

# #CulturaSostenible

## Nuestro aporte

Informe  
de Desarrollo  
Sostenible  
**2013**



CO<sub>2</sub>



# Bavaria:

una  
apuesta por  
Colombia

## Valores que caracterizan a la compañía

Nuestra gente es la ventaja más duradera

La responsabilidad es clara e individual

Trabajamos y ganamos en equipo

Comprendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores

Nuestra reputación es indivisible

La compañía ha orientado su operación para que contribuya al progreso y generación de empleo de las diferentes regiones de Colombia en donde se ubican sus plantas de producción, centros de transporte, la sede principal y la imprenta, las cuales generaron

## 4.977 empleos

directos en el año 2013, acciones que ratifican la apuesta de Bavaria por el desarrollo del país.

## Algunas cifras interesantes de la operación:

**8**  
plantas de producción

**19** marcas

Maltizz • Pony Malta • Costeñita • Club Colombia • Club Colombia Negra • Club Colombia Roja • Águila Light • Águila • Pilsen • Pilsen Night • Costeña • Cola & Pola • Póker • Redd's • Póker Ligera • Peroni • Miller GD • Miller Lite • Redd's Dry

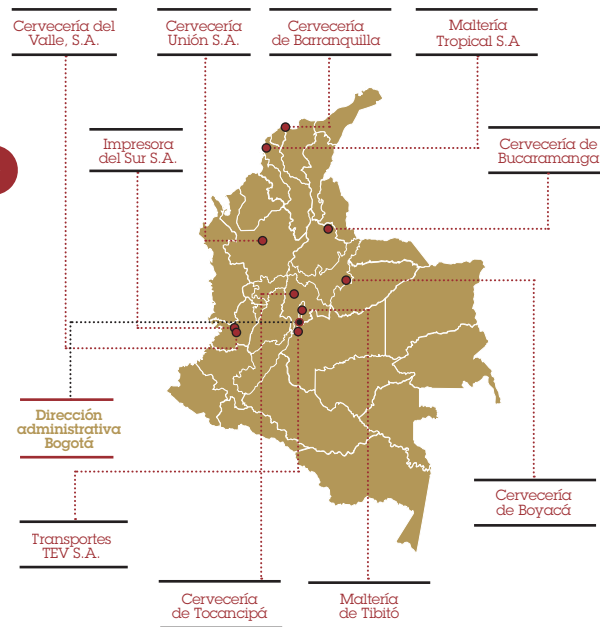
**1** transportadora

**1** sede principal

**1** imprenta

### Más allá del territorio nacional

Bavaria es una compañía exportadora de clase mundial, que durante el 2013 llevó a Norte, Centro y Suramérica, parte de Europa y Australia, cervezas y maltas elaboradas en Colombia, demostrando la calidad de lo que se hace en el país.



### Desempeño económico 2013 (en millones de pesos)

Valor económico generado:	Valor económico distribuido en el 2013:	Valor económico retenido en el 2013:	Inversión para la protección del medioambiente:	Inversión de la Fundación Bavaria:
\$7.048.465	\$4.097.297	\$2.951.168	\$9.898	\$13.620

# 10 prioridades que conforman una estrategia

## Construir localmente. Ganar sosteniblemente

Para Bavaria es claro que el crecimiento de sus operaciones solo es posible si se trabaja en forma paralela por el desarrollo de las comunidades aledañas a las operaciones.

La compañía trabaja en pro del crecimiento económico del país y se esfuerza por hacer un uso razonable de los recursos naturales.

## Con unas claras prioridades de desarrollo

La estrategia de sostenibilidad de la compañía está compuesta por Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible, resultado del trabajo adelantado con diferentes grupos de interés de SABMiller y de Bavaria.

Más que lineamientos estratégicos, estas diez prioridades son el día a día, gracias al compromiso de la empresa y de sus empleados para que cada una de las acciones apunte al cumplimiento de las metas de sostenibilidad.



## Sostenibilidad: la meta de desempeño de Bavaria

La compañía cuenta con una serie de herramientas y pautas que le permiten llevar a cabo un proceso formal de medición de su gestión de sostenibilidad, empleando un cuadro de mando que contiene los objetivos de cada prioridad, acompañados de las acciones que se deben realizar para lograr las metas establecidas.

Es la casa matriz la que verifica el cumplimiento general y emite la calificación SAM (por sus siglas en inglés, Sustainability Assessment Matrix).

## Escalera de evaluación en 5 pasos



## Calificación SAM 2013

El promedio SAM de Bavaria para el 2013 fue de **3,99** sobre 5, un resultado **7,8% mejor** que el del 2012 y que **supera en 14%** el promedio de SAB Miller, lo que posicionó a la compañía como **la 5ª. operación más sostenible** de las 30 filiales que reportan a SAB Miller.



# Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol

*“Cuando las personas beben en exceso, pueden hacerse daño a ellas mismas, a otras personas o a sus comunidades. Nadie se beneficia, ni siquiera nosotros”.*

Grant Harries, Presidente de Bavaria.

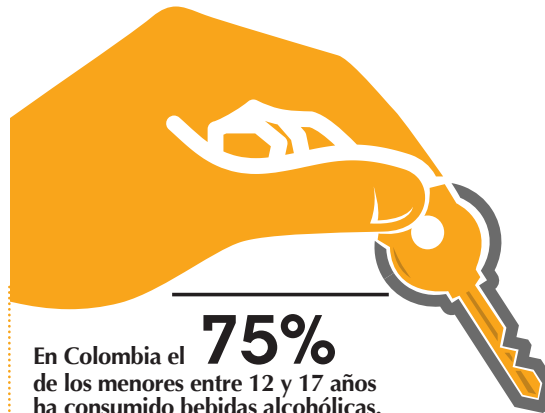
## El contexto

“El uso nocivo del alcohol y los problemas de salud pública que conlleva están determinados por el nivel general de consumo entre la población, las pautas y los contextos locales. Para lograr reducir la ingesta nociva de alcohol, es necesario adoptar medidas de ámbito mundial, regional y nacional con respecto a los niveles, las pautas y los contextos del consumo y otros determinantes sociales más amplios de la salud”.

Fuente: OMS Estrategia de Reducción de Consumo Nocivo de Alcohol 2010.

## El compromiso

Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol es la principal prioridad de desarrollo sostenible de Bavaria. Siendo conscientes del gran reto que implica abordar este tema, se han desarrollado una serie de acciones que buscan hacer la diferencia enfocándose en la erradicación de la ingesta de bebidas alcohólicas en menores, en la moderación en adultos y en la prevención de prácticas como beber y conducir.



Para el 2016 Bavaria tiene como meta haber sensibilizado a **10.000** tenderos con la campaña Alianza +18, para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad en Colombia.



## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Desarrollar acciones de comunicación comercial responsable	Actuar en cumplimiento de la política de comunicación comercial
	Capacitación a agencias de publicidad, marketing y promoción
Promover y estimular una cultura de consumo de alcohol responsable	Gestión eficiente de quejas relacionadas con información comercial
	Campañas para la erradicación del consumo en menores
Asegurar un comportamiento responsable por parte de los empleados	Campañas para promover la moderación
	Política de consumo de alcohol para empleados

## Comunicación comercial responsable

En Bavaria es un imperativo que las comunicaciones comerciales estén en línea con la prioridad que busca desincentivar el consumo irresponsable de alcohol. Para ello se ejerce un estricto control interno, se capacita a todos los empleados involucrados y se trabaja de la mano con proveedores y grupos de interés.

En el 2013

**85** piezas de comunicación fueron revisadas por el comité de cumplimiento, de las cuales **58** se aprobaron, **20** requirieron modificaciones y **7** se rechazaron.

Bavaria entrenó en comunicación comercial responsable a **23** agencias de publicidad, digitales, de investigación y de colocación de pauta.

La compañía extendió el proceso de formación en sus políticas a **40** proveedores.

Línea **018000 52 65 55** para reportar una queja o comentario relativo a la comunicación comercial de Bavaria.

## Erradicación del consumo en menores

Bavaria es una compañía comprometida con la niñez y la juventud en Colombia: se rige por una política de cero tolerancia con el consumo de alcohol por parte de menores de edad y la traslada a una estrategia de prevención y educación.

En el 2013

**3.568**

tenderos, administradores y dueños de negocios fueron capacitados en venta responsable de alcohol, gracias al programa "Todos Podemos ser padres".

Inversión de

**160**

millones de pesos para la prevención del consumo de alcohol en menores de edad dentro del programa "Sanamente".

Capacitación a

**376**

estudiantes y profesionales de la comunidad médica para enfrentar mejor los casos de exceso de consumo de alcohol en menores, como resultado del programa "Bienestar Futuro".

**Lanzamiento de la Alianza +18**, una iniciativa liderada por Diageo, Pernod Ricard y Bavaria, unidas para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad en Colombia.

**Formación de 60 encargados de caja del grupo Éxito y 650 tenderos vinculados al programa 4e de Bavaria.**

## Promoción de la moderación

Bavaria fomenta la cultura responsable de consumo de alcohol basada en la moderación y en hábitos de vida saludables.

En el 2013

Se entregaron

**85.000**

piezas de campaña para promover el consumo responsable de alcohol en eventos, ferias y fiestas de Bavaria.

La campaña

**"Zonas de rumba segura"**

estuvo presente en **54** eventos en **19** ciudades y municipios a nivel nacional.

**7.697**

personas regresaron seguras a sus casas gracias a los conductores elegidos de Bavaria.



# Producir más cerveza usando menos agua

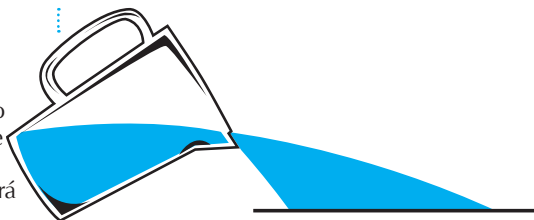
*“Trabajamos cada día para reducir el consumo de agua y hacer un uso eficiente de ella; su posible escasez es un desafío global”.*

Mirko Hoffman, Vicepresidente Técnico.

## El contexto

“Hipotecar nuestro futuro tomando agua del suelo, la superficie y el cielo a mayor velocidad de la que requiere la naturaleza para su reemplazo, es insostenible e imprudente. Esto minará la estabilidad y la seguridad de toda nuestra civilización”.

Fuente: Torgny Holmgren, Director Ejecutivo del Instituto Internacional de Agua en ‘La Semana Internacional del Agua, 2013’.



Para el año 2015 el **66%**  
de los colombianos podrían estar en riesgo de  
desabastecimiento de agua en tiempos secos.  
Fuente: Contraloría Delegada para el Medio Ambiente.

## El compromiso

Bavaria trabaja para reducir el consumo de agua en sus procesos, mediante la reutilización y el reciclaje. La empresa se preocupa también por tener un óptimo control de vertimientos, buscar alternativas para contribuir a la conservación de las fuentes hídricas e implementar sistemas para el monitoreo continuo de los riesgos de escasez en las cuencas donde opera.

Para el 2016 Bavaria tiene como  
meta llegar a un consumo de  
**3,06 hl**  
de agua por hl de cerveza envasada, lo  
que significa una reducción del 6% en  
relación con el promedio actual.

## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Proteger las fuentes hídricas y las cuencas	Programas de protección y uso sostenible de cuencas
Emplear el agua de manera más eficiente	Promoción de buenas prácticas en el proceso de producción de cerveza  Reciclaje de aguas residuales
Garantizar el óptimo manejo de aguas residuales	Plantas de tratamiento de aguas residuales, que van más allá de la normativa
Tener pleno conocimiento de la huella del agua y generar planes de acción en alianza con los proveedores	Primera etapa del cálculo de la huella de agua

## Proteger las fuentes hídricas y las cuencas

Conscientes de los desafíos que enfrenta el panorama del recurso hídrico en Colombia, desde el año 2010 se adelantan diversos programas y alianzas con ONG internacionales e instituciones locales para preservar las fuentes de agua.

Programas	Hectáreas en conservación/protección
-----------	--------------------------------------

Cuenca alta del río Suratá, Santander	280
---------------------------------------	-----

Cuenca alta del río Suratá, Norte de Santander	19.088
--	--------

Cuenca alta del río Cauca	550
---------------------------	-----

Cuenca alta del río Chicamocha	32,5
--------------------------------	------

## Emplear el agua de manera cada vez más eficiente

El logro de las metas de reducción de consumo de agua es posible gracias al compromiso de los colaboradores, quienes se encargan de poner en marcha las iniciativas de buenas prácticas técnicas y culturales propuestas por Bavaria.

Desde el 2010 Bavaria ha disminuido en

**27%**

su consumo en hl de agua por hl de cerveza envasada, para llegar hoy a **3,2 hl/hl** y sobrepasar de esta forma la meta fijada por SAB Miller de **3,48**.

### Nuevo proyecto para el uso de agua lluvia en la planta de Boyacá

En el 2013 se inició este proyecto, en el que se invirtieron alrededor de **250 millones de pesos**, con el objetivo de aprovechar las aguas lluvias en la planta de Boyacá. **En el año se recolectaron aproximadamente 2.416 m<sup>3</sup> de agua lluvia.**

**El reciclaje de las aguas residuales** es una realidad desde el 2009 en la planta de Tocancipá y desde abril del 2013 en la del Valle. El objetivo de Bavaria es replicar este sistema en todas las plantas del país, como parte de su compromiso de conservación y cuidado del recurso hídrico.

Porcentaje de agua residual reciclada en el 2013

Planta de Tocancipá **19%**

Planta del Valle **8%**

## Calcular la huella hídrica de los productos Bavaria

En el año 2012, con WWF Colombia, Bavaria inició el cálculo de su huella hídrica para las cinco marcas principales de cerveza, y así determinó el volumen de agua dulce consumido para la fabricación de cada botella a lo largo de la cadena de producción e incluyendo la cadena de suministro.

Aproximadamente el

**10%**

de la huella hídrica azul de Bavaria se genera por la acción directa de la operación industrial, mientras el

**90%**

restante se encuentra en la cadena de suministro.



# CO<sub>2</sub> Reducir nuestra huella de energía y de carbono

*"Buscamos minimizar nuestro consumo de energía y encontrar alternativas en energías renovables; somos conscientes del impacto que puede tener el cambio climático sobre la disponibilidad de agua y la producción agrícola, elementos estratégicos para nuestro negocio".*

Andrés Peñate, Vicepresidente de Asuntos Corporativos del HUB.

## El contexto

Según estudios del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC), se debe limitar el aumento de la temperatura a no más de 2 °C para evitar consecuencias peligrosas, argumentos suficientes para unir esfuerzos y avanzar hacia una economía baja en carbono.

## El compromiso

Conscientes de los efectos del cambio climático para sus operaciones, Bavaria mitiga su influencia gracias a la ejecución de una estrategia integral, compuesta por el uso eficiente de energía, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, el aumento de la proporción de energía renovable y la disminución de la huella de carbono de los productos.



Para evitar un aumento de la temperatura global superior a 2 °C, se deben reducir las emisiones de carbono en un **50%** para el 2050. Fuente: IPCC.

SAB Miller fijó como meta para todas sus filiales una reducción de las emisiones de carbono en un **50%** para el 2020, en relación con la línea base del 2008.

## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Reducir el consumo de energía	Desarrollo de buenas prácticas y control de procesos
Utilizar energía de fuentes renovables	Plan de recuperación de biogás a partir del tratamiento de las aguas residuales
Reducir la huella de carbono en la cadena de valor	Trabajo en alianza con proveedores Medición de la huella de carbono de producto
Reducir las emisiones de CO <sub>2</sub> en la operación	Reducción del consumo de energía Fomento del uso de energías renovables
Reducir otro tipo de emisiones	Iniciativas para reducir la huella de carbono de la flota de transporte Uso de gases refrigerantes amigables con el medioambiente en producción o en plantas y en neveras del mercado



## Reducir el consumo de energía

En el 2013

Gracias a las buenas prácticas implementadas se redujo el consumo de energía térmica y eléctrica por hectolitro de cerveza envasado en

**7,7%**

en relación con el año anterior, para llegar a **114,87 MJ/hl.**

## Reducir la huella de carbono en la cadena de valor

En el año 2011 Bavaria inició la medición de la huella de carbono de sus productos bajo la metodología PAS 2050, en donde incluyó todo el ciclo de vida de los productos y trabajó en alianza con los principales proveedores de materia prima y de empaques. Se empezó con las cervezas Águila y Águila Light.

La huella de carbono de la botella de cerveza Águila retornable es de

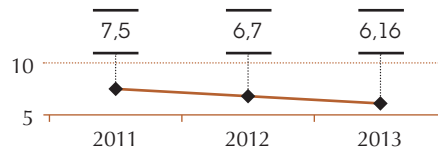
**179,9 g CO<sub>2</sub>e,**

de los cuales **38,5%** corresponden a las emisiones generadas por los proveedores de Bavaria de materias primas y materiales de empaque. A partir del 2014 se iniciarán planes de trabajo para reducir la huella de manera colaborativa con los principales proveedores de envases.

## Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en la operación

Las emisiones de gases de efecto invernadero en el 2008 fueron de 9 kg de CO<sub>2</sub>/hl, indicador que se debe reducir en 50% antes del 2020, sin que esto afecte el crecimiento orgánico de la producción, para cumplir el compromiso adquirido por SABMiller y todas sus filiales.

**Emisiones de CO<sub>2</sub>/hl de cerveza por consumo de combustible y energía eléctrica (kg de CO<sub>2</sub>/hl)**



Hasta hoy Bavaria ha logrado reducir sus emisiones en un

**31,6%**

en relación con el 2008, y ha llegado a **6,16 kg de CO<sub>2</sub>/hl.**

## Reducir otro tipo de emisiones

La responsabilidad ambiental de la compañía y los esfuerzos por reducir las emisiones se extienden a los equipos de frío que hay en el mercado y a la flota de distribución.

En el 2013

Se compraron

**17.904**

equipos de frío de última tecnología para disminuir el consumo de energía y con agentes espumantes **100% ecológicos.**

Se continuaron los esfuerzos por reducir el uso de combustible en la flota de distribución. A pesar de un aumento de **0,4%** en la cantidad de producto transportado, se disminuyó en **0,5%** el consumo de combustible, con lo cual se ahorraron **51.969 galones** de ACPM, lo cual significa

**571.074 kg CO<sub>e</sub>**

menos generados.

## Utilizar energía de fuentes renovables

Parte del compromiso de Bavaria por reducir el consumo de energía y las emisiones de carbono se enfoca en el aprovechamiento de fuentes de energía renovables. La compañía ha implementado dos proyectos en este ámbito: **la hidrogenación de una turbina en la planta de Medellín y la recuperación de biogás en las plantas de tratamiento de aguas residuales de Bucaramanga, Tocancipá y el Valle.**

Durante el 2013 Bavaria produjo **108.230.755 MJ** de energía proveniente de fuente renovable; es decir,

**183%**

más que en el 2012.

### Producción de energía de fuentes renovables (en MJ)

Planta	Fuente	2011	2012	2013
Bucaramanga	Biogás recuperado	12.298.700	9.282.473	4.698.364
Tocancipá		0	14.004.305	73.385.864
Valle		18.890.742	12.855.802	21.239.339
Medellín	Turbina hidroeléctrica	1.946.742	2.140.017	8.907.188
<b>TOTAL</b>		<b>33.136.184</b>	<b>38.282.597</b>	<b>108.230.755</b>



# Materiales de empaque, reúso y reciclaje

*"Trabajamos en alianza con nuestros proveedores para mantener la calidad de los productos y de forma simultánea disminuir el impacto ambiental pre y post-consumo de los empaques y envases".*

Luz Mary Rodríguez, Directora de Gestión de Proveedores.

## El contexto

Las empresas tienen la responsabilidad de buscar alternativas para minimizar el impacto ambiental que generan los componentes de los empaques, tanto en pre-consumo como en post-consumo, siendo este un tema de problemática pública y un desafío global de sostenibilidad.

## El compromiso

Bavaria trabaja en la mejora permanente de los empaques, buscando una menor demanda de materiales y la disminución de residuos. Apoya la cultura y acciones de reciclaje en las comunidades donde hay operación, ofrece los productos envasados en botellas retornables, busca reducir el peso de los empaques y seleccionar materiales amigables con el medioambiente.



**37%**  
de los consumidores se preocupan por comprar productos en empaques amigables con el medioambiente.  
Fuente: encuesta global realizada por Tetra Pack.

La compañía se ha comprometido a lograr una reducción del **25%** del contenido de carbono en los materiales de empaque para el año 2020.

## Plan de acción

Objetivos	Acciones
<b>Aumentar el uso de material reciclado para la fabricación de nuevos envases</b>	Trabajo en alianza con proveedores para aumentar el porcentaje de material reciclado
<b>Aligerar los envases</b>	Trabajo en alianza con proveedores para hacer empaques más ligeros
<b>Reducir la presencia de metales pesados en los envases</b>	Trabajo en alianza con proveedores para evitar la presencia de metales pesados en los empaques
<b>Fomentar el reciclaje y reuso post-consumo</b>	Fomento de los empaques retornables Acciones de apoyo para fortalecer el reciclaje
<b>Seleccionar los materiales de empaque que generen el mínimo impacto ambiental, con base en el análisis del ciclo de vida del producto</b>	Análisis de impacto ambiental de los empaques gracias a la herramienta Green Share

## Trabajar en alianza con nuestros proveedores para aumentar el uso de material reciclado en los empaques, aligerar los envases y reducir la presencia de metales pesados

En el 2013

Se homologó el aligeramiento de las botellas PET de Pony Malta, las cuales se empezarán a envasar en el nuevo formato durante el 2014. Gracias a este proyecto se prevé una disminución en la generación de residuos de PET al año, de aproximadamente

157 toneladas.

### Aligeramiento de botellas de Pony Malta

Formato	Cambio
330 ml	Se pasa de una botella de 17,7 gramos a 17 gramos
1.500 ml	Se pasa de una botella de 42,7 gramos a 41 gramos

En octubre del 2013 se implementó un incremento de niveles por pallet para el transporte de las botellas de 330 ml no retornables, pasando de pallets de 8 a 9 niveles. Este proyecto permite realizar 77 viajes menos al año para llevar las botellas de esta referencia desde la planta de Peldar hasta las cervecerías, lo cual significa aproximadamente **10 toneladas menos de emisiones de CO<sub>2</sub>**.

Los materiales de empaque de Bavaria son

100% libres

de metales pesados.

### Alianzas para fortalecer el reciclaje en Colombia

Bavaria hace parte del Compromiso Empresarial para el Reciclaje (Cempre) y trabaja en alianza con diversas asociaciones de recicladores y organizaciones de apoyo al reciclaje, en el marco de los siguientes programas:

## Fomentar el reciclaje y reúso post-consumo

En el 2013

Continuamos empacando la mayoría de nuestros productos con materiales retornables, que tienen una vida útil de más de 44 usos.

84%

de la producción de Bavaria se envasó en botellas retornables.

Programa	Ubicación	Logros año 2013
<b>Sierra Viva</b>	<b>Sierra Nevada de Santa Marta</b>	41.306 kg de residuos sólidos sacados del Resguardo Arhuaco
<b>Alianzas con la Fundación Grupo Familia</b>	<b>Cali, Bogotá, Medellín y Bucaramanga</b>	6.000 toneladas de residuos gestionados 49 empleos directos 26 empleos indirectos 623 recicladores beneficiados
<b>Reciclar tiene valor (Cali Recicla, Reciclatón y Ecopuntos)</b>	<b>Cali y Bogotá</b>	<b>Cali Recicla:</b> 60 recicladores beneficiados <b>Reciclatón:</b> 11 reciclatones en Bogotá, Valledupar y Cajicá 8.573 kg de residuos post-consumo recolectados 159 recicladores beneficiados 10 asociaciones de recicladores fortalecidas <b>Ecopuntos:</b> Se recuperaron 5.184 kg de residuos post-consumo, de los cuales el 12,2% eran residuos de las marcas de Bavaria



# Trabajar para que nuestras operaciones tengan cero desperdicios

*"Reducimos, reutilizamos y reciclamos los residuos generados por nuestra operación; es parte de nuestra estrategia de negocio, que se traduce en un uso eficiente de recursos".*

Paul Leslie, Vicepresidente de Abastecimiento.

## El contexto

El aumento de la población mundial y el crecimiento económico ejercen una presión cada vez más fuerte sobre las materias primas y el incremento de la generación de residuos, lo que hace indispensable un uso eficiente de los recursos y la maximización de su valor.

## El compromiso

SABMiller y Bavaria se han propuesto tener una operación con cero residuos en rellenos sanitarios. Para ello trabajan en la segregación de residuos en la fuente, en su reducción y en la búsqueda de alternativas para reutilizarlos y reciclarlos.



## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Gestionar los residuos para optimizar su aprovechamiento y minimizar la disposición en relleno sanitario	Programa integral de gestión de residuos  Búsqueda permanente de oportunidades de aprovechamiento de residuos dispuestos en relleno
Validar el manejo de residuos por un tercero independiente	Auditoría anual de gestión de residuos
Generar alianzas con los proveedores para disminuir la cantidad de residuos a lo largo del ciclo de vida de los productos	Trabajo permanente con proveedores de materias primas, para optimización de empaques

## Gestionar los residuos para optimizar su aprovechamiento

En Bavaria prima la cultura de manejo integral y responsable frente a la generación, clasificación y disposición de residuos, al igual que la labor de identificar oportunidades de reuso, reciclaje y recuperación, en todos los centros productivos.

El porcentaje de residuos aprovechados durante el 2013 fue de

**96,9%,**

es decir, 2,6 puntos porcentuales más que en el año 2012.

Tipo de residuos	¿Cómo se gestionan?	Toneladas generadas en el 2013	% sobre el total de residuos	% de aprovechamiento en el 2013
<b>Residuos generales</b>	<b>Residuos aprovechables:</b> ingresan a la corriente de reciclaje en cada ciudad donde se generan. <b>Residuos no aprovechables:</b> se disponen en rellenos sanitarios.	<b>65.346</b>	<b>19,5</b>	<b>84,3</b>
<b>Residuos orgánicos</b>	Se reutilizan como materia prima para la preparación de concentrados animales.	<b>269.665</b>	<b>80,5</b>	<b>100</b>
<b>Residuos peligrosos</b>	Parte de los aceites lubricantes y combustibles, categorizados como RESPEL, se reutilizan en la elaboración de otro tipo de aceites o son fuente de energía para otros procesos. Los RESPEL no aprovechados son gestionados por compañías externas acreditadas.	<b>182,9</b>	<b>0,05</b>	<b>14,4</b>
<b>Total</b>		<b>335.194</b>	<b>100</b>	<b>96,9</b>

## Auditoría anual de gestión de residuos

Cada año Bavaria realiza una revisión anual de gestión de residuos y gestores externos.

### En el 2013

La auditoría realizada entre marzo y abril en todas las cervecerías y malterías, centros de distribución, Impresora del Sur y proveedores de mantenimiento de neveras, destacó entre otros aspectos el **empoderamiento** que existe en Bavaria para la gestión de los residuos, la **organización, el orden y el aseo de las instalaciones** en la mayoría de plantas y centros de distribución, así como las **mejoras implementadas para aprovechar una mayor cantidad de residuos** y evitar disponerlos en rellenos sanitarios.

Durante el 2013 aproximadamente

**17.000 t**

de residuos, entre lodos y tierra, fueron aprovechados por un tercero, en lugar de disponerse en rellenos sanitarios.

## Trabajo en alianza con proveedores

Bavaria trabaja permanentemente en alianza con sus proveedores para reducir la cantidad de residuos que se generan.

### En el 2013

Se implementó un proyecto con Plastipack, para la reutilización de los cores de cartón del plástico termoencogible, gracias al cual se generan

**4.800 kg**

menos de residuos de cartón al año.



# Incentivar el desarrollo empresarial en nuestras cadenas de valor

*"Trabajamos para que nuestras acciones repercutan en el desarrollo del país; lo hacemos a partir del fortalecimiento de nuestra cadena de valor".*

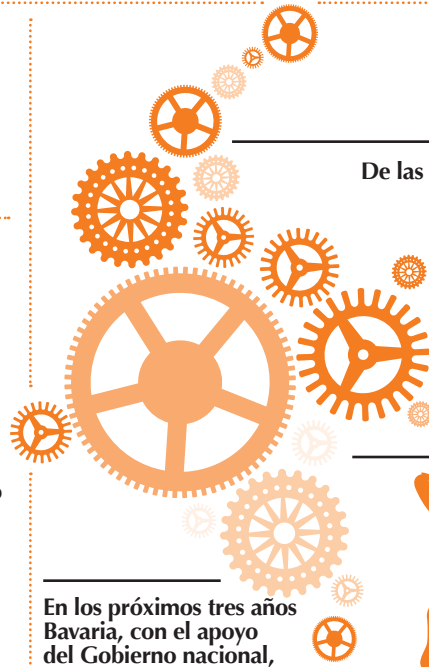
Fernando Jaramillo Giraldo,  
Vicepresidente de Asuntos Corporativos.

## El contexto

Las empresas tienen una gran responsabilidad en el desarrollo de las economías de las sociedades en donde operan; su impacto social y económico es eje fundamental de progreso.

## El compromiso

Con cada acción la compañía busca contribuir al desarrollo de Colombia; por esta razón, y con conciencia de las características y necesidades del país, Bavaria se ha comprometido con el fortalecimiento de su cadena de valor, implementando prácticas de abastecimiento responsable y apoyando la mejora del desempeño económico, social y ambiental de sus proveedores y contratistas.



De las 100 mayores economías mundiales,

**41**

son empresas (tomando en cuenta los países según su PIB y las empresas según sus ventas).

Fuentes: Banco Mundial, Forbes 2000, datos 2013

En los próximos tres años Bavaria, con el apoyo del Gobierno nacional, espera sembrar

**5.000 ha**

de cebada, que beneficiarán a más de 202 familias en el altiplano cundiboyacense.

## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Fomentar el abastecimiento responsable	<p>Promoción de los ocho principios de SABMiller para el abastecimiento responsable en la cadena de suministro</p> <p>Evaluaciones de proveedores</p>
Contribuir al desarrollo empresarial local	<p>Desarrollo de proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas de mejoramiento autogestionados</li> <li>- Construir valor integrando proveedores estratégicos</li> <li>- Reconocimiento a proveedores con el programa Espigas</li> </ul> <p>Promocionar el abastecimiento local</p> <p>Compras a población vulnerable</p>



## Promoción de los principios de abastecimiento responsable en la cadena de suministro

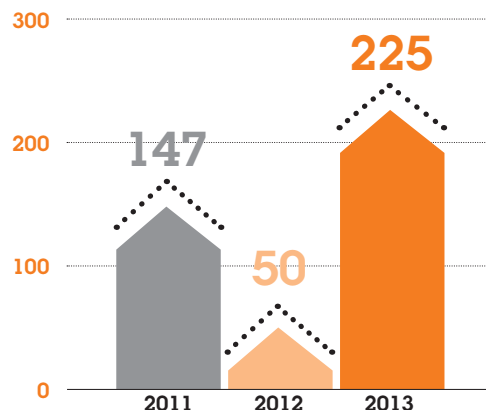
Bavaria trabaja con sus proveedores y contratistas, buscando permear estas organizaciones y su día a día con los principios de abastecimiento responsable de SABMiller, desarrollados para asegurar que se cumplan estándares básicos de Derechos Humanos en la cadena de suministro.

Acciones y programas	Logros 2013
Rumbo a Empresas Íntegras y Transparentes	64 proveedores capacitados y graduados
Programa Huella Verde	142 proveedores inscritos en el programa, 74% más que en el 2012 54 están midiendo su huella de carbono y agua
Foro de Desarrollo Sostenible	85 proveedores y 114 personas participaron en el foro sobre Valor Compartido y Negocios Inclusivos
Auditoría de comercio ético SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit)	Se inició en el 2013, con tres proveedores auditados

## Evaluación de proveedores

El cumplimiento de los principios de abastecimiento responsable se verifica mediante la evaluación de procesos a proveedores.

Número de proveedores evaluados en procesos



## Compras a población vulnerable

Bavaria está comprometida a apoyar emprendimientos que surgen de poblaciones en situación de vulnerabilidad y busca incorporarlos en su cadena de suministro.

En el 2013

La compañía realizó transacciones comerciales por un monto de

1.629

millones de pesos, con iniciativas empresariales que vinculaban a población en estas condiciones.

## Desarrollo de proveedores

A partir de los resultados de la evaluación de procesos, que se realiza periódicamente a los proveedores, se desarrollan una serie de programas a la medida de las necesidades de cada uno, buscando generar un impacto positivo en sus actividades administrativas y productivas.

En el 2013 Bavaria trabajó de la mano con sus proveedores en 33 planes de mejora autogestionados, y se logró un avance promedio de 37% en las evaluaciones de procesos.

## Abastecimiento local

Para Bavaria es importante que sus actividades repercutan en el desarrollo del país; por esta razón, la promoción del abastecimiento local hace parte de sus prioridades.

En el 2013

Bavaria pagó 2.070.046 millones de pesos a 6.072 proveedores, de los cuales

96,6%

son empresas colombianas.

En el marco del proyecto de producción local de cebada se sembraron

1.071 hectáreas

en la zona cundiboyacense, con 103 agricultores vulnerables y 15 agricultores comerciales.





# Beneficiar a las comunidades en las que operamos

*“Para nosotros es muy claro que el desarrollo de la compañía está estrechamente relacionado con el bienestar de las sociedades en las cuales operamos, y que invertir en ellas significa contribuir a su desarrollo y mejorar las condiciones de vida”.*

Diego Andrés Molano, Director de la Fundación Bavaria.

## El contexto

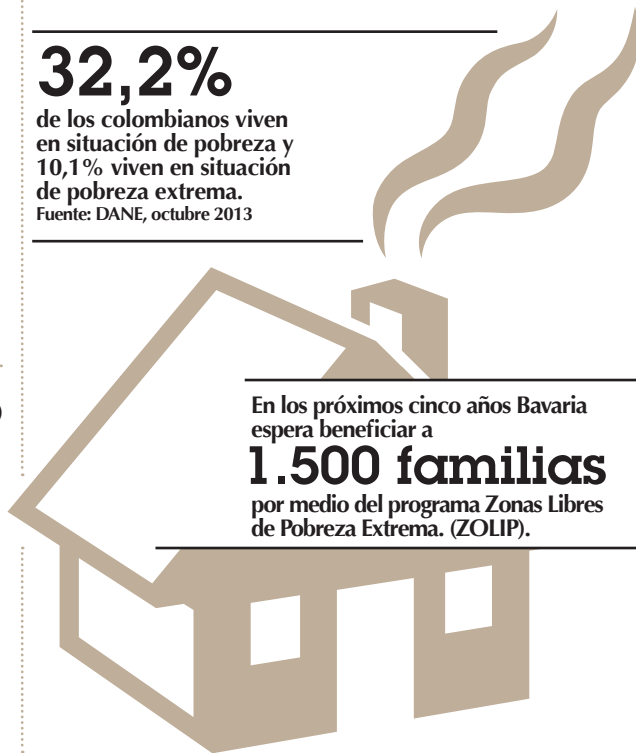
Las empresas tienen mucho que aportar a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades en las que operan. La mejor contribución que pueden hacer es generar crecimiento de una manera inclusiva, a través de la promoción de empleo, del crecimiento económico y del desarrollo social.

## El compromiso

Bavaria invierte en el bienestar de las comunidades en las que opera, y busca construir relaciones sólidas con comunidades, clientes y empleados. Las acciones que implementa se definen de acuerdo con las prioridades nacionales, enfocándose en la generación de alternativas de desarrollo para la población en condiciones de vulnerabilidad, y el apoyo al emprendimiento.

**32,2%**  
de los colombianos viven en situación de pobreza y 10,1% viven en situación de pobreza extrema.  
Fuente: DANE, octubre 2013

En los próximos cinco años Bavaria espera beneficiar a **1.500 familias** por medio del programa Zonas Libres de Pobreza Extrema. (ZOLIP).



## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Contar con una estrategia de inversión social alineada con los objetivos del negocio y las prioridades de desarrollo nacionales	Estrategia de <b>apoyo a población vulnerable</b> , a través de negocios inclusivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4e, Camino al Progreso</li> <li>- Zonas Libres de Pobreza Extrema</li> <li>- Oportunidades Bavaria (educación y microcréditos)</li> </ul>
	<b>Apoyo al emprendimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Destapa Futuro</li> <li>- Red de Emprendedores</li> <li>- Red de Mentores</li> <li>- Red de Ángeles Inversionistas</li> </ul>
Evaluar el impacto de los proyectos de inversión social	Promoción del <b>voluntariado corporativo</b> , a través del programa UNI2
	Implementación de proyectos de medición de impacto de inversión social
Medir el impacto de la inversión social sobre la reputación de la compañía	Encuesta Radar

## Apoyo a población vulnerable

Bavaria desarrolla programas de inversión social e iniciativas que propenden por el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas en situación de vulnerabilidad que hacen parte de las comunidades vecinas a las plantas de producción o de la cadena de valor de la compañía.

En el 2013

Bavaria invirtió

255

millones de pesos en el programa **Zonas Libres de Pobreza Extrema**, e involucró a **509 familias de Tocancipá, Tibasosa y Yumbo.**

La compañía invirtió

1.585

millones de pesos para apoyar la educación de **hijos y nietos de tenderos** y jóvenes oriundos de las comunidades vecinas de sus plantas.

Se lanzó el programa **Rafá Bachiller**, que busca que todos los tripulantes de camiones cuenten con el grado de bachilleres. **Se beneficiaron**

250

personas en este primer año.

Se alcanzó la cifra de

12.269

tenderos beneficiados con el programa de microcréditos Oportunidades Bavaria.

Cinco tiendas se sumaron al programa "Tiendas de Paz", que benefició a

621 familias.

**650 tenderos** participaron en el programa "4e, Camino al Progreso"; se capacitaron para ser mejores empresarios, personas y miembros de sus comunidades, y así posicionaron a Bavaria como referente para la estructuración del programa de SABMiller en la región.

## Apoyo al emprendimiento

Bavaria es consciente de la importancia de promover iniciativas emprendedoras en las comunidades y en nuestra cadena de valor, acciones necesarias para poder alcanzar el progreso y el desarrollo sostenible en Colombia.

En el 2013

El número de usuarios de la **Red de Emprendedores Bavaria**, red social para promover el emprendimiento, **creció en un**

8,4%,

y llegó a **38.200 usuarios.**

El séptimo ciclo del concurso Destapa Futuro convocó a

5.867

**emprendedores**, permitió capacitar virtualmente a **1.925** de ellos en modelos de negocios y **benefició a 36 proyectos**, haciendo entrega de capital semilla por **1.400 millones de pesos.**

El fortalecimiento de la Red de Ángeles Inversionistas de Bavaria permitió concretar inversiones por un valor total de

480

millones de pesos para dos proyectos en el Caribe colombiano.

En el año 2013, en alianza con la Universidad de Antioquia y USAID, se lanzó Destapa Futuro en Tu Región, en el Bajo Cauca Antioqueño y en el sur de Córdoba.

En la etapa de gestión de iniciativas se inscribieron **700 emprendedores**, quienes participarán por capital semilla, para lo cual USAID aportó **1.000 millones de pesos.**

## Voluntariado Corporativo UNI2

En el 2013

287 voluntarios

2.986 horas donadas

48%

de los empleados aportaron de manera voluntaria parte de su salario

Se invirtieron

1.086

millones de pesos



# Contribuir a la reducción del VIH/SIDA

*"Tenemos un compromiso con Colombia, porque sabemos que el virus del VIH/SIDA sigue siendo un desafío para la salud pública. Unimos nuestros esfuerzos a iniciativas que buscan evitar el aumento de la tasa de prevalencia en el país".*

Carlos Eduardo Mejía Montes, Vicepresidente de Recursos Humanos.

## El contexto

El último informe mundial de avances en la lucha contra el SIDA muestra que en Colombia la tasa de prevalencia es relativamente baja, pero que, aun así, se deben reforzar las campañas de educación y prevención, teniendo en cuenta que este virus es considerado por la Organización Mundial de la Salud como una prioridad de salud pública.

## El compromiso

Bavaria trabaja para contribuir a la reducción del VIH/SIDA por medio de programas de concientización y prevención, extensivos a toda la cadena de valor.



En Colombia la tasa de prevalencia del VIH/SIDA es de 0,22%, y se diagnostican

# 4.200

nuevos casos de VIH/SIDA cada año.

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social

## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Trabajar en alianza con las instituciones públicas para evitar el aumento de la tasa de prevalencia del VIH/SIDA	Campañas de sensibilización y capacitación a trabajadores, a sus familias y a las comunidades de sus áreas de influencia

# Campañas de sensibilización y capacitación a trabajadores, a sus familias y a las comunidades de sus áreas de influencia

El foco del programa preventivo en Salud Sexual y Reproductiva, con énfasis en VIH/SIDA, es transformar la información en conocimientos interiorizados, y así permitir que así que las personas reconozcan y racionalicen los factores de riesgo que pueden llevarlas a adquirir enfermedades de transmisión sexual, en especial VIH/SIDA.

La gerencia de Servicios de Salud de Bavaria S.A. lleva a todos los trabajadores directos e indirectos, a sus familiares y a la población vulnerable de adolescentes, información escrita, talleres - conferencias y asesoría personalizada.

ACTIVIDAD	PARTICIPANTES	
Conferencia - Taller preventivo en salud sexual y reproductiva	<b>35 jóvenes</b>	pertenecientes a la comunidad escolar del barrio Ciudad Bolívar - Colegio Canadá
Conferencia - Taller y lúdica preventiva sobre salud reproductiva	<b>223 adolescentes</b>	pertenecientes a la comunidad vecina al Complejo Industrial de Techo, Colegio San José de Castilla
Conferencia - Taller sobre salud reproductiva, soporte psicológico en sexualidad responsable y prevención de patología maligna ginecológica	<b>120 esposas de trabajadores</b>	pertenecientes a las áreas de Distribución y Ventas de Bogotá
Información escrita preventiva VIH/SIDA y suministro de condones	<b>5.500 trabajadores</b>	directos e indirectos de la empresa en 22 dependencias

En el 2013

Miembros de la comunidad sensibilizados

**223**

N° de trabajadores sensibilizados

**4.500**

N° de contratistas sensibilizados

**1.057**

N° de sedes en las que se realizaron actividades de sensibilización

**22**



# Respetar los Derechos Humanos

*“Vamos más allá de la Ley para garantizar a nuestros trabajadores y contratistas condiciones de trabajo dignas y un ambiente laboral sano y seguro. En Bavaria estamos comprometidos con los más altos estándares de Derechos Humanos”.*

Carlos Alberto Ramírez Ruiz, Director de Relaciones Industriales.

## El contexto

El marco “Proteger, Respetar y Remediar”, de Naciones Unidas establece principios rectores para el respeto de los Derechos Humanos en el contexto empresarial, y promueve una participación activa del sector privado. En un entorno complejo, de frágil gobernabilidad y de conflicto como el colombiano, esto se hace aún más relevante.

## El compromiso

Bavaria está comprometida con los más altos estándares de respeto hacia los Derechos Humanos y con los Principios del Pacto Global en toda su cadena de valor. La empresa, por medio de sus principios laborales, garantiza la libertad de asociación y el derecho de negociación colectiva, establece la prohibición del trabajo forzado, la abolición del trabajo infantil y la intolerancia ante todo tipo de discriminación, y promueve además un entorno laboral seguro y saludable.

Colombia se sitúa en el puesto

# 147

del Índice Global de Paz, y es uno de los menos pacíficos entre 162 países evaluados en temas relacionados con la situación de Derechos Humanos.

Fuente: Vision of Humanity

En Bavaria estamos comprometidos con mantener la tasa de **ceros** incidentes de actos violatorios a los Derechos Humanos de empleados, contratistas y visitantes.



## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Velar por que los principios de Derechos Humanos estén presentes en las políticas laborales	Prácticas laborales y trabajo digno Inclusión de la política de DD.HH. en los contratos con los contratistas
Identificar y gestionar riesgos relacionados con Derechos Humanos	Entrenamiento y capacitación a empleados y contratistas de seguridad en Derechos Humanos Vinculación a iniciativas sectoriales para proteger los Derechos Humanos y prevenir riesgos
Contribuir a mejorar la calidad de vida de los trabajadores	Bienestar laboral Acciones para el equilibrio entre vida personal y vida profesional
Garantizar un ambiente seguro y sano a los trabajadores en sus sitios de trabajo	Programas de salud ocupacional y seguridad industrial
Promover la inclusión y la no discriminación	Convocatorias incluyentes Programas de equidad de género Gestión de carrera

## Principios de Derechos Humanos en las políticas laborales

La empresa garantiza a sus **4.977 trabajadores** un ambiente de confianza, en el cual puedan desarrollarse como seres humanos integrales, espacios que les permitan tener un alto sentido de pertenencia, para lograr un entorno basado en la equidad y el respeto por el individuo.

### Indicadores que reflejan estabilidad laboral

La antigüedad promedio de los empleados de Bavaria<sup>1</sup> es de

**9,3 años**

El índice de rotación promedio en el 2013 fue de

**12,2%**

**El 70%**

de las convocatorias publicadas en el 2013 fueron cubiertas internamente

<sup>1</sup> No incluye TEV

## Entrenamiento y capacitación en Derechos Humanos

Como acción preventiva, Bavaria capacita permanentemente a sus colaboradores, proveedores y al personal de seguridad en Derechos Humanos.

En el 2013

Se capacitó a

**28 personas**

del departamento de Seguridad en temas relacionados con el empleo de la fuerza, uso de armas de fuego y manejo defensivo de vehículos.

Se dictó un taller sobre Derechos Humanos con la participación del

**81%**

del grupo de vicepresidentes y directores

Se dictaron talleres a los proveedores en Derechos Humanos, con la participación de

**65**

proveedores y 93 personas

## Formación

Durante el 2013 Bavaria invirtió

**9.522 millones de pesos**

en capacitación, con un promedio de **45,2 horas/hombre** para los trabajadores directos y **85,5 horas/hombre** para proveedores

## Promover la inclusión y la no discriminación

En el 2013 se inició el programa de inclusión de personas en condición de discapacidad, y en este primer año se logró la incorporación de dos personas con discapacidad física como trabajadores en calidad de aprendices SENA. Para ello las instalaciones del edificio de Dirección Central han sido adecuadas de tal manera que puedan desenvolverse sin ningún tipo de limitación.

## Acciones para el equilibrio entre vida personal y vida profesional

Para fomentar el equilibrio entre la vida laboral y personal, la empresa desarrolla una gestión interdisciplinaria, que incluye la implementación del horario flexible, actividades de bienestar laboral que integran a los trabajadores y sus familias, la disponibilidad de clubes sociales y deportivos, entre otros beneficios.

### Una nueva sede para una mejor calidad de vida

La nueva sede para la Dirección de la compañía, inaugurada en julio del 2013, ha permitido el desarrollo de iniciativas adicionales para lograr balance y calidad de vida de los trabajadores, tales como: programas de cuidado personal (peluquería y gimnasio dentro de las instalaciones), programas de salud ocupacional, programas de apoyo a empleados (mensajero para diligencias personales, sala de lactancia, lavadero de vehículo) y capacitaciones en temas no laborales.



# Transparencia y ética

*"Dirigimos nuestro negocio sobre pilares de ética y transparencia, valores que nos han permitido construir relaciones de confianza con nuestros grupos de interés".*

Fernando Jaramillo Giraldo, Vicepresidente de Asuntos Corporativos.

## El contexto

En la actualidad las relaciones de confianza con los grupos de interés de una compañía se construyen a partir de la transparencia que esta tenga en cuanto a sus objetivos, éxitos y desafíos. Estos son cada vez más demandantes respecto a la información que entregan las empresas sobre sus impactos económicos, sociales y ambientales.

## El compromiso

Desarrollar una operación en donde la ética y la transparencia sean transversales, apoyadas por canales y espacios que les permitan a los empleados, clientes, proveedores, consumidores y al público en general, tener acceso a la información sobre el desempeño de Bavaria, evaluar los avances, conocer las oportunidades de mejora y comunicar sus inquietudes.

En el 2013, más de

# 6.000 empresas

en el mundo elaboraron un reporte de sostenibilidad.

Fuente: Corporate Register



## Plan de acción

Objetivos	Acciones
Incorporar la ética como un elemento transversal en todas las actividades de la empresa	Programa integral de ética
Reportar de manera consistente, regular y fiable el desempeño económico, ambiental y social	Informe anual de desarrollo sostenible
Dialogar e interactuar con los grupos de interés	<p>Espacios de diálogo con grupos de interés</p> <p>Relación con los clientes</p>
Sensibilizar a los empleados y clientes para que sean partícipes de la estrategia de desarrollo sostenible	<p>Campañas internas de sensibilización para alcanzar los indicadores de agua y energía, eventos y actividades en las fechas ambientales relevantes</p>



# Programa integral de ética

La ética es indispensable en todas las formas de relacionamiento de Bavaria con sus grupos de interés; por esto, desde el 2006 se formalizó la adopción de una política, un programa integral ética y unas pautas para empleados y proveedores.

## Línea ética

Los empleados, proveedores, contratistas, distribuidores, clientes y terceros de Bavaria cuentan con un comité, una línea telefónica y un correo electrónico, que conforman la línea ética, un canal disponible las 24 horas del día.

Durante el 2013 se recibieron 206 reportes a la línea ética.

El correo electrónico es [comite.etica@bav.sabmiller.com](mailto:comite.etica@bav.sabmiller.com)

Los números son 018000 51 99 66 o el (1) 611 18 52.

## Capacitaciones a empleados

### Durante el 2013

Como parte del compromiso corporativo de promover los más altos estándares éticos en todas sus relaciones de negocio, se realizaron

14 talleres

en temas relacionados con la ética; se capacitaron un total de

7.734 personas

de las cuales

3.527

eran contratistas.

Bavaria realiza además diferentes eventos corporativos, para promover la ética en Colombia.

Séptimo Foro de Ética Empresarial - Ética para la construcción del capital social

Realizado en 8 ciudades para un total de 2.664 participantes

Primer Foro de Ética para el Sector Público

Realizado en Yumbo con 250 funcionarios públicos

Primer Foro de Ética para el Sector Educativo

Realizado en Cali con 1.000 estudiantes y 130 docentes

## Espacios de diálogo con grupos de interés

De manera periódica se propicia una serie de diálogos, que indagán por las expectativas y valoraciones que los grupos de interés tienen frente a la gestión de Bavaria.

### En el 2013

Foro sobre retos y oportunidades del reciclaje en Colombia

Asistieron 104 personas, pertenecientes a 24 asociaciones de recicladores, once empresas privadas, cinco asociaciones de bodegueros, entidades del Gobierno y cuatro gremios.

Validación de indicadores de impacto

Ejercicio realizado con diferentes aliados de los programas de responsabilidad social, con el objetivo de definir un conjunto de indicadores de evaluación de impacto.

Rendición de cuentas regional, en alianza con Telefónica

Diálogo abierto con 650 representantes de grupos de interés en cinco ciudades, para comunicar los resultados de sostenibilidad del 2013 y compartir prácticas de abastecimiento responsable.

## Relaciones con clientes

Bavaria trabaja para mantener una relación cercana, oportuna y emotiva con sus clientes (tenderos, detallistas y distribuidores).

Bavaria logró un índice de satisfacción de

87,7%

y continúa siendo el proveedor preferido del 71% de los tenderos.