años más. Innovar es para nosotros nuestro presente y nuestro futuro, es por ello que, hoy estamos orgullosos de lanzar la primera convocatoria de Bavaria y AB InBev a nivel mundial enfocada a encontrar, reclutar y formar al mejor talento de marketing digital de Colombia.

Thor Borresen

Vicepresidente Marketing
Colombia Bavaria

TRAINEES SUPPLY

En este programa **buscamos formar a los futuros líderes de nuestra área de Supply (manufactura), entrenándolos en alguna de nuestras plantas productivas** y haciéndolos rotar por las áreas de seguridad, maltería, elaboración, envasado, calidad e ingeniería, servicios industriales y sostenibilidad. En nuestra última convocatoria se inscribieron 6264 personas, aproximadamente 20 % más que en la anterior, de entre quienes fueron elegidos 13 nuevos talentos.

**SE INSCRIBIERON
6264 PERSONAS**

+20%
QUE LA ÚLTIMA CONVOCATORIA

+13 TALENTOS
PARA EL ÁREA DE SUPPLY



TALENTOS LOGÍSTICOS Y COMERCIALES

A través de este programa buscamos jóvenes con alto potencial y que puedan traer a las áreas nuevos puntos de vista. Los seleccionados tienen la oportunidad de crecer dentro de la compañía en las áreas de Logística y Comercial. **Para 2021 la convocatoria realizada tuvo como resultado 6222 aplicaciones para Comercial y 7176 para Logística, de las cuales salieron seleccionados 15 y 17 jóvenes, respectivamente.**

ÁREA COMERCIAL
6222 APLICACIONES
+15 TALENTOS

ÁREA LOGÍSTICA
7176 APLICACIONES
+17 TALENTOS



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





PROGRAMAS DE DESARROLLO



Cada año nos esforzamos por implementar diferentes programas que nos permitan desarrollar y fortalecer las habilidades en nuestros colaboradores de 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 2021 llevamos a cabo varios programas globales y locales, entre los cuales se destacan.

PROGRAMAS GLOBALES

Con base en nuestro compromiso de implementar programas alineados con la formación de nuestros líderes en 2021, **más de 300 colaboradores tuvieron la oportunidad de capacitarse** 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 para estos programas globales durante el año.**

COACHING MUJERES LÍDERES

De acuerdo con nuestro compromiso de lograr la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres al interior de la compañía, en 2021 mantuvimos el programa Coaching Mujeres Líderes, el cual busca seguir proyectando a nuestras colaboradoras en cargos de liderazgo. **Este año, contamos con la participación de 18 mujeres con alto potencial, quienes aceptaron el reto de romper los techos de cristal recibiendo retroalimentación personalizada.** Para este programa se invirtieron, aproximadamente, 10 500 dólares estadounidenses (USD).



PROGRAMAS LOCALES

En 2021 realizamos cuatro programas locales que apuntaron al fortalecimiento de las habilidades técnicas y de liderazgo de un grupo de 320 colaboradores de diversas áreas, quienes participaron y destinaron más de 40 horas para su formación. Beerboss Advance, Futuros Beerboss, Senior Beerboss y Logistics Beerboss fueron los programas impartidos y cada uno contó con más de ocho temáticas.



320 COLABORADORES PARTICIPARON Y DESTINARON +40 HORAS EN FORMACIÓN



1770 COLABORADORES INSCRITOS EN PLATAFORMA

UNIVERSIDAD MAZ

En 2021 contamos con 1770 colaboradores inscritos en nuestra plataforma virtual de formación en la cual se actualizaron cursos como el Código de Conducta, de carácter obligatorio para todo nuestro personal.



ENTRÉNATE COMERCIAL

Entrénate Comercial es un programa dirigido a nuestra gente del área Comercial que cuenta con 47 temáticas de entrenamiento (entre videos e infografías). **En 2021, un total de 1735 colaboradores directos e indirectos hicieron parte de él, sumando más de 2000 horas de formación.**



1735 COLABORADORES
PARTICIPARON Y DESTINARON
+2000 HORAS EN FORMACIÓN



382 COLABORADORES
PARTICIPARON Y DESTINARON
+400 HORAS EN FORMACIÓN

ENTRÉNATE CANAL MODERNO

En 2021, un grupo de **382 colaboradores directos e indirectos** se capacitaron a través de 35 entrenamientos y más de 400 horas de formación.





BENEFICIOS PARA NUESTRA GENTE



<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>
------------------------------------	---	---

En la búsqueda por ser el mejor lugar para trabajar, nos esforzamos por apoyar a nuestros colaboradores no solo en su desarrollo profesional, sino personal. Por ello, sujetos a la sociedad y al régimen al que pertenecen, 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 2021 invertimos más de 49 000 millones de pesos que fueron distribuidos de la siguiente manera:

CONCEPTO	PERSONAS IMPACTADAS	MONTO
MEJORES ESTUDIANTES	361	\$1 560 715 465
AUXILIO EDUCATIVO	3020	\$3 311 240 294
AUXILIO MEDICINA PREPAGADA	38 346	\$9 876 642 317
AUXILIO ÓPTIMO	1090	\$202 357 362
OTROS AUXILIOS	1681	\$925 591 395
PRÉSTAMO DE ESTUDIOS	11	\$115 640 000
PRÉSTAMO DE VEHÍCULO	84	\$2 608 520 392
PRÉSTAMOS DE VIVIENDA	374	\$31 068 476 565
OTROS PRÉSTAMOS	39	\$273 406 333
TOTAL GENERAL	45 006	\$49 942 590 123

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

TU FAMILIA FELIZ

El programa Tu Familia Feliz brinda apoyo a nuestros colaboradores que por alguna razón se enfrentan a una dificultad en el momento de la gestación. **A través de este, ayudamos a las familias brindándoles apoyo económico para que puedan realizar procesos de fertilización.** Además, contamos con una serie de convenios con clínicas de fertilidad especializadas en donde se pueden realizar estos procedimientos a un menor costo y con facilidades para acceder a sesiones con expertos para solucionar sus inquietudes. En 2021, tuvimos 74 colaboradores inscritos, entre ellos una persona perteneciente a la comunidad LGTBI, que fueron beneficiados por este programa, en el que se invirtieron aproximadamente USD 15 000.

FAMILIAS FELICES

Este programa busca ofrecer a nuestros colaboradores alternativas para un regreso escalonado al trabajo, ayudándolos en el proceso de maternidad o paternidad. En 2021 tuvimos 168 beneficiarios, 62 cuidadores primarios y 106 cuidadores secundarios, que durante y después de la etapa de embarazo pudieron acceder a bonos médicos de USD 50, kits de bienvenida con cámaras de monitoreo, regalos para el bebé y para los beneficiarios, charlas pregrabadas según la etapa del embarazo, parqueaderos preferenciales para las mujeres embarazadas y salas de lactancia en las instalaciones de la compañía. Adicionalmente, 53 colaboradores se acogieron al permiso parental, 21 mujeres accedieron a las 26 semanas de licencia de maternidad y 32 hombres accedieron a las 6.3 semanas de licencia de paternidad.



Son de esas cosas que

hasta que no te pasa, no lo puedes entender. Pero nos sentimos completos, Mar ha llegado a completar nuestra vida, hace que seamos una familia

Miguel Merino

Director Global de Corona.
Beneficiario Tu Familia Feliz

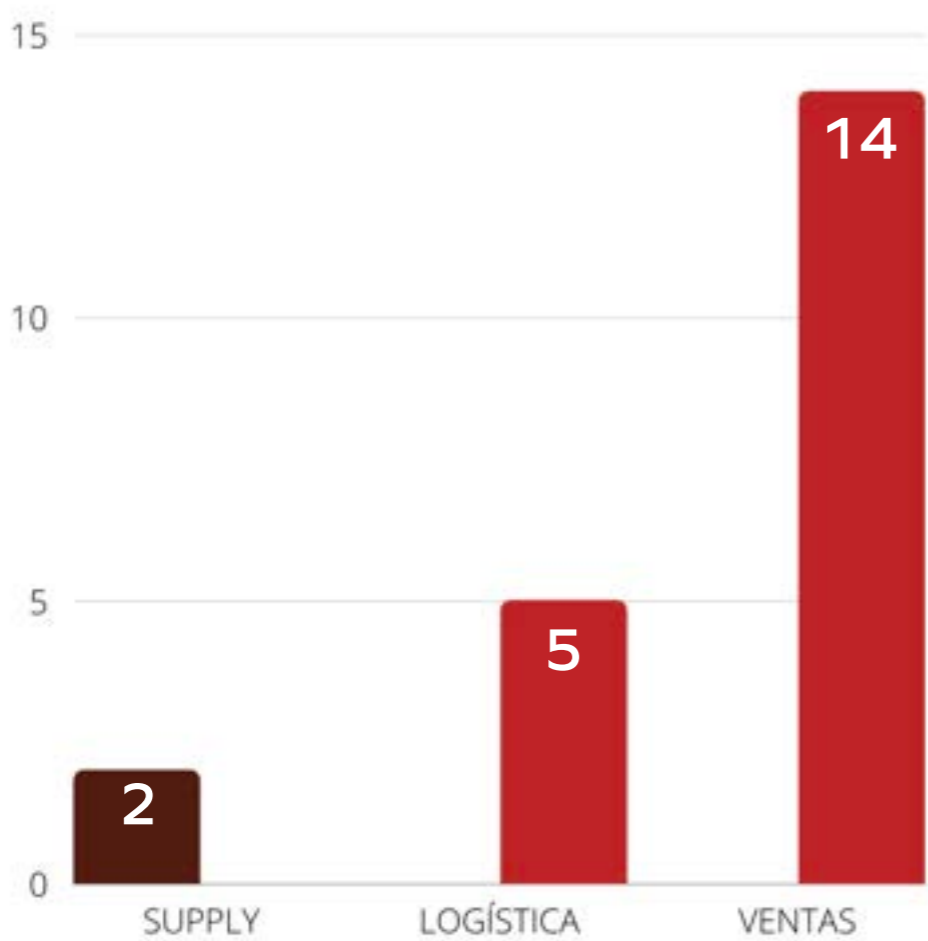


SEGURIDAD & SALUD EN EL TRABAJO

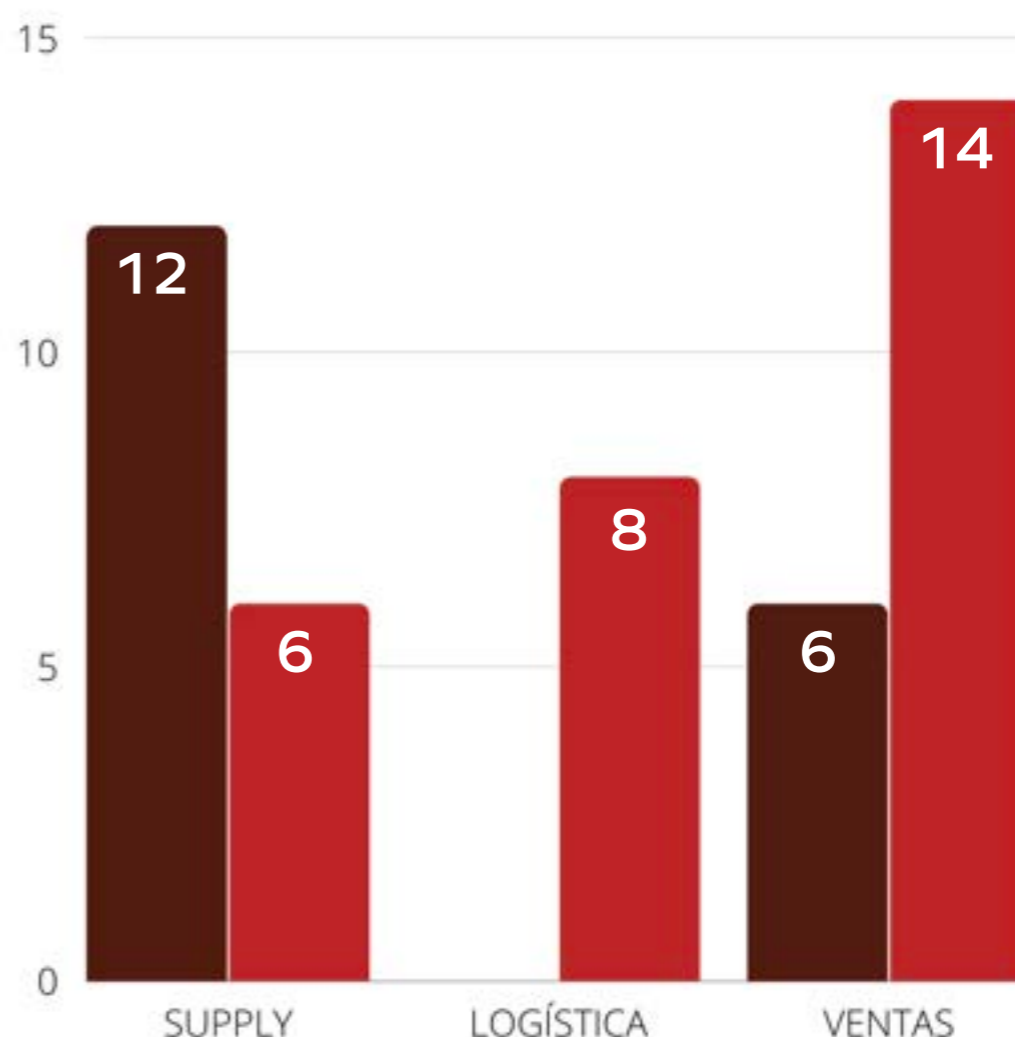


En nuestra compañía trabajamos en pro de lograr operaciones 100 % seguras para nuestros trabajadores directos e indirectos. En todas las áreas la seguridad es nuestra prioridad número uno por lo que trabajamos a diario para identificar, gestionar y mitigar los riesgos de tal manera que evitemos accidentes.

ACCIDENTES INCAPACITANTES TOTALES DE PERSONAL DIRECTO Y CONTRATISTAS

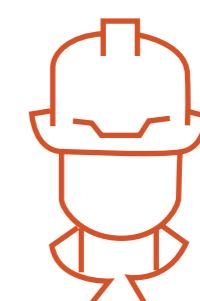


ACCIDENTES TOTALES EN LA OPERACIÓN PARA PERSONAL DIRECTO Y CONTRATISTAS



Directos 
 Contratistas 

En el área de Supply hemos logrado una reducción del 78 % en accidentes con días perdidos durante los últimos dos años. Esto se ve reflejado en un índice de frecuencia de accidentalidad de 0.31 y un índice de severidad de 1.9. Estos resultados han sido producto del compromiso de todos los trabajadores como embajadores de seguridad, además del diseño y despliegue de una estrategia de seguridad y salud en el trabajo que incluye la semana de la seguridad, las campañas de cuidado de manos y la formación y entrenamiento constante. **Así, contamos con más de 123 000 horas de formación completadas que refuerzan nuestro compromiso por la seguridad.** Todo esto nos permitió cumplir con la rampa de adherencia al sistema de gestión de la compañía, logrando un porcentaje de cumplimiento de 70.8 %.



REDUCCIÓN DEL 78 % EN ACCIDENTES

+123 000 HORAS DE FORMACIÓN

70.8 % DE CUMPLIMIENTO

En Logística tuvimos un gran año en temas de seguridad, presentando una reducción del 80 % en la accidentalidad en materia de flota. Pasamos de 59 accidentes de empleados y 19 accidentes incapacitantes de empleados, a 8 y 4, respectivamente, en 2021. Esto se traduce en un índice de frecuencia de accidentalidad de 0.16 y un índice de severidad de 1.55. **También tuvimos 88 % menos de días perdidos por accidentes con respecto al 2020.**

Como equipo, trabajamos en la capacitación de más de 6000 colaboradores directos e indirectos en más de 80 temas asociados a seguridad, logrando 240 000 horas de entrenamiento durante el año. A esto le sumamos 25 campañas en temas de impacto para la seguridad, reforzando la cultura de "seguridad primero" que es fundamental para Bavaria. **Todo esto nos permitió alcanzar un 79 % de adherencia al sistema de gestión interno (DPO) y lograr la licencia mínima para operar de nuestros 40 centros de distribución en el país.**



EN NUESTRA FLOTA

REDUCCIÓN DEL 80% EN ACCIDENTALIDAD

-88% DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTES

6.000 PERSONAS CAPACITADAS



Somos vencedores de las dificultades

en el 2021 sacamos una operación segura, libre de lesiones y lo hicimos posible cuidándonos y cuidando de los demás.

Cristian Echenique

Operador Planta de Aguas Ingeniería y Servicios Cervecería del Valle





Alcanzamos un 79 % de adherencia al sistema de gestión interno, DPO.



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. La implementación de la estrategia se tradujo en una reducción del 30 % de accidentes incapacitantes en 2021, respecto al 2020. Con más de 82 480 horas totales de capacitaciones a 2258 colaboradores impactamos positivamente los indicadores de frecuencia de accidentalidad y el índice de severidad logrando valores de 0.68 y 7.3, respectivamente. Además, realizamos cinco campañas enfocadas en la prevención en temas de seguridad vial, comportamientos seguros y riesgo de robos para complementar los entrenamientos y fortalecer a nuestro personal directo e indirecto. **Todo esto contribuyó para alcanzar 96.2 % de cumplimiento de los estándares en salud y seguridad exigidos por normativa.**

Como compañía logramos un 96.68 % de adherencia al sistema en gestión de salud y seguridad en el trabajo y una inversión de más de 4 millones de dólares para proyectos capitalizables en control de riesgos de la operación.

LOGRAMOS EL 96.68 % DE ADHERENCIA AL SISTEMA EN GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

INVERSIÓN DE MÁS DE 4 MILLONES DE DÓLARES PARA PROYECTOS EN CONTROL DE RIESGOS



SALUD OCUPACIONAL



La salud y el bienestar de nuestros colaboradores son prioridad para nosotros. Por ello, en 2021 realizamos diferentes iniciativas para apoyarlos durante la crisis sanitaria.

LÍNEA ALÓ BAVARIA

Implementamos nuestra Línea Aló Bavaria, canal destinado a atender casos de COVID-19. A través de ella recibimos reportes de signos, síntomas y contactos que generaban sospecha de haber contraído la enfermedad, para empezar de manera temprana a hacer seguimiento y monitoreo a la salud. **En 2021, un total de 5.414 colaboradores tuvieron asesoría y acompañamiento médico durante su periodo de aislamiento o de presencia de síntomas.**

5414
COLABORADORES
RECIBIERON ASESORÍA Y
ACOMPAÑAMIENTO MÉDICO



ENTREGA DE KITS DE PROTECCIÓN PERSONAL

Otra de nuestras iniciativas fue la **distribución de kits de protección personal** que fueron entregados a nuestros colaboradores, los cuales incluían tapabocas, gel antibacterial, alcohol desinfectante y otros elementos de limpieza.

VACUNAMOS A
+17 000
COLABORADORES



ORGANIZACIONES Y REPRESENTANTES DE LOS EMPLEADOS



En Bavaria nos preocupamos por respetar y promover los derechos humanos. En 2021 la compañía desarrolló un proceso de negociación colectiva en el cual se buscaron espacios de conciliación y buen entendimiento.

En Bavaria nos preocupamos por respetar y promover los derechos humanos. En 2021 la compañía desarrolló un proceso de negociación colectiva en el cual se buscaron espacios de conciliación y buen entendimiento con las organizaciones y representantes de los empleados.

Se lograron siete acuerdos colectivos firmados entre organizaciones de representantes de los trabajadores y Bavaria & CIA S. C. A.

Tras un largo camino de negociación se llegaron a acuerdos en pro de nuestros colaboradores y su bienestar.

De esta manera, se expidieron las nuevas convenciones colectivas y el pacto colectivo que rigen los beneficios extralegales para nuestros trabajadores; se generaron incrementos económicos en los valores de los auxilios extralegales, entre ellos los auxilios para estudios, por natalidad, por matrimonio, así como en los préstamos de vivienda y de vehículo, con una disminución en el interés de este último. Finalmente, se estableció un nuevo beneficio para aquellos trabajadores que se encuentren cursando sus estudios de pregrado y tengan calificaciones destacadas.

Adicionalmente, **la Compañía ha definido un espacio de conciliación y comunicación directa, por medio de reuniones de diálogo social regional y nacional para resolver situaciones puntuales y contribuir a la mejora de las condiciones de nuestros trabajadores.**



Tras un largo camino de negociación se llegaron a acuerdos en pro de nuestros colaboradores y su bienestar.

GOBIERNO







Ética y Cumplimiento



En Bavaria sabemos que la única forma de hacer negocios es realizarlos correctamente, asegurando el cumplimiento de los procesos en todas nuestras operaciones y garantizando nuestra ética como compañía. Nuestra reputación de integridad es un activo invaluable, razón por la cual nos esforzamos por mantener relaciones transparentes con nuestros grupos de interés y adherirnos a los más altos estándares de ética corporativa.



GESTIÓN EMPRESARIAL DE RIESGOS DE CORRUPCIÓN

Bavaria fue una de las 11 empresas pertenecientes al Compromiso Empresarial Anticorrupción que se sometió voluntariamente a la Medición de Gestión Empresarial de Riesgos de Corrupción 2021. Esta es una metodología de medición desarrollada por Transparencia por Colombia, que evalúa el nivel de adherencia de la empresa a los más altos estándares, principios internacionales y normas en materia de lucha contra la corrupción. **Como resultado de la medición, la compañía identificó oportunidades de mejora y definió un plan de acción al cual Transparencia por Colombia hará seguimiento durante el 2022.**

El resultado de la medición se expresa en tres niveles de avance, en una escala que va de 0 % a 100 %. El valor promedio de las 11 empresas fue 74.3 %, es decir, un nivel satisfactorio, lo cual significa que cuentan con desarrollos importantes en los lineamientos y prácticas internas que contribuyen a prevenir, detectar, sancionar y evitar la recurrencia de hechos y riesgos de corrupción de manera efectiva.

LABORATORIO INTEGRIDAD 100

En 2021 Bavaria se vinculó a Laboratorio Integridad 100, una iniciativa liderada por el Instituto Internacional de Estudios Anticorrupción, cuyo objetivo es evaluar el programa de cumplimiento de las empresas en su componente antisoborno. La metodología empleada utiliza como referente los estándares de la norma ISO 37001:2016 y contempla algunos parámetros de gestión anticorrupción y de gobierno corporativo, a partir de buenas prácticas definidas y validadas por un panel de expertos.

El panel de expertos está conformado por representantes de las comunidades académica y empresarial, así como de organizaciones multilaterales. Como resultado de la evaluación, la empresa elabora un plan de aceleración para el cierre de brechas identificadas. El panel de expertos evalúa la implementación de los compromisos asumidos por la empresa y si esta supera el denominado umbral de integridad recibe el Sello Integridad 100. La metodología da un puntaje ponderado de 0 a 5 en ocho ejes temáticos.

En 2021 obtuvimos una calificación ponderada de 4.4. Durante el 2022 seguiremos trabajando en las acciones de mejora.

PRIMERA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE INTEGRIDAD

En 2021 Bavaria llevó a cabo la primera encuesta de percepción de integridad entre sus empleados, en el marco de la iniciativa Laboratorio Integridad 100. El formulario contenía 45 preguntas sobre conducta ética al interior de la organización, conocimiento y confianza en los canales de denuncia, así como política de no represalias, entre otros aspectos.

El objetivo de la encuesta era obtener la retroalimentación de los empleados acerca de nuestro programa de Ética y Cumplimiento, con el fin de identificar oportunidades de mejora. Un total de 943 empleados tomaron la encuesta distribuidos en los siguientes niveles de la organización:



Miembros del Comité Directivo



Directores



Gerentes



Líderes, supervisores y coordinadores

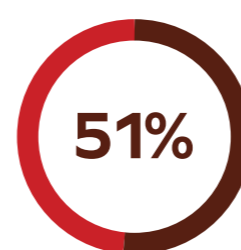


Profesionales y analistas

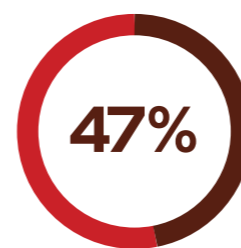


Operarios, técnicos, auxiliares y ayudantes

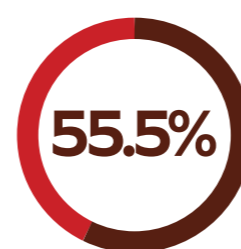
Algunos de los resultados de la encuesta fueron:



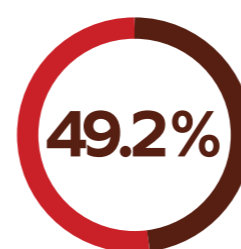
se encuentra muy familiarizado tanto con **el Código de Conducta empresarial** como con el código de ética.



ha recibido capacitación acerca de las temáticas más relevantes de **Ética y cumplimiento.**



siente que se promueven **los valores y la ética** dentro de la empresa.



considera que dentro de la compañía se da **un trato igualitario y sin discriminación.**



CAPACITACIÓN A NUESTROS COLABORADORES

Como compañía realizamos un proceso de formación anual enfocado en nuestro Código de Conducta en los Negocios y las políticas de Cumplimiento para todos los empleados en posiciones de liderazgo. Además, busca que todos los colaboradores suscriban una declaración ética con compromisos específicos en materia de anticorrupción, de prevención del lavado de dinero y la financiación del terrorismo, la protección de datos personales, el respeto por los derechos humanos y la competencia justa en el mercado.

En 2021 la capacitación se impartió en la plataforma e-learning Universidad MAZ. El entrenamiento brindaba retroalimentación al empleado en cada caso, con base en nuestras políticas de Cumplimiento, y le advertía sobre las posibles consecuencias de su decisión, tanto para la empresa como a nivel individual. Debido a los nuevos riesgos que generó la pandemia por COVID-19, el entrenamiento en el Código de Conducta 2021 incluyó un episodio anticorrupción específico con los desafíos más relevantes para el negocio en este nuevo contexto.

BREW RIGHT: LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE COMPLIANCE

Por años, los programas de Ética y Cumplimiento han sido reactivos. Las conductas problemáticas, como el soborno, son detectadas después de que han sucedido o, peor aún, cuando ya la compañía está inmersa en una crisis. Por esas razones, nos hicimos la pregunta, ¿qué tal si pudiéramos detectar los riesgos con mayor anticipación?

Hoy, los negocios y sus flujos de información van a un ritmo veloz y quienes toman decisiones deben basarse, no sólo en su experiencia e instinto, sino también en el análisis de datos, para responder de forma oportuna y efectiva a nuevos desafíos. Nos preguntamos, ¿qué tal si el área de Ética y Cumplimiento no fuera ajena a esta tendencia y utilizara un enfoque de riesgo antisoborno basado en el análisis de datos del negocio con ayuda de la tecnología?

BrewRight es una herramienta tecnológica desarrollada por AB InBEV, lanzada en 2015. Esta herramienta combina datos comerciales, financieros y de gestión de riesgos obtenidos del ERP (SAP)



En 2021 cumplimos la meta y logramos que el 98.53 % de los empleados de la empresa en posiciones de liderazgo fueran capacitados en el Código de Conducta en los Negocios y suscribieran la declaración ética.

y de los sistemas de cumplimiento de la empresa, a los cuales aplica una serie de algoritmos para clasificar las transacciones en función de una posible conexión con el fraude, el soborno o el lavado de dinero. Además, utiliza inteligencia artificial por medio de un modelo de aprendizaje supervisado, para enseñarle al sistema a mejorar con el tiempo en la identificación de potenciales riesgos.

Los usuarios interactúan con la herramienta por medio de tableros, cada uno de los cuales aplica diferentes pruebas a los datos procesados. Por ejemplo, el tablero de pagos ayuda a identificar patrones inusuales, como pagos programados en períodos muy cortos de tiempo desde la fecha de recibo de la factura, pago de facturas secuenciales a favor de un mismo proveedor, diferencias en la identificación del acreedor en la factura contra el pedido de compra, o por conceptos con palabras clave como "prima de éxito", "varios" u "otros servicios".



Los equipos de Ética y Cumplimiento revisan las alertas, dan seguimiento y cierre a los casos y retroalimentan a la herramienta sobre los hallazgos de modo que esta pueda crear modelos predictivos sobre riesgos similares en el futuro, en cuatro áreas:

Compilación, armonización y procesamiento de datos (big data)

Revisión humana, creación y cierre de casos

Identificación de patrones y cálculo del riesgo por medio de algoritmos

Remediación y retroalimentación a la herramienta (machine learning)

LÍNEA ÉTICA

En Bavaria estamos comprometidos cada día con generar un ambiente en el que todos nuestros empleados se sientan libres de expresar sus preocupaciones y reportar cualquier conducta irregular de forma abierta y sin temor a represalias. Contamos con el software Convercent en el que se recopilan todas las denuncias recibidas a través de los diferentes canales que ha dispuesto la empresa:



Línea telefónica gratuita nacional

01-800-5189370



Correo electrónico

comite.etica@ab-inbev.com



Sitio Web

www.talkopenly.ab-inbev.com





El software, al que solo tiene acceso el equipo de Ética y Cumplimiento, garantiza la confidencialidad de la información y brinda opciones para que los denunciantes puedan hacer reportes anónimamente, si así lo prefieren.

Los casos relevantes, como los que involucran empleados en bandas de liderazgo, son escalados al Comité de Ética y Cumplimiento, donde se toman medidas que permitan reafirmar el compromiso con nuestros principios.

Durante el 2021 investigamos 202 casos por irregularidades, con los siguientes resultados:

46

casos se cerraron

con imposición de medida correctiva a empleados.

126

casos fueron cerrados

sin medida. No hubo materialidad.

30

casos se encuentran

aún bajo investigación por el área de Ética y Cumplimiento.

19

casos se escalaron

al Comité de Ética y cumplimiento debido a su relevancia

ÉTICA DIGITAL Y CONSUMIDORES

Debido a la transformación digital del negocio en los dos últimos años, la privacidad de los datos personales, especialmente los de nuestros clientes y consumidores, se convirtió en un asunto prioritario para Bavaria. En 2021, adoptamos los siguientes principios de ética digital, con el fin de adherir a las mejores prácticas internacionales en el uso, tratamiento, seguridad y conservación de datos personales:

1

Recopilamos

solo los datos que necesitamos y nos hayan autorizado

2

Usamos

los datos como dijimos que lo haríamos

3

Usamos

los datos como sus titulares esperan que lo hagamos



Desde 2020 Bavaria adquirió la licencia del software OneTrust, con el fin de realizar evaluaciones de impacto de privacidad (PIA) sobre sus activos digitales, antes de su salida en vivo y evitar así los riesgos asociados en materia de privacidad. En 2021:

Se realizaron 53 PIA a páginas web, aplicaciones, software y otros activos digitales. De estas, 42 fueron ya aprobadas luego de haberse tratado los riesgos asociados a protección de datos personales.

Se identificó un total de 67 riesgos de nivel medio, alto y muy alto en las 53 PIA realizadas. De estos riesgos, 34 fueron tratados y cerrados. Los restantes permanecen bajo un plan de acción.

Por otro lado, durante el 2021 en Bavaria atendimos y dimos respuesta oportuna a 30 solicitudes de titulares de datos, a quienes les fue garantizado su derecho de acceso, actualización, rectificación, supresión y revocación de su consentimiento al respecto de sus datos personales.



4

Protegemos

los datos que tenemos



5

Conservamos

solo los datos que necesitamos



6

Demostramos

responsabilidad con los datos





**Este informe contó con la retroalimentación de
CECODES y el Centro de Objetivos de Desarrollo
Sostenible de la Universidad de los Andes.**





BAVARIA

**NUESTRO
NEGOCIO ES LA
SOSTENIBILIDAD**
