



Amigos de la sostenibilidad 2011

Informe de sostenibilidad





Coordinación

Vicepresidencia de Asuntos Corporativos

Asesor externo

CREO Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional

Verificación

Deloitte

Diseño y diagramación

Gatos Gemelos

Alcance y cobertura

Para este informe se modificó la periodicidad pasando del cubrimiento de años fiscales de SABMiller (marzo – abril) a año calendario, este cambio se basa en la importancia de hacerlo coincidir con los reportes financieros de Bavaria y hacer su publicación más oportuna con respecto a otros informes publicados en el sector. Este informe cubre el periodo de enero 1 a diciembre 31 de 2011.

Debido a este cambio las cifras no tienen la misma periodicidad y se utilizan tanto los años fiscales como años calendario, existen tres formas de mostrar los datos:

1. F11 y 2011 en la mayor parte de los indicadores.
2. 2010 – 2011 en casos excepcionales en los que se reporta la información.
3. Por año fiscal (F11), debido a que por procesos globales de la organización,

no es posible obtenerlas de otra manera, incluyendo el periodo comprendido entre enero y marzo.

La información aquí contenida incluye los datos de la Dirección en Bogotá y todas las plantas de producción de Bavaria (Cervecería de Barranquilla, Cervecería de Boyacá, Cervecería de Bucaramanga, Cervecería de Tocancipá, Cervecería Unión, Cervecería del Valle, Maltería Tropical y Maltería de Tibitó).

La información de Impresur no incluye cifras del ámbito ambiental.

La información de la empresa de transporte TEV no está en todas las cifras, debido a que todavía no se ha incluido en la totalidad de los programas laborales, ambientales y de consolidación de indicadores.



DEFINICIÓN DE LOS CONTENIDOS

El contenido de la memoria se definió a partir de la estrategia de desarrollo sostenible de Bavaria, la cual determina 10 prioridades a partir de las cuales se adelantan los programas de sostenibilidad de la empresa. En el presente informe se da cuenta de las iniciativas adelantadas, la continuidad de aquellas que vienen de periodos anteriores, las nuevas iniciativas y los resultados obtenidos en cada una.

Este reporte se ha elaborado siguiendo los lineamientos de la guía G3 de la Global Reporting Initiative (GRI), bajo la cual se cumplen los requerimientos de un informe con nivel A+.

Alcanzar el más alto nivel otorgado por clasificación GRI refleja de la importancia que tiene para Bavaria la gestión de desarrollo sostenible, y nos impone el gran

compromiso de continuar con la labor realizada dentro de un proceso de mejora continua y de relacionamiento con nuestros grupos de interés.

Bavaria adhirió al Pacto Global de la Organización de Naciones Unidas en 2007. Esta iniciativa que promueve entre las empresas unas mejores prácticas, es interiorizada por Bavaria y damos respuesta a sus principios por medio de este reporte.

Bavaria define el contenido de este informe a partir de sus 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible





CONTÁCTENOS

Comuníquese con la División de Desarrollo Sostenible de Bavaria

Juliana Ocampo,
DIRECTORA DESARROLLO SOSTENIBLE
juliana.ocampo@bav.sabmiller.com

Comuníquese con la Fundación Bavaria

Catalina García,
DIRECTORA DE LA FUNDACIÓN BAVARIA
catalina.garcia@bav.sabmiller.com

CONSULTE

http://www.bavaria.com.co/espanol/responsabilidad_social/rsocial.php

http://www.grupobavaria.com/espanol/responsabilidad_social/rsocial_virtual_jun09.php

Para ver nuestro Reporte de Gestión Anual, consulte:

http://www.bavaria.com.co/espanol/informes_financieros.php

LINKS DE INTERÉS

<http://www.globalreporting.org/Home>

<http://www.unglobalcompact.org/>

<http://www.accountability.org/home.aspx>

CLASIFICACIÓN GRI



CONTENIDOS BÁSICOS

Nivel de aplicación de memoria

C

C+

B

B+

A

A+

Información sobre el perfil según la G3



Informa sobre:
1.1
2.1-2.10
3.1-3.8, 3.10-3.12
4.1-4.4, 4.14-4.15

Información sobre el enfoque de gestión según la G3



No es necesario

Indicadores de desempeño según la G3 & indicadores de desempeño de los suplementos sectoriales



Informa sobre un mínimo de diez indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental.

Verificación externa de la memoria

Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C, además de:
1.2
3.9, 3.13
4.5-4.13, 4.16-4.17

Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador

Informa sobre un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos.

Verificación externa de la memoria

Los mismos requisitos que para el Nivel B

Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador

Informa sobre cada Indicador principal y sobre los indicadores de los Suplementos Sectoriales*, de conformidad con el principio de materialidad, ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión.

Verificación externa de la memoria

*Versión final del Suplemento Sectorial





Nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible





Richard Rushton
Presidente de Bavaria

2011 significó para Bavaria un año de fortalecimiento de nuestros cimientos de Desarrollo Sostenible en cada uno de los frentes de la organización, siendo reconocidos por un impacto concreto en la sociedad colombiana que hoy nos satisface y nos motiva para dar nuevos pasos firmes en 2012.

Extendimos la cobertura de varios de nuestros programas prioritarios, a ciudades intermedias, incrementando la posibilidad de interactuar y lograr resultados relevantes con líderes comunitarios, del gobierno y los sectores económicos.

Incrementamos nuestros niveles de exigencia en procesos de producción y gestión, con el fin de garantizar la excelencia de nuestros productos y del relacionamiento con nuestros grupos de interés en todas las instancias.

Hemos evidenciado un mayor compromiso de nuestros socios estratégicos con las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible y con los 8 Principios de Abastecimiento Responsable, soportado en el seguimiento a una implementación cada vez más sólida en sus propias empresas.

Continuamos explorando y consolidando formas de aportar significativamente al desarrollo económico del país, avanzando con determinación en el estímulo de la siembra de cebada maltera en el país, que ya dio su primera cosecha y se integra en nuestro proceso de producción respondiendo a los estándares de calidad de SABMiller.

Tuvimos la oportunidad de lanzar dos nuevas marcas (Maltizz y Club Colombia Negra) respondiendo a la lealtad de nuestros clientes, con innovación y calidad.

Estos resultados son una realidad gracias al talento y la capacidad de nuestro equipo, conformado por 4.719 trabajadores, cuyas condiciones laborales fueron reconocidas por el Premio Portafolio y en quienes pensamos diariamente para generar las mejores prácticas de fidelización y desarrollo humano.

Nos sentimos orgullosos de poder presentar estos resultados, reiterando que más que el reconocimiento, nos motiva la posibilidad de generar acciones que contribuyan visiblemente a la calidad de vida de los colombianos.





Fernando Jaramillo
Vicepresidente de Asuntos Corporativos

El compromiso con nuestros grupos de interés nos invita día a día a garantizar una comunicación oportuna y dinámica de nuestras iniciativas y resultados, innovando en formas de acercamiento que para la quinta versión del Informe de Desarrollo Sostenible, se hace tangible en la decisión de publicarlo en el primer trimestre del año, asegurando una mayor oportunidad y pertinencia.

Con la expectativa de hacerlo en un momento propicio para el intercambio de prácticas y experiencias, presentamos los aprendizajes de un año enfocado en mayores acercamientos con la comunidad y que representó la oportunidad de unir por primera vez una de nuestras marcas con la Fundación Bavaria, para rescatar los tesoros de nuestro país a través de la campaña “Orgullo Perdido”, la cual recibió la mención de Maestría Artesanal por parte de Artesanías de Colombia.

Durante 2011 cumplimos nuestro propósito de llevar a más ciudades nuestro foro de ética, así como programas de prevención del VIH y de consumo responsable de alcohol, entregando un mensaje contundente a los ciudadanos acerca de su corresponsabilidad frente a estas sensibles temáticas.

El compromiso de nuestros Proveedores, ha sido clave para mejorar los indicadores ambientales, evolucionando hacia botellas más livianas y reduciendo nuestras emisiones de carbono al optimizar los procesos de despacho y logística; así mismo recibimos el reconocimiento Planeta Azul, el cual renueva tanto nuestra responsabilidad como nuestra voluntad de gestionar adecuadamente el uso del agua.

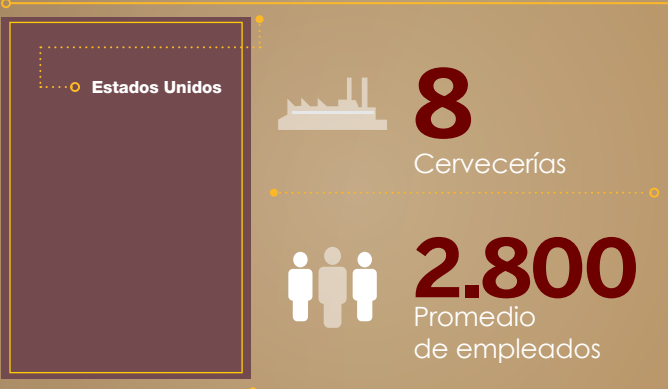
Dejamos en sus manos nuestro balance 2011 y lo invitamos a permitirnos conocer su retroalimentación.





SABMiller tiene operaciones en 6 regiones del mundo

Norteamérica



Europa



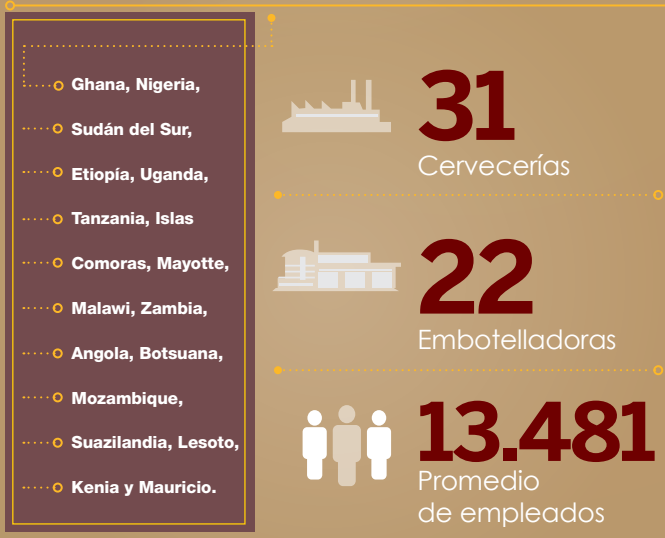
Asia



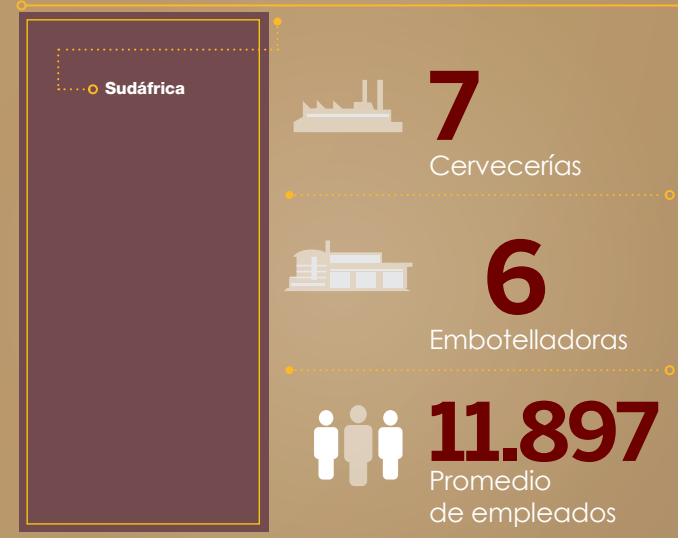
Latinoamérica

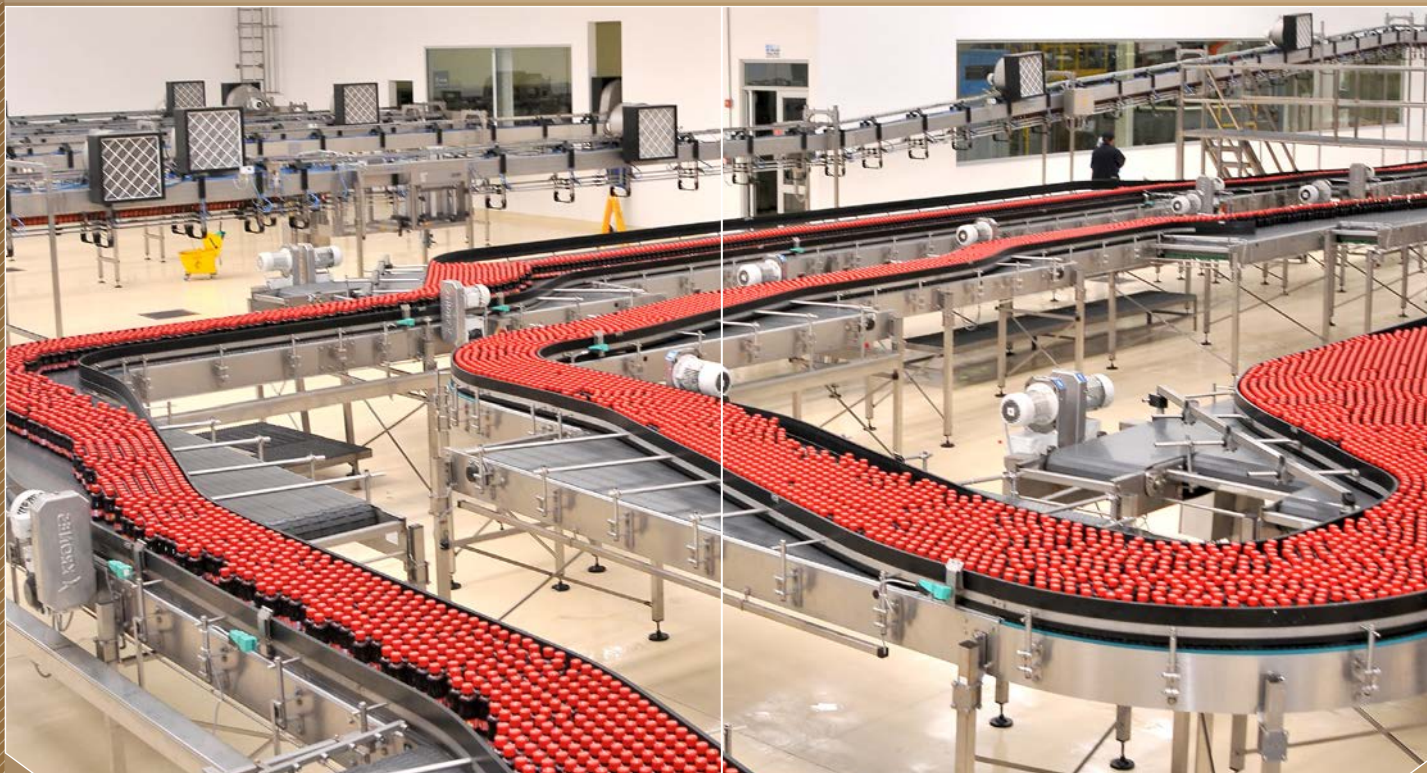


África



Sudáfrica





Desde nuestro nacimiento en 1889 nos hemos constituido como una de las empresas más sólidas y apreciadas de Colombia. Trabajamos con un fuerte compromiso hacia nuestro crecimiento y el del país; de la mano del talento colombiano ofrecemos un portafolio de productos que llenan las expectativas de

los consumidores y permiten la lealtad de nuestros clientes.

Nuestra preocupación por el desarrollo nacional, por aportar al bienestar de las comunidades, acompañados de una gran técnica y un excelente manejo ambiental son los pasos que nos han permitido convertirnos en una empresa de talla mundial.

MISIÓN

Crecer en el mercado a un consumo anual per cápita de 60 litros, para asegurar el liderazgo de nuestro portafolio de marcas nacionales en cada una de las categorías de bebidas y en todos los segmentos del mercado.

VISIÓN

Ser la compañía más admirada en Colombia y una gran contribuyente de la reputación Global de SABMiller.

VALORES

- » Nuestra gente es nuestra 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





Hechas en Colombia

Maltizz Pony Malta Costeñita Club Colombia Aguila Light Aguila Pilsen Costeña Cola & Pola Póker Redd's Póker Ligera Pilsener



Se exporta a España, Ecuador y Estados Unidos

Se exporta a España

Se exporta a España, y Estados Unidos

Se exporta a España

Se exporta a Ecuador

Importadas

Peroni Miller GD



Importada de Italia

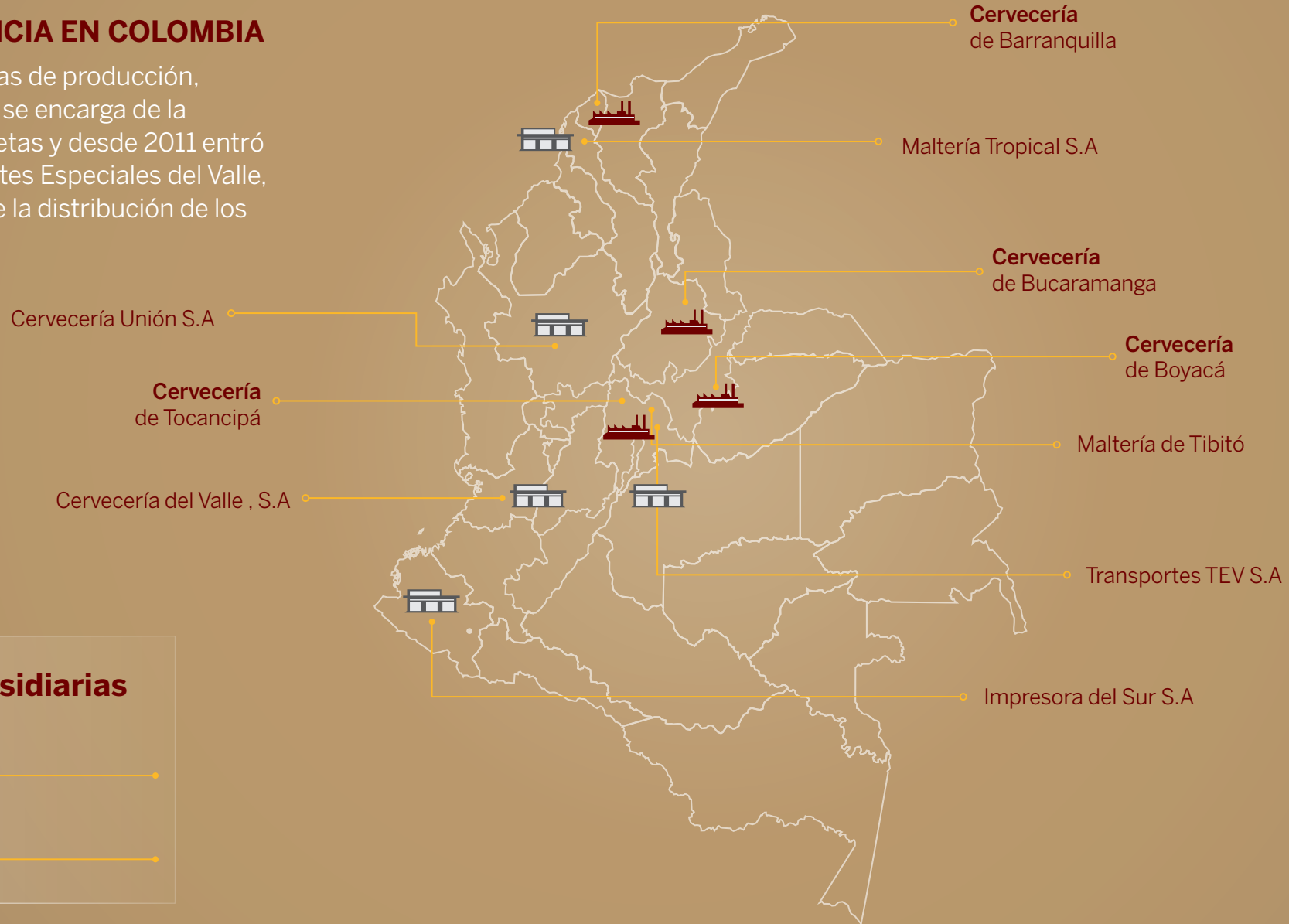
Importada de Estados Unidos





NUESTRA PRESENCIA EN COLOMBIA

Contamos con 8 plantas de producción, Impresora del Sur que se encarga de la impresión de las etiquetas y desde 2011 entró en operación Transportes Especiales del Valle, TEV, que se encarga de la distribución de los productos.



Plantas y Subsidiarias



Cervecería



Subsidiarias





PREMIOS 2011

En 2011 recibimos diversos reconocimientos gracias a los resultados que se obtuvieron en gestión ambiental, manejo y conservación del agua; al apoyo que brindamos para promover el desarrollo del país; a las iniciativas internas que nos posicionan como una empresa preocupada por el bienestar de los colaboradores y al trabajo realizado a través de la publicidad y calidad de nuestras marcas.



Bavaria

- **The Presidents Ultra Premium Challenge finalista Colombia Malka 5**
Reconocimiento de SABMiller a Bavaria por engrandecer la imagen de la cerveza a través de las marcas.
- **Premio Portafolio**
Galardón al compromiso por entregar a nuestros trabajadores las mejores condiciones laborales.
- **Premio Planeta Azul**
Segundo puesto
Reconocimiento a la gestión del agua.



Cervecería del Valle

- **Premio a la excelencia Gestión Ambiental Corporación Autónoma del Valle del Cauca**
Primer puesto – Cervecería del Valle



Fundación Bavaria

- **Premio Britchman Lazos de la Cámara Colombo Británica**
Mejor programa gestión grupos de interés
- **Medalla a la maestría artesanal. Artesanías de Colombia.**
Mención de honor- Club Colombia y Fundación Bavaria por el proyecto Orgullo Perdido.



Marcas

- **Effie Awards: Alimentos y Bebidas**
Águila Light: eficiencia en la publicidad de la campaña Águila Light Vacaciones.
- **Great idea**
Bebida alcohólica mezclada Cola y Pola
Bebida Alcohólica Saborizada – Redds
Bebida Ligera – Águila Ligth
- **Medalla de Oro del Monde Selection de Bélgica**
Club Colombia fue reconocida por tercera vez con este galardón.
- **Medalla de Plata del Monde Selection de Bélgica**
Club Colombia Roja





Bavaria S.A

Accionista	Número de acciones	Porcentaje participación
SAB Colombia S.A.S.	233,720,606	94.90%
AXIN Y CIA LTDA	9,718,012	3.95%
INVERSIONES NIXA S A	619,588	0.25%
Subtotal SABMILLER	244,058,206	99.10
Otros (7,686)	2,222,728	0.9%
Gran Total	246,280,934	100.00%

Maltería Tropical S.A.

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	200	0,0006
Cervecería Unión S.A.	9.563.600	29,9987
Impresora del Sur S.A.	11.158.000	35,0000
Inversiones Maltería Tropical S.A.	11.158.000	35,0000
Sociedad Portuaria Bavaria S.A.	200	0,0006
Total Grupo	31.880.000	100

Cervecería Unión S.A.

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	5.661.683	80,1182
Maltería Tropical S.A.	1.343.455	19,0112
Total Grupo	7.005.138	99,1294
Total circulación	7.066.660	100

Sociedad Portuaria Bavaria S.A.

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	533.600	92,0000
Cervecería Unión S.A.	11.600	2,0000
Maltería Tropical S.A.	11.600	2,0000
Impresora del Sur S.A.	11.600	2,0000
Inversiones Maltería Tropical S.A.	11.600	2,0000
Total Grupo	580.000	100





Impresora del Sur S.A

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	10.999.960	54,9998
Cervecería Unión S.A.	9.000.010	45,0001
Maltería Tropical S.A.	10	0,0001
Inv. Maltería Tropical S.A.	10	0,0001
Sociedad Portuaria Bavaria S.A.	10	0,0001
Total Grupo	20.000.000	100

Inversiones Maltería Tropical S.A.

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	31.217.673	94,7999
Cervecería Unión S.A.	1.712.163	5,1994
Impresora del Sur S.A.	75	0,0002
Maltería Tropical S.A.	75	0,0002
Sociedad Portuaria Bavaria S.A.	75	0,0002
Total Grupo	32.930.061	100

Cervecería del Valle S.A.

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	57.150.090	94,4630
Cervecería Unión S.A.	3.100.000	5,1240
Maltería Tropical S.A.	100.000	0,1653
Impresora del Sur S.A.	100.000	0,1653
Inversiones Maltería Tropical S.A.	49.910	0,0825
Total Grupo	60.500.000	100

Transportes TEV S.A. (Desde el 9 de diciembre de 2011)

Accionista	Número de acciones	Porcentaje de participación
Bavaria S.A.	2.062	49,0952
Inversiones Maltería Tropical S.A.	2.057	48,9762
Cervecería del Valle S.A.	43	1,0238
Cervecería Unión S.A.	19	0,4524
Maltería Tropical S.A.	19	0,4524
Total Grupo	4.200	100





SOBRE BAVARIA



ASOCIACIONES

- » Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Cámara de bebidas y Cámara de Grandes Operadores Logísticos
- » Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA)
- » Cámara Colombo Americana
- » Cámara Colombo Británica
- » Centro Regional Para América Latina y el Caribe en apoyo al Pacto Mundial
- » Corporación Excelencia en la Justicia
- » Corporación Antioquia Mía
- » Corporación Calidad
- » Corporación Promotores de Paz
- » Fundación Ideas para la Paz
- » Fundación Mamonal
- » Fundación Tejido Humano
- » Transparencia por Colombia
- » Colfuturo

CERTIFICACIONES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

- » ISO 9001:2008
- » ISO 14001:2004
- » ISO 22000: 2005
- » OSHAS 18001:2007
- » HACCP
- » BASC





GOBIERNO CORPORATIVO

Presidencia
Richard Mark Rushton

VP. Asuntos Corporativos	VP. Cadena Abastecimientos	VP. Distribución	VP. Financiera	VP. Mercadeo	VP. Recursos Humanos	VP. Técnica	VP. Ventas	VP. Planeación Estr & Proy.
División Asuntos de Gobierno e Industria	División Compras	División de Operaciones Distribución	División Auditoria y Central Financiero	División Pricing y Presupuestos	División Compensación y Beneficios	División Proyectos de Ingeniería	División Cuentas Claves	Vice. Adj. Integración Comercial
División Comunicaciones Internas	División Desarrollo Cadena de Abastecimientos	División Servicios de Distribución	División Financiera	División Inteligencia de Mercados	División Desarrollo Organizacional	División Gestión Calidad	División Trade Marketing	División Planeación Estratégica y Proy
División Desarrollo Sostenible	División Gestión Proveedores	División Regional Distribución Antioquia	División Planeación Análisis Financiero	División Portafolio e Innovación	División Entrenamiento y Desarrollo	División Manufactura	División Servicios Ventas	División Proyectos Estratégicos
División Jurídica	División Planeación Demanda y Capacidad	División Regional Distribución Bogotá	División Tesorería	División Servicios Mercadeo	División Gestión del Talento	División Proyectos de Ingeniería	División Servicio al Cliente	
División Relaciones Corporativas	División Planeación Materiales	División Regional Distribución Central	División Tributaria	División Franquicia Águila	División Seguridad	Consultoría Técnica	Director Ruta al Mercado	
	División Planeación Operaciones	División Regional Distribución Costa	Dirección General Cerv. Valle	División Marcas Club Colombia y Redds	Consultoría Recursos Humanos	División Cervecería Águila	División Regional Ventas Antioquia	
		División Regional Distribución Occidente	División Transformación Financiera	División Marcas Globales	División BP HR Administración	División Cervecería Boyacá	División Regional Ventas Bogotá	
		División Regional Distribución Oriente		División Marcas Paker y Pilsen	División BP HR Comercial	División Cervecería Bucaramanga	División Regional Ventas Central	
		Dirección General Cerv. Unión		División Marcas Pony Malta y Cola & Pola	División BP HR Técnica y CA	División Tocancipá	División Regional Ventas Costa	
						División Cerv. Valle	División Regional Ventas Occidente	
						División Maltería Tropical & Tibitó	División Regional Ventas Oriente	
						División Impresur		





Estándares de gobierno corporativo /Gestión 2011 Junta Directiva

Composición de la Junta Directiva

- » De acuerdo con los estatutos sociales, la Junta Directiva de la sociedad está integrada por 10 directores principales.
- » La validez de sus deliberaciones requiere de la concurrencia, por lo menos de seis de sus miembros.
- » Las decisiones de la Junta Directiva se adoptan válidamente con el voto afirmativo de seis directores.
- » En caso de empate se entiende negado el asunto.
- » Al menos tres de los miembros de la Junta Directiva deben ser independientes.
- » Al finalizar el año 2011 la Junta Directiva la integraban las siguientes personas: Alejandro Santo Domingo Dávila (presidente), Carlos Alejandro Pérez Dávila (vicepresidente), Karl Lippert, Jonathan Solesbury, Alberto Preciado Arbeláez, Juan Carlos García Cañizares, Rudolf Hommes Rodríguez, Rafael Rivas Mallarino, Manuel Rodríguez Becerra y Luis Guillermo Plata Páez.

Vigencia

2010-2012

Número de reuniones anuales y promedio de asistencia

- » En el año 2011 la Junta Directiva se reunió cuatro veces, todas de manera presencial.
- » En la reunión del 28 de febrero de 2011, el señor Juan Carlos García Cañizares, atendió la reunión mediante conferencia telefónica y el señor Barry Smith no asistió a la misma, en la medida que había presentado renuncia a su cargo por motivo de retiro de la empresa por jubilación. En la reunión del 25 de mayo de 2011 asistieron todos los miembros de la Junta Directiva. En la reunión del 25 de agosto de 2011, el señor Rafael Rivas Mallarino, atendió la misma mediante conferencia telefónica y el señor Mauricio Restrepo Pinto no asistió, en la medida que había presentado renuncia a su cargo por motivo de su nombramiento como Director Financiero de SABMiller en la Región Europa. En la reunión del 2 de noviembre de 2011 asistieron todos los miembros de la Junta Directiva.





Entrenamiento para los directores

De acuerdo con el código de buen gobierno:

- » Todos los directores que lo requieren reciben inducción al ingresar a la junta directiva y actualizan regularmente su conocimiento sobre la sociedad y sobre las habilidades para el cumplimiento de sus funciones.
- » Se establece que la sociedad debe proveer un programa de inducción para los nuevos miembros del comité de auditoría.
- » El responsable de la inducción es el vicepresidente del área respectiva a la cual corresponde el tema solicitado por el director.

Comités de la junta directiva

- » El único comité que tiene conformado de manera permanente la junta directiva es el comité de auditoría.
- » Debe deliberar con la presencia de la mayoría de sus integrantes.
- » La Asamblea Ordinaria de Accionistas el 25 de marzo de 2010, dispuso que la sociedad tendrá un comité de auditoría conformado por el número de miembros que determine la junta directiva el cual en ningún caso será inferior a tres personas, designadas por la junta directiva de entre sus mismos directores, teniendo presente que todos los miembros independientes que tenga la junta directiva hacen parte de este comité.
- » Con este nuevo esquema la Junta Directiva en su sesión del 25 de mayo de 2010 dispuso que el comité de auditoría esté conformado por 6 directores, incluidos los 4 directores independientes. En su sesión del 28 de octubre de 2011 ratificó dicha conformación.
- » Al 31 de diciembre de 2011 el Comité de Auditoría quedó integrado por los siguientes miembros: Karl Lippert, Jonathan Solesbury, Rudolf Hommes Rodríguez, Rafael Rivas Mallarino, Manuel Rodríguez Becerra y Luis Guillermo Plata Páez. Los últimos cuatro (4) son los directores independientes.
- » En el año 2011 el comité de auditoría se reunió 4 veces.





Valoración de la gestión anual de la junta directiva y del comité de auditoría

- » La Junta Directiva y el comité de auditoría al cierre de cada ejercicio, que es cada seis meses, junio 30 y diciembre 31 de cada año, presentan informes sobre su gestión a la Asamblea General Ordinaria de Accionistas.

Regulación interna de la junta directiva

- » Contamos con el código de buen gobierno, aprobado por la Junta Directiva de Bavaria desde el 8 de abril de 2002.
- » Este código tiene como finalidad asegurar en Bavaria, tanto el respeto de los derechos de quienes inviertan en sus acciones o en cualquier otro valor que emita, como la adecuada administración de sus asuntos y el conocimiento público de su gestión.

Remuneración de la junta directiva y de los directores

- » La Asamblea general ordinaria de Accionistas en sus reuniones del 25 de marzo y del 30 de septiembre de 2011, ordenó que únicamente los siguientes miembros de la junta directiva recibirán remuneración: Alberto Preciado Arbeláez, Rudolf Hommes Rodríguez, Rafael Rivas Mallarino, Manuel Rodríguez Becerra y Luis Guillermo Plata Páez.
- » La remuneración anual para cada uno de los directores mencionados es de COP\$ 32.000.000, divididos en cuatro pagos trimestrales.
- » Los demás miembros de la junta prestan sus servicios en forma gratuita.
- » La Asamblea general de Accionistas también ordenó que los miembros del comité de auditoría que reciben remuneración en su calidad de miembros de la junta directiva adicionalmente reciban honorarios por valor de COP\$ 8.000.000 por cada reunión del comité de auditoría a la que asistan.

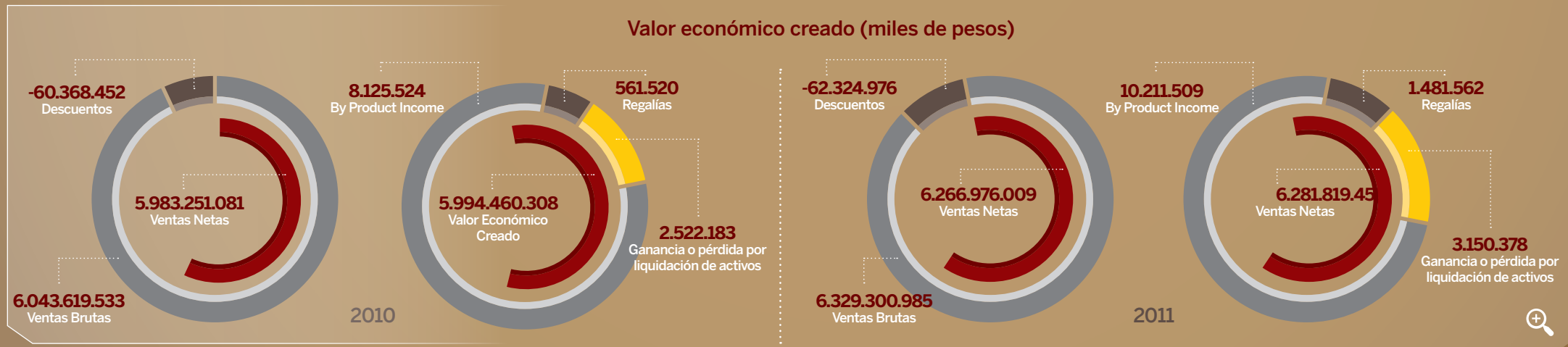
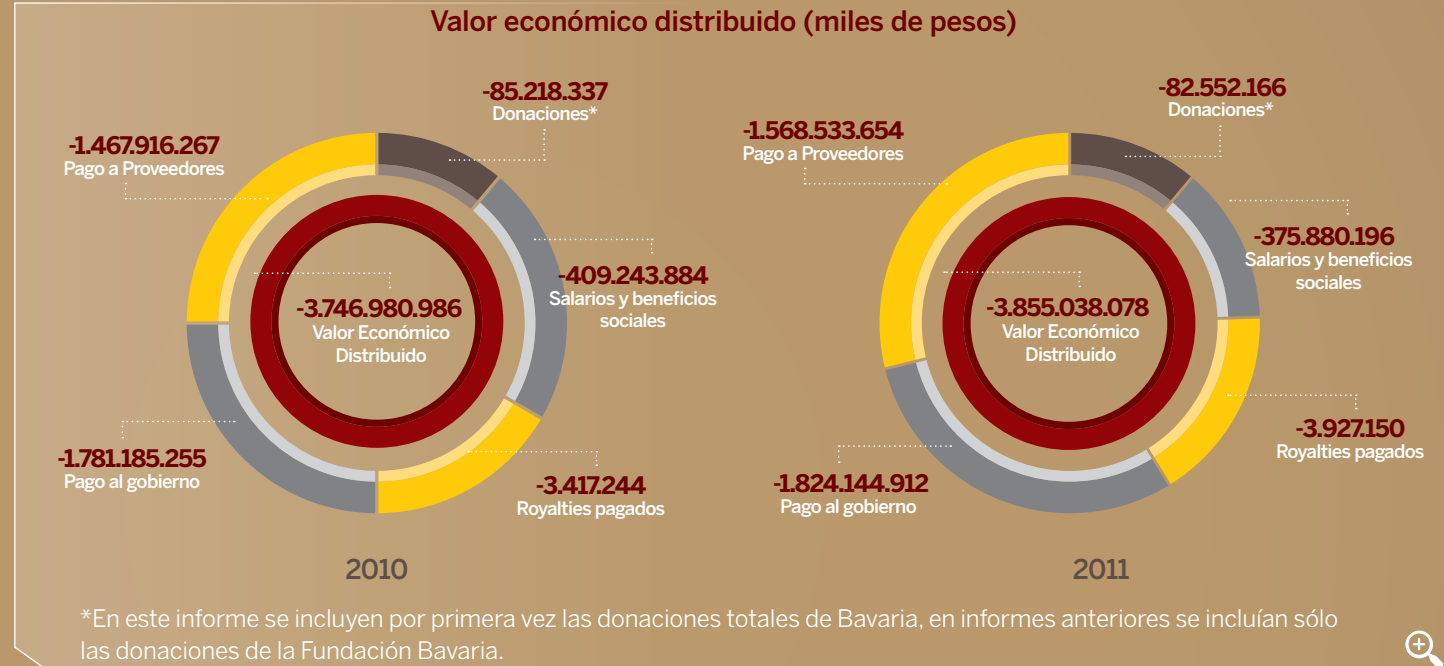




DESEMPEÑO ECONÓMICO

El buen desempeño económico que alcanzamos nos permite contribuir a la generación de valor compartido a través de la creación de oportunidades de trabajo y salarios adecuados, el aporte a la prosperidad de nuestros proveedores y al bienestar de las comunidades a las que impactamos.

En 2011 el valor económico creado alcanzó los 6,28 billones de pesos, lo que representa un aumento de 287 mil millones frente al año anterior; el valor económico distribuido aumentó en 109 mil millones, estas cifras demuestran el compromiso que tenemos frente a la sostenibilidad económica de la Compañía y el desarrollo de Colombia.





Proveedores

	F09	F10	F11	2011
# de Proveedores totales	9.008	8.514	7.552	7.319
# de Proveedores de bienes	2.119	1.938	1.776	1.646
# de proveedores de bienes locales	1.987	1.824	1.663	1.473
# de proveedores de bienes extranjeros	132	114	113	173
# de proveedores de servicios	6.889	6.576	5.776	5.673
# de proveedores de servicios locales	6.806	6.483	5.675	5.563
# de proveedores de servicios extranjeros	83	93	101	110

Inversiones ambientales

Área de inversión	Valor de la inversión en pesos
Reducción del consumo de agua	\$747.433.398
Reducción del consumo de agua y energía	\$40.601.547
Reducción del consumo de energía eléctrica	\$1.753.402.869
Reducción del consumo de energía térmica	\$2.765.590.554
Emisiones	\$2.056.495.155
Tratamiento de residuos	\$543.922.507





EL CAMINO A LA EXCELENCIA

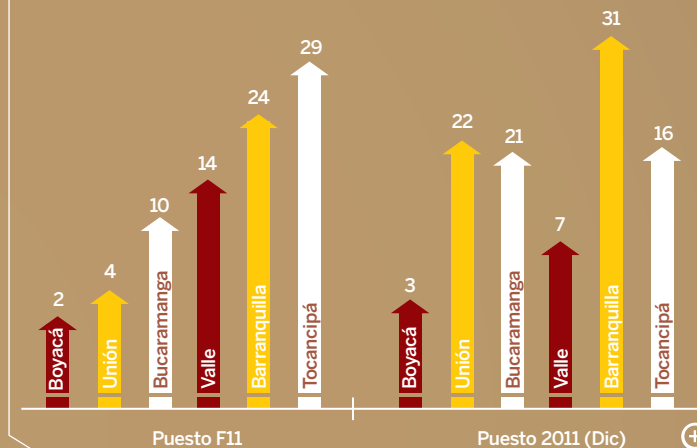
Todas nuestras operaciones están cimentadas en procesos que garantizan la mejora continua en todas las áreas de nuestra operación. Contamos con personal altamente entrenado y comprometido, que utiliza las mejores condiciones técnicas para asegurar la calidad de nuestros productos.

MCM

A través del sistema de Manufactura de Clase Mundial apalancamos nuestros procesos logrando mejoras que llegan el punto de sostenimiento y a su vez impulsan nuevas mejoras, lo que nos permite alcanzar la excelencia y ser una de la empresa cervecera líder.

En 2011 la metodología GEM a través de la cual medimos la madurez de cada práctica se actualizó pasando de la versión 3.0 a 4.0, lo que implica un proceso de implementación más riguroso que si bien exige un mayor esfuerzo para cumplir las metas, también permite mayor anclaje y soporte al desarrollo de cada práctica.

Clasificación de la plantas en SABMiller



Debido a este cambio en la medición mensual realizada por SABMiller entre sus 83 cerveceras y 12 malterías, vimos unas bajas en el posicionamiento de algunas de nuestras plantas, pues algunos de los asuntos que teníamos como cumplidos debieron reevaluarse para alcanzar mejores calificaciones. En diciembre la cervecera de Boyacá fue la mejor de Colombia ocupando el tercer lugar global, Valle y Tocancipá mejoraron su posicionamiento, mientras que Unión, Bucaramanga y Barranquilla tienen oportunidades de mejora que pueden aprovechar para optimizar sus evaluaciones.



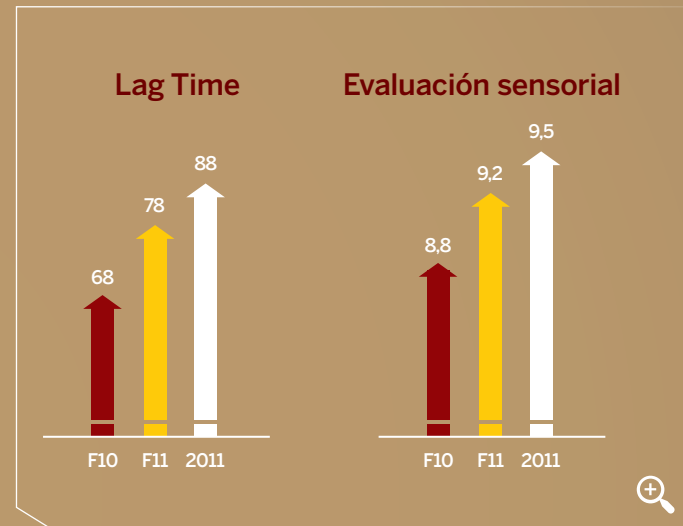


Calidad

Nuestras bebidas se han caracterizado por ofrecer a los consumidores una excelente calidad y un gran sabor, para lograrlo sometemos todos los productos a diferentes pruebas que evalúan sus características, así verificamos que se ponga a la venta el mejor producto posible.

En 2011 centramos nuestros esfuerzos en dos frentes:

- » Evaluación sensorial: trabajamos en el control de las variables del proceso de fermentación, lo que nos permitió mayor consistencia en el proceso y los productos, además de esto fortalece la capacidad de quienes hacen parte de los paneles sensoriales permitiendo resultados confiables y reproducibles.
- » Lag time: sobre este indicador que da cuenta de la estabilidad del producto en el tiempo, se dio prioridad a mantener la capacidad antioxidante inherente a la cerveza a lo largo del proceso de producción, con el fin de mantener inalteradas sus características durante todo el ciclo de vida.



Nuestras bebidas se han caracterizado por ofrecer a los consumidores una excelente calidad y un gran sabor





» CLUB COLOMBIA



Nuevo empaque
de aniversario 50 años

» AGUILA



Botella retornable
de 750 ml

» MALTIZZ



Nueva bebida
de malta

» CLUB COLOMBIA
NEGRA



Edición
Limitada

INNOVACIÓN

Estamos en permanente búsqueda para ubicar en el mercado productos y presentaciones novedosos, por eso contamos con un área que está en un proceso creativo para innovar y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y consumidores.

Estas innovaciones están alineadas con nuestras políticas y respetan los lineamientos corporativos en los que se indica que si involucran bebidas alcohólicas no deben ser atractivas para menores de edad o promover un consumo excesivo de las mismas.





Entregamos a nuestros consumidores productos de excelente calidad, a través de los cuales generamos empleo, contribuimos al desarrollo de las comunidades, promovemos el crecimiento de empresas colombianas, cuidamos el medio ambiente y creamos una empresa ética en toda su operación.

Todas estas características componen nuestra estrategia de sostenibilidad que está estructurada a través de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible que SABMiller ha identificado para todas las empresas que hacen parte de su grupo. El crecimiento empresarial unido al desempeño de estas prioridades demuestra que la sostenibilidad y los buenos resultados económicos van de la mano, en lugar de enfrentarse.





Nuestro informe de sostenibilidad F11 se envió en fundas elaboradas con material publicitario reciclado, por comunidades aledañas a las plantas.

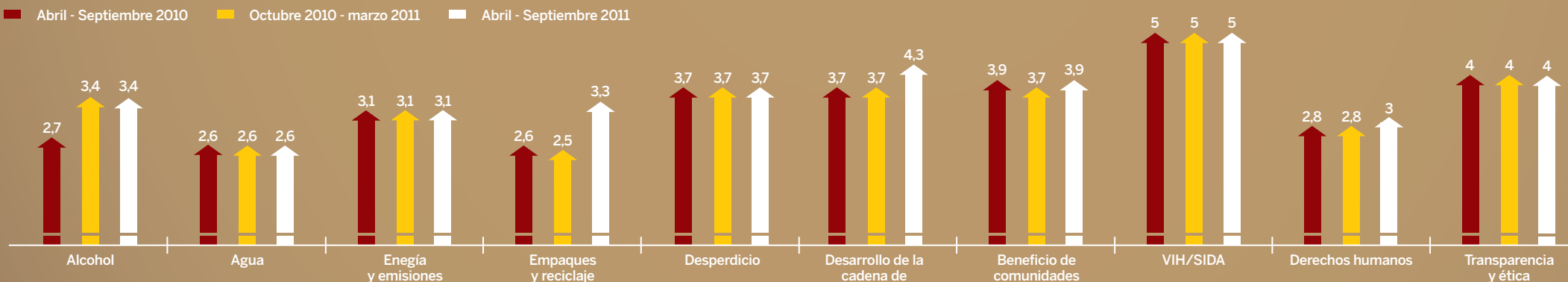
SAM

Para verificar que haya un fuerte arraigo de estas prioridades al interior de las compañías y que se les de cumplimiento, SABMiller ha desarrollado una matriz de desempeño, SAM por su sigla en inglés, en la que se recogen los indicadores que componen la 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible y permite analizar el estado de cada una.

Esta matriz se compone de cinco pasos, cada prioridad se evalúa a partir de esta escala y según su calificación se adoptan las medidas necesarias para aprovechar las oportunidades de mejora y afianzar los aciertos.



Calificaciones de Bavaria en SAM



Nuestro informe de sostenibilidad F11 se entregó en fundas para portátil elaboradas con material publicitario reciclado, por comunidades aledañas a nuestras plantas.





Nuestro crecimiento económico no sólo beneficia a la Compañía, por el contrario nos permite ser partícipes del desarrollo nacional y de la generación de bienestar de quienes conforman nuestra cadena de valor y las comunidades en las que operamos. Desde 2005 contamos con la Fundación Bavaria para adelantar el trabajo que realizamos en esta materia, desde allí ejecutamos recursos y programas que nos permiten desarrollar nuestra prioridad de Beneficiar a las Comunidades en las que operamos.

Las acciones que adelantamos están encaminadas a alcanzar la sostenibilidad de los programas por medio de herramientas que los hagan medibles, cuantificables y replicables, garantizando su permanencia en el tiempo.

La Fundación busca propiciar el crecimiento de personas y comunidades con programas que tienen como objetivos el fomento de la empleabilidad, la disminución de la pobreza y la generación de ingresos. Estos programas se adelantan en las líneas de Emprendimiento, Educación y Desarrollo de Comunidades.

En 2011 realizamos inversiones por más de 11.000 millones de pesos, que nos permitieron dar continuidad a las iniciativas que adelantamos, implementar nuevos programas, ampliar coberturas, apoyar a los damnificados de la ola invernal y en general contribuir a mejorar la calidad de vida de nuestra cadena de valor y las comunidades en las que adelantamos operaciones.

Modelo de operación de la fundación Bavaria

Quién Comunidades - Cadena de valor

Qué Educación
Emprendimiento
Desarrollo de comunidades

Cómo
Oportunidades Bavaria
Educación - Micocrédito
Destapa Futuro
Red de emprendedores
Programa mentores
Ángeles inversionistas
Uni2
Programa de voluntariado
Donaciones filantrópicas





Desincentivar
el consumo
irresponsable de
ALCOHOL



Producir más
cerveza usando
menos **AGUA**

CO₂
Reducir el
consumo de
ENERGÍA
y las emisiones
de carbono



Fomentar la
reutilización de
EMPAQUES
y el **RECICLAJE**



Trabajar para
que las operaciones
tengan **CERO**
DESPERDICIOS



Incentivar el
desarrollo empresarial
en nuestra
**CADENA
DE VALOR**



Beneficiar a las
COMUNIDADES
en las que
operamos



Contribuir con la
reducción del
VIH/SIDA



Respetar los
**DERECHOS
HUMANOS**



**TRANSPARENCIA
Y ÉTICA**





01 DESINCENTIVAR EL CONSUMO IRRESPONSABLE DE ALCOHOL



Amigos de la moderación

Saber vivir saber beber
Alianza con caracol radio
Zonas de rumba segura

Bavaria, Haciendo de la ruma colombiana un escenario seguro

Intervención integral en Ibagué

Plan de acción en Medellín

Acciones adelantadas en cali

Erradicación del consumo en menores

Todos podemos ser Padres
Sanamente
Bienestar futuro

Alcohol Way

Comunicación comercial
Casos 2011





AMIGOS DE LA MODERACIÓN



En Bavaria consideramos que el consumo de bebidas alcohólicas por parte de la población adulta, debe darse en un escenario en el que la responsabilidad y la moderación sean la pauta, promoviendo así el bienestar de nuestros consumidores en todos los aspectos de su vida.

Saber Vivir Saber Beber

Consumir bebidas alcohólicas con moderación permite a los adultos disfrutar sin que se presenten consecuencias negativas para ellos, sus familias o amigos; por esto desde Bavaria impulsamos este programa que busca darle al consumidor claves para alcanzar este objetivo. Además contribuye a la prevención de accidentalidad, violencia y delincuencia en las zonas de alto consumo de este tipo de bebidas.

En alianza con otras entidades creamos piezas de comunicación y capacitaciones que promueven la responsabilidad entre

los diferentes actores de la rumba. Para las personas que hacen parte de los establecimientos, como los dueños y meseros se realiza un entrenamiento en el que se les capacita para que puedan manejar adecuadamente el tema del consumo de alcohol, evitando situaciones que puedan poner en riesgo su integridad y la de los consumidores.

Resultados

200 trabajadores de establecimientos de rumba en Bogotá, **50** en Ibagué y **300** en Medellín fueron entrenados por el programa en el marco del Plan de Zonas de Rumba Segura. Hasta diciembre de 2011 ya se había entrenado un total de **750** personas.





Alianza con Caracol Radio

Como parte de nuestro esfuerzo por promover la responsabilidad en el consumo entre el público joven, concertamos una alianza con Caracol Social en la que a través de sus emisoras musicales, se envían mensajes con un lenguaje y una actitud cercanos a los jóvenes para promover la importancia de ser responsables antes, durante y después de la rumba, buscando fomentar una cultura que respete la vida.

Tenemos un amigo en común que sabe vivir y sabe beber, esa es la base de la alianza y el mensaje central de la campaña que

se adelanta en las emisoras juveniles de cubrimiento nacional; los locutores que hace parte de la programación diaria, quienes ya cuentan con un reconocimiento y cercanía con el público, dan al aire mensajes proactivos y claros en los que se habla sobre la importancia del consumo responsable y cómo se puede planear la rumba antes, durante y después.

Esta campaña que llega a aproximadamente seis 6 millones de personas, se adelanta a través de formatos grabados y leídos por los locutores, con mensajes que generan espacios educativos que proveen herramientas para que los jóvenes puedan poner límites cuando consumen alcohol.

Para que nuestros aliados estuvieran en capacidad de entregar el mensaje adecuadamente, se les invitó a una cata de cerveza en las instalaciones de Bavaria, en la que se les entregaron piezas que contienen la información que manejamos en nuestros programas y tuvieron la oportunidad de compartir con Don Chucho y recibir de primera mano los mensajes que ellos mismos transmitirían en sus emisoras.

FORMATOS UTILIZADOS

Antes de beber

Mensajes leídos en vivo con tips sobre cómo planear la rumba, emitidos durante los programas de la mañana y los programas de conteo de Radioactiva, Oxígeno, Cuarente Principales, Topicana y Oxígeno Joven.

Bebiendo

Mensajes individuales en las emisoras musicales, visitas a bares con el staff de las emisoras y participación en eventos.

Cuando termina la fiesta

Individuales con tips sobre qué hacer cuando termina la rumba emitidos en las emisoras musicales.





Zonas de Rumba Segura

Este programa que se generó a partir del Piloto Zona Rosa realizado en diciembre de 2010, pretende crear condiciones seguras para los visitantes de áreas con alta concentración de personas articulando:

- » La promoción de la moderación con la profesionalización y educación de los actores de la rumba.
- » La seguridad en alianza con entidades y organismos estatales como la policía y el ICBF.
- » La movilidad garantizando alternativas seguras de regreso a casa como

conductores elegidos, tarifas especiales en parqueaderos.

- » La mejora de la infraestructura trabajando con los comerciantes y las empresas de servicios públicos.

Gracias a la suma de los esfuerzos de Bavaria, las alcaldías locales, la Universidad Nacional, Asobares, la Policía Metropolitana y la Secretaría de Salud, Zonas de Rumba Segura se extendió a cuatro zonas de la capital: Candelaria, Chapinero (Calle 93 y Zona Rosa), Suba y Fontibón. Adicionalmente llevamos el programa a Cali, Medellín e Ibagué.

Resultados

Articulación público – privada.

Disminución en riñas.

Compromiso de los comerciantes con su capacitación y operación más segura.

10.000 asistencias de conductor elegido entregados en el marco de la alianza con Asobares y el Programa Amor por Bogotá.

400 Actores de la rumba entrenados y certificados por la Universidad Nacional en alianza con Bavaria y Asobares.

21 auxiliares logísticos apoyaron la entrega de asistencias de conductor elegido.

Participación activa de la Secretaría de Salud y la Policía Metropolitana de las 4 zonas para garantizar la seguridad de los visitantes.

Apoyo de las alcaldías locales de Chapinero, Suba y Candelaria para la implementación de las Zonas de Rumba Segura con sus planes locales.





BAVARIA, HACIENDO DE LA RUMBA COLOMBIANA UN ESCENARIO SEGURO

A mediados de 2011 nuestros programas de “Zonas de Rumba Segura” y “Saber Vivir, Saber Beber”, llegaron a Ibagué en el marco del 39o Festival Folclórico. Allí implementamos competencias y capacitaciones al personal de los bares, incluidos 50 dueños de establecimientos de rumba que participaron en el proceso de formación y certificación, gracias a la alianza

de Bavaria con la Alcaldía de dicha ciudad y sus secretarías de Gobierno e Industria, Turismo y Comercio.

Adelantamos el piloto del modelo en la zona del estadio, articulando procesos de salud, seguridad y comunicación, lo que logró mejoras considerables en el bienestar de los vecinos y visitantes del sector.

34

INTERVENCIÓN INTEGRAL EN IBAGUÉ

Seguridad

- » Red de apoyo, organización.
- » Comunicación permanente con la Policía del Municipio.
- » Brigadistas de salud y contra incendios.

Moderación

- » Control de puntos críticos (cruces viales) y zonas de mal parqueo.
- » Organización logística de vehículos.
- » Zonas amarillas de taxi seguro.
- » Promoción de alternativas de regreso seguro.

Profesionalización

- » Programa saber vivir, saber beber.
- » Capacitación y certificación en: alcohol y cultura, protocolo de atención y servicio.

Infraestructura

- » Reciclaje y horas de recolección de residuos.
- » Información al turista.



GRI





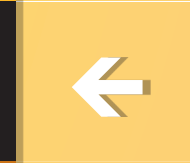
La entrada en escena de nuestra iniciativa para la moderación y responsabilidad en el consumo de alcohol en las diferentes ciudades, ha tenido en cuenta las características particulares de cada una de ellas. En diciembre de 2011, nuestro programa de rumba segura empezó a implementarse en Medellín y Cali, dos urbes con elementos de composición social e infraestructuras diferentes, pero con problemáticas concretas en lo referente a seguridad y movilidad.

Medellín cuenta desde 2008 con un programa de Rumba Segura¹ establecido por la Alcaldía y que ha tenido resultados satisfactorios en sus cuatro años de ejecución; también cuenta con una serie de iniciativas que a través de la educación buscan crear consciencia sobre la inconveniencia e ilegalidad del consumo en menores de edad. En ese contexto, Bavaria llegó

en 2011 a reforzar los programas propuestos por las autoridades de esa ciudad, acudiendo a alianzas público-privadas, con la mirada puesta en contribuir en la reducción de accidentes de tránsito, riñas y delincuencia, generadas por el consumo irresponsable de alcohol.

Dentro ese marco, trabajamos en seis sectores de la ciudad: Parque Lleras, La 33, Las Palmas, Barrio Colombia y las zonas 70 y 80, en la coordinación logística de temas como la movilidad, en la que se hizo acompañamiento al programa a través de conductores elegidos, taxis seguros y parqueaderos asistidos de servicio las 24 horas, y se dictaron capacitaciones a 300 personas -entre dueños de establecimientos de rumba, administradores, barman y meseros-, en las pautas de conducta y moderación de “Saber Vivir, Saber Beber”.

1. Programa registrado por la Alcaldía de Medellín.





PLAN DE ACCIÓN EN MEDELLÍN

Menores

- » Aliados
- » Secretaría de Salud, Secretaría de Educación, Bavaria.
- » Fundación Colectivo Aquí y Ahora.
- » Centro Cita

- » Programa SanaMente
- » Programa de prevención 9-11 años, complementario de Yo Mi Vida y Retomemos.
- » Programa Pazalobien.
- » Fase de pilotaje II Semestre 2011.
- » Alcance pilotaje 1.100 cupos + 1.000 Envigado + 1.000 Itagüi.

Moderación

- » Saber Vivir Saber Beber
- » Bavaria, Fedecón, Alcaldía de Medellín.
- » Operador: Universidad Nacional.
- » 300 Personas entrenadas y certificadas.

- » Programa de promoción de las pautas del Saber Beber:
- » Relación alcohol cultura
- » Compromiso de No Venta a menores
- » Protocolos de Servicio y Atención
- » Principios del Saber Beber
- » Promoción de regreso seguro.

Regreso seguro

- » Apoyo en 6 zonas de rumba emblemáticas de la ciudad con: La Strada, Parque Lleras, La 33, La 70, Palmas, Barrio Colombia.

- » Conductores elegidos gratuitos.
- » Tarifas preferenciales en parqueaderos.
- » Taxis seguros.
- » Activaciones FPV.
- » Activaciones Bavaria, Fedecon.





Nuestra llegada a Cali con el programa “Zonas de Rumba Segura” coincidió con el inicio de la Feria de Cali 2011, una de las festividades culturales colombianas más importantes. Allí consolidamos dos sitios estratégicos desde los cuales llevamos a cabo cada uno de los pasos dentro del plan de prevención y capacitación: las Tascas Club Colombia y la Feria Póker. La primera era una zona VIP en la que se hizo énfasis en la necesidad de no consumir bebidas alcohólicas de forma irresponsable para no estropear el ambiente festivo, mientras que en la segunda trabajamos con meseros con el objetivo de hacer llegar el mensaje de

moderación y prudencia de “Saber Vivir, Saber Beber”. La meta es seguir ampliando estos proyectos otras ciudades país.

Esperamos seguir haciendo de los escenarios de rumba espacios seguros y tranquilos en Colombia. Entendemos la importancia de cambiar la cultura de consumo irresponsable de alcohol y apuntamos a lograrlo. Bavaria con el apoyo de entidades públicas y privadas, le apuesta a hacer del consumo de bebidas embriagantes, no una carga nociva para la sociedad, sino un elemento más de la alegría en las fiestas del país. 🍷

ACCIONES ADELANTADAS EN CALI

Comunicación

- » Se realizaron 4 remotos en el marco de la alianza con Caracol Radio, los DJ interactuaron con los consumidores y promovieron los tips de moderación y regreso seguro

Moderación

- » 20 personas desplegadas para entregar 15. 000 volantes con tips de moderación para antes, durante y después de la rumba

Regreso seguro

- » 2.000 asistencias de conductor elegido, opciones de taxi seguro y tarifas especiales en parqueaderos para quienes dejaran su carro o moto toda la noche.





Al ser una Compañía cuyo principal producto es la cerveza, nos preocupamos por crear las condiciones culturales propicias para que su consumo se realice sólo por parte de adultos responsables que entiendan la importancia de vivir de forma sana y equilibrada. Para alcanzar esta meta hemos desarrollado programas centrados sobre dos ejes: erradicación del consumo en menores y desincentivar el consumo irresponsable en adultos que incluye asuntos como la moderación y la prevención de la práctica de beber y conducir.

Estos dos asuntos cubren las principales problemáticas asociadas al consumo de bebidas alcohólicas, por esto hemos dedicado más de cinco años al trabajo con menores y desde 2010 iniciamos la concientización de los adultos. En 2011 nuestros programas llegaron a diferentes ciudades ampliando el público que podemos alcanzar, lo que nos permite generar impactos más contundentes y duraderos sobre el bienestar de la sociedad colombiana.

Nuestros esfuerzos por fomentar una cultura responsable frente al alcohol no sólo son externos, por el contrario tienen un fuerte arraigo interno y por esto partimos de nuestras políticas consignadas en el Alcohol Way, un protocolo que incluye y regula la comunicación comercial y de mercadeo.

En 2011 firmamos nuevamente el código de autoregulación publicitaria, suscrito por las organizaciones que producen, importan y distribuyen contenido bebidas con contenido alcohólico. Esta herramienta permite regular de forma efectiva las comunicaciones comerciales de las empresas firmantes, de forma que se dirijan sólo a mayores de edad que decidan consumir, promoviendo la abstinencia entre menores y evitando el consumo abusivo de sus productos. Adicionalmente el comité que implementa el código y revisa las comunicaciones, cuenta ahora dos miembros independientes, Alejandro Vivas de la Universidad Javeriana y Carlos Delgado de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA), lo que brinda mayor transparencia a sus labores.





ERRADICACIÓN DEL CONSUMO EN MENORES

Tenemos el fuerte compromiso de lograr cero tolerancia con el consumo de alcohol por parte de menores de edad. Esta convicción se adelanta por medio de estrategias frente a la educación y prevención del consumo de alcohol en menores, así podemos evitar las posibles consecuencias físicas y sociales que pueden afectar el desarrollo normal de su vida.

Todos podemos ser Padres

Con esta iniciativa, que ya tiene más de cinco años, buscamos involucrar a la sociedad en el cuidado de los menores, entendemos que es responsabilidad de todos propiciarles un ambiente sano y seguro. Para lograrlo realizamos campañas en medios, utilizamos piezas publicitarias y cartillas que contribuyen a la prevención y al manejo adecuado que se debe dar al tema del alcohol cuando se trata con menores.

En 2011 tuvimos un importante incremento de nuestra participación en eventos nacionales y empezamos a hacer parte de eventos

regionales en los que Bavaria participa; estos escenarios presentan unos picos importantes de consumo, lo que hace relevante que hagamos presencia con el mensaje de cero tolerancia al consumo de alcohol por parte de menores entre audiencias locales y turistas, ampliando el público al que podemos llegar.

Para distribuir el mensaje en los eventos a los que acudimos, Don Chucho, la imagen de la responsabilidad, habla directamente con vendedores, padres de familia, propietarios de locales, entre otros, y se vale de los medios de comunicación para promover el mensaje de no consumo en menores.

Además de la cartilla “Antes de que el alcohol hable con sus hijos, ¡primero hágalo usted!”, en la que se dan consejos prácticos para que los padres de familia sepan cómo abordar este asunto con sus hijos, en 2011 desarrollamos material para puntos de venta en los que se fomenta la participación de tenderos y demás adultos en la protección de los menores de edad; con estas piezas reforzamos el mensaje de la corresponsabilidad.

Avances

3.775 tenderos han visitado las plantas de Bavaria hasta el día de hoy, para conocer el proceso cervecero y la importancia de “No vender licor a menores de edad”.

60 tenderos visitados por Don Chucho en sus establecimientos, siguiendo el protocolo de la campaña Todos Podemos Ser Padres.

35 eventos y fiestas a nivel nacional, en los cuales Don Chucho apoyó el trabajo de las Divisiones de Ventas, compartiendo un mensaje de responsabilidad, se destacan: las Fiestas de Cartagena, la Feria de Cali, la Feria de las Flores, Carnaval de Barranquilla, Festival Mundial de Coleo, Feria de Manizales, Día del Tendero, Feria escudos del Alma, Torneo de fútbol de la Policía de Infancia y Adolescencia, evento Vive el Llano en Bogotá.

9.000 tenderos recibieron en el Bingo Águila 2011 un mensaje de responsabilidad para no vender alcohol a menores en sus establecimientos.





SanaMente

Este programa, adelantado con el Colectivo Aquí y Ahora, desarrolla el tema de la prevención del consumo de alcohol con niños, maestros y padres de familia a través de cartillas y talleres en los que se aborda este asunto desde la perspectiva de cada grupo; allí se les dan fundamentos para entender la importancia de tratar estos temas y de dar continuidad al trabajo desarrollado en las sesiones del programa.

Gracias a los avances del programa en Bogotá, SanaMente amplió su cobertura a Medellín,

Envigado, Itagüí y Cúcuta, aumentando en más de la mitad los cupos que se habían creado en años anteriores. Es así como buscamos que el mensaje y las herramientas lleguen a nuevas regiones y nos permitan por un lado aumentar la edad de inicio del consumo de alcohol y por otro crear en los adultos una conciencia activa de la importancia de involucrarse en la educación de los menores y de sus propias actuaciones.

De la mano de esta expansión, buscamos medidas que nos permitieran evaluar el impacto real que genera el programa, por esto desarrollamos en alianza con Centro CITA, entidad experta en el tratamiento de adicciones ubicada en Medellín, una evaluación integral que tiene como propósito medir el impacto causado, identificar las mejoras logradas, conocer el cambio generado en las comunidades a las que llegamos y en general valide el funcionamiento del programa.

“Si alguien sabe de temas de alcohol es Bavaria. Y que buen mensaje resulta que una empresa de bebidas alcohólicas aporte al desarrollo educativo y de prevención” – Andrés Felipe Gil, secretario de educación de Medellín.

Avances

Niños beneficiados

2.000 en Bogotá

1.000 en Medellín

1.000 en Cúcuta

500 en Envigado

500 en Itagüí

5.000 nuevas familias beneficiadas, accedieron al programa durante el año 2011 en Bogotá.

17.000 familias beneficiadas en los últimos 3 años.

250 millones de pesos invertidos.





Bienestar Futuro

Bavaria, la Fundación Santa Fe, la Corporación Nuevos Rumbos y Red PaPaz crearon una alianza para trabajar en favor de la prevención y tratamiento del consumo de bebidas alcohólicas en menores, para ello se creó el programa Bienestar Futuro que busca generar conciencia sobre los riesgos del consumo de alcohol en menores de edad por medio de un protocolo destinado a la comunidad médica que les permita contar con las herramientas necesarias para identificar y tratar a niñas, niños y adolescentes en riesgo por consumo de alcohol y sustancias psicoactivas.

Cuando se presentan casos de menores de edad que presenten signos de intoxicación por alcohol u otro tipo de sustancias, el protocolo utiliza la aplicación del Crafft/ Carlos, una herramienta desarrollada por la Universidad de Harvard y validada para Latinoamérica por el Dr. Augusto Pérez de la Corporación Nuevos Rumbos, que con base en un corto cuestionario, permite identificar el nivel de riesgo en que se encuentra el menor

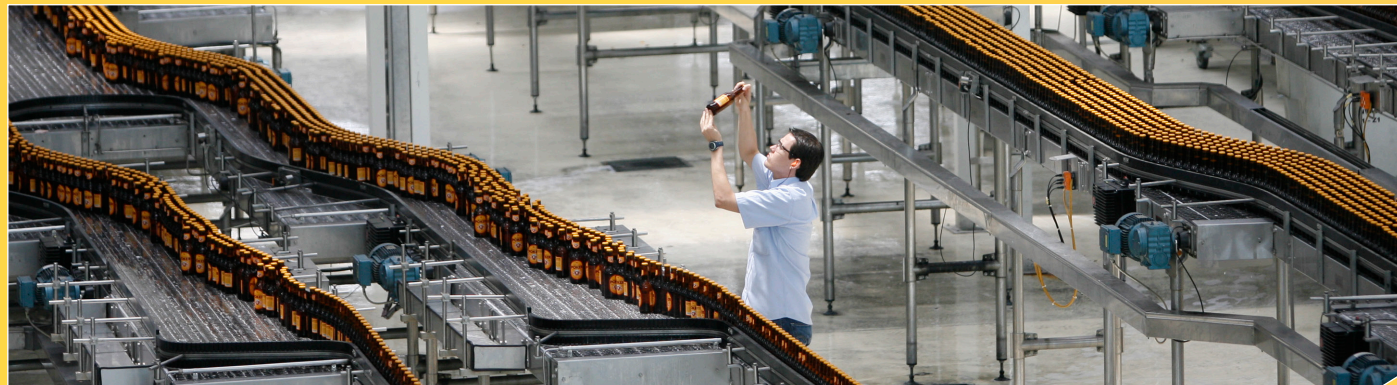


frente al consumo de alcohol y sustancias psicoactivas.

La fase de pilotaje terminó y en 2011 dio paso a la implementación con el personal de la Fundación Santa Fe de Bogotá; para esto se dispuso capacitación a través de un curso virtual dirigido al personal médico y de soporte de las áreas de urgencias pediátricas y psiquiatría, además de hacerlo extensivo a los psicólogos y el personal administrativo.

Bienestar Futuro busca generar conciencia sobre los riesgos del consumo de alcohol en menores de edad.





La proyección de este programa busca llegar a diferentes instituciones prestadoras de servicios de salud (IPS), lo que permitirá un mayor cubrimiento poblacional tanto en personal capacitado como en casos atendidos.

“Este es un lindo ejemplo de cómo sumar esfuerzos que son distintos pero complementarios para un propósito social. La segunda conquista es poder acercar a las IPS, a los hospitales y las clínicas y a sus profesionales, a una problemática que culturalmente ha pasado desapercibida en el país, a pesar de que tiene un inmenso costo social” – Juan Pablo Uribe, director de la Fundación Santa Fe de Bogotá.

Avances

Se firmó el nuevo convenio de Bavaria con los aliados para iniciar la fase de implementación del programa en cinco instituciones prestadoras de salud.

\$100.000.000

es la donación de Bavaria para la primera fase de implementación y evaluación de la iniciativa.

5 IPS

es la meta de implementación de Bienestar Futuro para el año 2012.





ALCOHOL WAY

En Bavaria las políticas empiezan desde casa, analizamos primero nuestra responsabilidad y nuestras actuaciones para poder trasladar estas buenas prácticas a toda la sociedad. El Alcohol Way es la política que dirige las acciones internas que debemos asumir frente a la comunicación comercial, ventas, promociones y mercadeo.

Esta política está en permanente cambio y busca cubrir todas las innovaciones y cambios que surgen dentro de la sociedad. En 2011 se actualizó la Política como parte de un ejercicio de auto-regulación y se hizo una divulgación entre todos los colaboradores para que conozcan y se comprometan con las regulaciones que dirigen nuestro accionar.



Divulgación de las actualizaciones de la Política de Alcohol



- » Inclusión de la Política y sus documentos en a intranet
- » Publicación de la noticia en El Diario
- » Realización de un video para capacitar la fuerza de ventas



- » Publicación de noticias en Portal Corporativo
- » Correos corporativos con la información puntual de las actualizaciones y procesos
- » Publicación en las carteleras informativas

El Alcohol Way es la política que dirige las acciones internas que debemos asumir frente a la comunicación comercial, ventas, promociones y mercadeo.





Comunicación comercial

Nos preocupamos por que la publicidad en medios, en internet y mensajes de texto, los empaques, las promociones, la colocación de producto, el mercadeo, los patrocinios y las investigaciones, cumplan con los parámetros que hemos definido frente a la prioridad de desincentivar el consumo irresponsable de alcohol, teniendo en cuenta la erradicación del consumo en menores, la moderación y las prácticas de beber y conducir.

Para asegurarnos del cumplimiento de estas pautas, contamos con un Comité De Comunicación Comercial que se encarga de evaluar el cumplimiento de nuestras políticas en cada una de las piezas de mercadeo, ventas y promociones antes de que salgan al público.

Adicionalmente recibimos las quejas sobre la comunicación comercial y las pasamos al Comité para que analice su pertinencia, les dé respuesta oportuna y tome las medidas necesarias en caso de que sean necesarias.



Menores

- » No realizar mercadeo o actividades dirigidas a menores de 18 años (cero tolerancia de alcohol a menores)
- » Asegúrese de solicitar cédula si tiene duda sobre la edad



Moderación

- » No incentivar el consumo irresponsable
- » No mostrar imágenes de intoxicación
- » No sugerir éxito social o sexual
- » No hacer actividades donde se incite a tomar más en menos tiempo por el menor precio (ejemplo, pague una lleve dos)



Beber y Conducir

- » No mostrar consumo de alcohol y conducción
- » No vender alcohol ni dar degustaciones en espacio público, especialmente en carreteras precio (ejemplo, pague una lleve dos)





Casos 2011



Caso

» Pauta de Águila en la Copa América



Asunto

» Queja sobre la pauta de la cerveza Águila en los eventos de la Copa América por considerar que no se daba cumplimiento al Artículo 29 de la Ley 182 de 1995 y el Acuerdo 001 de la Comisión Nacional



Respuesta

» Desde Bavaria se hizo un análisis de dicha norma y se encontró que la publicidad sobre la cual se recibió la queja tenía las autorizaciones respectivas por parte de las autoridades por lo que no se estaba vulnerando ninguna norma. Por esto se concluyó que Bavaria actuó ajustada a la normatividad y que adicionalmente la Compañía asume una serie de programas que buscan desincentivar el consumo irresponsable de alcohol yendo más allá de lo que la normatividad nos exige.



Acciones adoptadas

» Se dio respuesta oportuna y se explicó la posición de Bavaria al respecto.





02

PRODUCIR MÁS CERVEZA UTILIZANDO MENOS AGUA



Amigos del Agua

Bavaria y su centro de competencias,
haciendo del respeto por el agua una prioridad

Reducción

Reciclaje

Vertimientos

Conservación

Protección de la cuenca alto río Cauca
Agua somos





AMIGOS DEL AGUA

BAVARIA Y SU CENTRO DE COMPETENCIAS, HACIENDO DEL RESPETO POR EL AGUA UNA PRIORIDAD

El esfuerzo de nuestra Compañía por producir más cerveza reduciendo los niveles de consumo de agua, continúa dando buenos resultados. Sin embargo el afán no cesa: con la creación del centro de competencias ambientales buscamos disminuir los hectolitros consumidos en cada año y lo estamos logrando.

En Bavaria somos conscientes de la importancia de preservar los recursos naturales y concebirlos como bienes protegidos y sagrados. Hemos luchado para no hacer de producción sinónimo de sobreexplotación y desperdicio, de ahí que nuestros programas de Desarrollo Sostenible se encaminen precisamente a mitigar el impacto sobre el medio ambiente. Una de nuestras prioridades fundamentales en

ese aspecto es el cuidado del agua, recurso generador y sustentador de vida.

Al principio, el ambicioso proyecto para lograr que el nivel de consumo de agua de nuestra Compañía cervecera se redujera y que al mismo tiempo el ritmo de producción se incrementara de forma progresiva, parecía una utopía. Las cantidades de agua que se utilizaban en los diferentes procesos de la empresa llegaban a más de 10 millones de metros cúbicos por año y disminuir esas cifras constituía un gran reto, que se ha convertido en una prioridad en la organización.

Si bien Bavaria siempre ha mantenido presente su compromiso ecológico y ha propendido por disminuir sus secuelas sobre el medio ambiente, fue con la llegada de SABMiller en 2005 que los esfuerzos por reducir el consumo de agua se intensificaron.





Para ese fin nuestra empresa creó en noviembre de 2010 el Centro de Competencias Ambientales, una iniciativa fundamentada en la construcción de un equipo especializado en el área de servicios industriales (agua, energía y CO₂), que define estrategias y tiene una aplicación transversal y crítica en los procesos maltero y cervecero. El grupo está liderado por un director de planta (Luis Ernesto Bermúdez, Director de la Cervecería de Boyacá), que en compañía de un gerente de desarrollo de manufactura (Luis Felipe Neira), un gerente de servicios industriales (Moisés Rodríguez) y los gerentes de ingeniería y servicios de todas la plantas (Édgar Fernando Puerto, Jairo Alberto Escobar, Luis Mario Mejía, Julián Viccini, Pablo Tibaduiza e Isnardo Mendivelso) buscan optimizar la utilización de los recursos naturales dentro de la organización.

La función ecológica de este equipo de trabajo es vital: disminuir continuamente el consumo de recursos e impacto en el medio ambiente definiendo metas anuales con indicadores clave de desempeño (KPI), unir los servicios industriales con la responsabilidad desde el punto de vista sostenible y hacer seguimiento



mensual y semanal de tareas y actividades establecidas por cada planta. Además el equipo de especializados en áreas industriales coordina la identificación de las mejores prácticas a nivel nacional y regional, y elimina los malos hábitos de consumo la Compañía. Su deber es entre otras cosas, asegurar la integración de nuestros programas de mejores prácticas con las del MCM (Manufactura de Clase Mundial).

Dentro de ese marco, el centro de competencias ha sido una gran contribución en lo referente a la vigilancia en los niveles de agua utilizada

en procesos de producción y se ha constituido en un soporte de acompañamiento en la definición de planes de acción y desempeño de indicadores. Como el objetivo de Bavaria es continuar con la disminución progresiva en el consumo anual de este líquido mientras la fabricación de cerveza aumenta su curso, el equipo especializado, basado en las exigencias de SABMiller, ha obtenido logros como la identificación y aplicación de mejores prácticas con muy baja inversión, y ha diseñado técnicas y estrategias específicas para lograr la meta de reducción en cada año.





Los procedimientos desarrollados por este grupo de trabajo han implicado el reconocimiento de unos hitos: estudio de los niveles de consumo, análisis de pérdidas y desperdicios, revisión de resultados y conocimiento compartido de las lecciones dadas por los procesos de seguimiento. Todo esto, con la función de definir metas anuales que impulsen la planificación de estrategias y se puedan alcanzar nuestros objetivos en lo referente a la reducción del consumo de agua.

Programando reuniones semanales (por teleconferencia) y trimestrales, se propende por la revisión de los procesos del centro de competencias y el análisis de los logros obtenidos en periodos concretos: se realizan exámenes de los resultados semanales y mensuales, y también de las pérdidas y desperdicios; igualmente se hacen evaluaciones de los planes de acción por indicador de las principales actividades del trimestre en cuestión, y se consolidan estrategias para la identificación y difusión de mejores prácticas de consumo, conocimiento y lecciones aprendidas.

Sabemos que la gestión de los recursos hídricos tiene un impacto no sólo ambiental, sino que también genera un apoyo a nuestros proveedores y permite la elaboración de cerveza.

Sabemos que la gestión de los recursos hídricos tiene un impacto no sólo ambiental, sino que también genera un apoyo a nuestros proveedores y permite la elaboración de cerveza. Por eso el profundo interés de nuestra organización en consolidar este proyecto que paulatinamente ha entregado resultados positivos en términos de responsabilidad ecológica y producción, gracias a la creación del centro de competencias.





Con el foco en la aplicación de mejores prácticas de consumo de agua, antes que en inversión, este grupo especializado en el área de servicios industriales y ambientales ha logrado consolidar los procesos de reducción, reciclaje y reutilización de los recursos hídricos dentro de la Compañía. Mediante la herramienta de control de intervalo corto se ha conseguido interiorizar este mecanismo de reducción de agua en todos los sectores de la organización y se han tomado decisiones en los momentos y niveles indicados, con lo cual hemos conseguido contribuir en la detección del impacto que cada uno de ellos tiene para la obtención de resultados.

Las mermas en el consumo de agua durante la elaboración de cerveza se empezaron a notar desde F10 (abril de 2009 a marzo de 2010), periodo en el que el índice de utilización de recursos hídricos llegó a 4,4 hectolitros cuando en 2008 (F9) la cantidad había alcanzado un tope de 4,87 hectolitros. Durante F11 (abril de 2010 a marzo de 2011) periodo en el que se consolidó el centro de competencias se utilizaron 4,1 hectolitros de agua y en F12 (abril de 2011 a marzo de 2012) la disminución llegó a 3,8 mililitros.

Nuestra intención con el centro de competencias es seguir fortaleciendo los proyectos que gracias a él se han consolidado y han dado resultados inusitados en cuanto a la reducción de consumos.





En virtud de ello, buscamos reforzar estos programas ambientales e industriales orientando y potenciando su alcance con la influencia de SABMiller, que ha impulsado la realización de visitas benchmark a diferentes operaciones en el mundo (Perú, Honduras, Ecuador), así como el acompañamiento de delegaciones de varios países (Perú, Honduras, Ecuador, Estados Unidos, Polonia, Sudáfrica, Salvador, Italia) con el fin conocer nuestra planta y formas de conducta. El respaldo de la segunda compañía cervecera más importante del mundo ha servido de instrumento para entender las dinámicas globales del sector empresarial y de incentivo para continuar aprendiendo lecciones.

Bavaria y su centro de competencias han querido romper con el paradigma que el mejoramiento tiene fin, pues es un viaje de nunca acabar. Las metas siempre exigen superar las de años anteriores y una de nuestras labores ha sido propender por la aceptación de este cambio cultural en la organización.

Nuestro anhelo por el mejoramiento de los procesos de producción y sostenibilidad no se detienen, más cuando se trata de aplacar los niveles de consumo de agua y contribuir a la preservación de los recursos naturales. Por esa razón seguiremos insistiendo en la necesidad de optimizar los procesos del centro de competencia y en el cumplimiento de nuestras responsabilidades desde el punto de vista ambiental y social. 💧

Bavaria es fiel a su ambiciosa idea de contribuir al cuidado del agua, como eje fundamental de la vida en el planeta y se une sin trabas al desafío de la ecología mundial.





En la actualidad la escasez de agua es una problemática que involucra empresas, comunidades individuos y Estados, cada uno tiene la responsabilidad de usar este preciado recurso adecuadamente. Desde Bavaria enfocamos nuestros esfuerzos a la reducción de consumo, la reutilización del agua, el reciclaje, el óptimo manejo de vertimientos y la conservación.

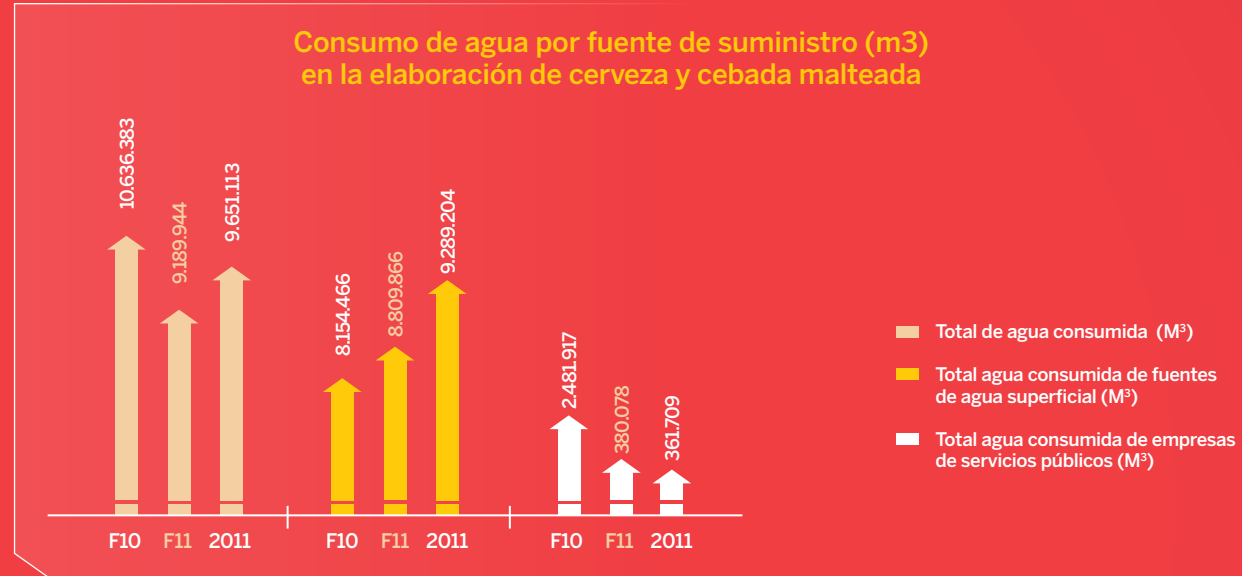
La reducción de consumo, la reutilización del agua, el reciclaje, el óptimo manejo de vertimientos y la conservación han sido nuestros esfuerzos de reducción.





REDUCCIÓN

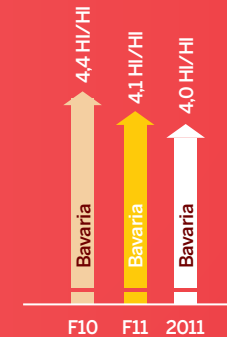
La falta de agua implica un importante riesgo para nuestro negocio y una preocupación constante por el bienestar de las comunidades en las que operamos, es así que trabajamos cada día por reducir el consumo de agua en nuestras operaciones con la promoción de buenas prácticas, la utilización de tecnología de punta y la contribución a la conservación del recurso.



Índice de consumo de agua/ton de malta en la elaboración de cebada malteada



Índice de consumo de agua / hectolitro en la elaboración de cerveza





RECICLAJE

En la planta de Tocancipá contamos con un proceso de tratamiento del agua residual en el que la purificamos para alcanzar la calidad de agua que se requiere para los procesos de lavado, limpieza, operación de bombas de vacío, lavado de cajas, compensación de pasteurizadoras y áreas de servicios.

Procesos de reciclaje



Volumen de agua recuperada en Tocancipá

Periodo	Agua recuperada	Volumen de agua consumida	Porcentaje de agua reciclada%
F11	246.461	2.857.098.63 m ³	8,6%
2011	258.026	3.604.752 m ³	7,5%





VERTIMIENTOS

Nuestro interés en la protección del recurso hídrico se extiende durante todo el proceso y llega hasta el manejo de los vertimientos; cuidar que la calidad de estos sea adecuada contribuye a la conservación de las fuentes.

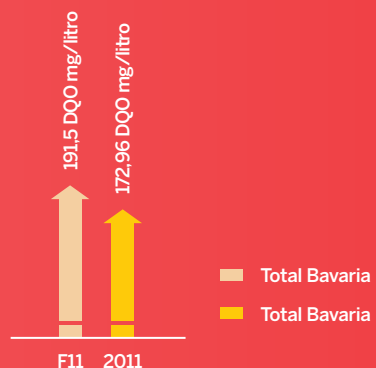
En todas las cervecerías y malterías tratamos el agua residual para eliminar y controlar los agentes contaminantes, con esto evitamos que el agua que se vierte tenga condiciones no deseables y que se haga una fuerte presión sobre la demanda química de oxígeno disuelto en las fuentes



Volumen de agua vertida



DQO promedio en el punto final de descarga



En todas las cervecerías y malterías tratamos el agua residual para eliminar y controlar los agentes contaminantes





Para alcanzar nuestro objetivo corporativo de calidad del agua vertida, en nuestras plantas contamos con diferentes fases de complementación por lo cual el alcance de tratamiento difiere entre ellas; este objetivo propuesto por SABMiller es más exigente que la normativa local, la cual se cumple en toda nuestra operación. En los centros de distribución de Pasto, Cúcuta, Pereira y Villavicencio tenemos plantas de tratamiento de aguas residuales, proyectamos llevarlas a los demás centros.



**Plantas de
tratamiento de
aguas residuales**



- » Cervecería de Baranquilla
- » Maltería Tropical
- » Cervecería Unión
- » Cervecería de Bucaramanga
- » Cervecería de Boyacá
- » Maltería de Tibitó
- » Cervecería de Tocancipá
- » Cervecería del valle

**Sistema
anaerobio***



- » Cervecería de Baranquilla
- » Maltería Tropical
- » Cervecería de Bucaramanga
- » Cervecería de Boyacá
- » Maltería de Tibitó
- » Cervecería de Tocancipá
- » Cervecería del valle

Sistema aerobio



- » Cervecería de Baranquilla
- » Cervecería de Tocancipá
- » Cervecería del valle

**Sistemas
fisisicoquímicos**



- » Maltería de Tibitó
- » Cervecería de Tocancipá

*En la Planta de Cervecería Unión en Medellín se tratan los vertimientos a través de la planta de aguas residuales de San Fernando que permite remover el 80% de la carga orgánica.



CONSERVACIÓN

Más allá del agua utilizada en el proceso de producción, nos preocupamos por el estado de las fuentes de las que se abastecen las poblaciones de diferentes regiones del país.

Protección de la cuenca alta río Cauca

En 2011 Bavaria se vinculó al Fondo de Agua para la Vida y la Sostenibilidad, FAPVS, constituido por ASOCAÑA, TNC y diferentes asociaciones de usuarios de los ríos de la cuenca del río Cauca. La iniciativa tiene como objeto contribuir a proteger y conservar ecosistemas estratégicos, páramos, sub-páramo y bosques alto andinos cercanos a las fuentes de agua, garantizando la sostenibilidad ambiental y los servicios hídricos a largo plazo para todos los usuarios del área de influencia de la cuenca hidrográfica del río Cauca.

Nuestra participación se refleja en el apoyo a las actividades de protección en la microcuenca del río Palo, cabildo de Tacueyó, ubicado en el departamento del Cauca; la ejecución se inició en 2011 y se han planteado retos muy ambiciosos para 2012:

Retos del programa 2012

15 km

de aislamientos de corrientes hídricas y/o áreas con alto grado de erosión e inestabilidad de laderas.

12

hectáreas de bancos de proteína establecidas para ganadería más amigable con el medio ambiente.

12

huertas caseras para seguridad alimentaria.

6

nacimientos de agua protegidos.

6.000

árboles sembrados en cerca viva y/o repoblación de bosque.

22

bebederos sustitutos de agua para ganado, instalados en potreros divididos, para evitar que el ganado tome directamente el agua de las corrientes de agua.

21

hectáreas demarcadas para regeneración natural.

Beneficio directo a 40 familias de la etnia NASA propietarias de tres fincas comunitarias.





Agua somos

Desde hace varios años nos hemos sumado a la iniciativa Agua somos, la cual trabaja para encontrar soluciones por medio de una alianza entre organizaciones públicas y privadas, que permitan la conservación de los ecosistemas responsables de la producción y regulación del agua que abastece a Bogotá y la región capital.

A través de este programa en 2011 se inició la ejecución de un convenio con la Universidad Nacional que tiene por objetivo la *restauración ecológica en la cuenca alta del río Tunjuelo a partir de la cual se espera generar acciones para la restauración a mayor escala con énfasis en la recuperación de bosques que crecen a la orilla del río.*

El proyecto que culminará en el mes de marzo de 2012, logró un avance del 66% de los productos que se deben entregar.

Producto

Un vivero en los alrededores del Embalse de Chisacá, adecuado para la propagación de 15.000 individuos de especies nativas útiles en restauración

%de cumplimiento a diciembre de 2011

95%

Propagación de material vegetal destinado a la implementación de estrategias de restauración en el predio seleccionado

70%

Proceso de vinculación de la comunidad a las actividades objeto del convenio, lo cual consiste en el involucramiento de la comunidad a este proceso de restauración mediante caracterización, talleres, grupos de trabajo para replicar la experiencia.

70%

Formulación participativa para dar continuidad al proceso de restauración en la cuenca alta del Chisacá: Este componente dejará planificada la cuenca alta del Chisacá con actas de concertación con la comunidad

30%



03

REDUCIR EL CONSUMO DE ENERGÍA Y LAS EMISIONES DE CARBONO



Amigos del aire

Bavaria reduce su impacto sobre la contaminación atmosférica

Energía

Emisiones

Otras emisiones



AMIGOS DEL AIRE



BAVARIA REDUCE SU IMPACTO SOBRE LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA

Mediante el lavador de gases trabajamos por reducir las emisiones de gases contaminantes y así pretendemos contribuir al cuidado del medio ambiente.

Focalizados en la necesidad de disminuir las emisiones de gases contaminantes generadas en las etapas de producción y de lograr que nuestra organización tenga un menor impacto en la contaminación del aire, hemos apuntado a crear prácticas en el interior de la empresa con el fin de mitigar la emanación de óxidos de azufre (SOx) y nitrógenos de azufre (NOx), principales componentes de la lluvia ácida. Con ese objetivo instalamos el lavador de gases en nuestra maltería de Tibitó, un innovador equipo tecnológico usado para

limpiar las emisiones de elementos químicos nocivos para el ambiente.

Para Bavaria reducir el consumo de energía y las emisiones de carbono es una de las prioridades en cuanto su Desarrollo Sostenible. Conscientes de que el entorno empresarial tiene un compromiso con el cuidado y preservación del medio ambiente, apostamos a que nuestras conductas estén enmarcadas en principios de conciencia ecológica, optimización de recursos y reducción en los niveles de contaminación generados en cada uno de nuestros procesos de producción. Por supuesto es un reto incommensurable de las grandes organizaciones en el mundo: incentivar la creación de políticas amables desde el punto de vista ambiental, en medio de las necesidades productivas.





Una de las secuelas medioambientales de la magnificación de las grandes industrias y de sus acelerados procesos de producción es la emanación de gases que contribuyen a la formación de lluvia ácida, causante principal de la contaminación atmosférica. Los gases perjudiciales como los óxidos de azufre van al aire y se concentran, para luego combinarse y precipitarse con la lluvia; al hacerlo caen en los afluentes de los ríos y lagos o en los diversos ecosistemas del planeta, que pueden llegar a ser afectados de forma severa.

Es por esa razón que una de nuestras metas en términos ambientales se dirige a la reducción de la emanación de esos elementos. SABMiller se ha comprometido a que en 2020 las emisiones de gases llegarán a la mitad de las que generamos en 2008, sin afectar el crecimiento de la producción. De ahí que los esfuerzos que estamos realizando en esa materia sean cada vez más decididos y concretos.

En 2011 entró en operación un lavador de gases con el que hemos contribuido a reducir nuestras emisiones. El equipo

–instalado en nuestra planta de Tibitó– separa el óxido de azufre de los gases de combustión generados y evita que éstos lleguen a la atmósfera. Gracias a esta herramienta es posible inhibir los contaminantes que se hallan en el porcentaje de azufre (1%) que compone al carbón; contaminantes que una vez usados en las calderas, pueden ir directo al aire para formar lluvia ácida. De esta manera propendemos por mejorar la calidad de los gases emanados a la atmosfera, disminuyendo la cantidad de contaminantes (800 mg/m³ durante el último año) antes de utilizar el lavador.

SABMiller se ha comprometido a que en 2020 las emisiones de gases llegarán a la mitad de las que generamos en 2008, sin afectar el crecimiento de la producción.

El funcionamiento del lavador de gases es sencillo y posee un alto nivel de eficacia. Debido a su automatización, los procedimientos de separación de gases y sus contaminantes resultan ser rápidos y nuestros trabajadores sólo deben intervenir para el mantenimiento y limpieza periódica de las boquillas y la base. Así, Bavaria reúne todo el capital humano, tecnológico y económico posible en camino a consolidar técnicas y mecanismos para controlar y reducir los índices de contaminación atmosférica. Durante el proceso de instalación del lavador de gases nuestra organización invirtió 800 millones de millones de pesos colombianos, 100 en cimentación, y en interconexión y servicios otros 100, lo que da una real dimensión del compromiso adquirido.

El proyecto tiene un gran valor para la reducción de la contaminación del aire y ambiciona lograr disminuir anualmente las emisiones de gases. Sin embargo, también se constituye en un reto en lo que se refiere al manejo de las aguas que son utilizadas en el lavador, las cuales



requieren un procedimiento especial y no pueden ser vertidas en las lagunas de tratamiento anaeróbica y facultativa, pues su alto contenido de compuestos azufrados afectarían el sistema biótico -principalmente de la laguna secundaria- consumiendo el oxígeno necesario para el proceso de la carga orgánica. La idea es continuar con investigaciones para encontrar el mejor tratamiento que podamos darle a estas aguas ya contaminadas.

El proyecto tiene un gran valor para la reducción de la contaminación del aire y ambiciona lograr disminuir anualmente las emisiones de gases.

De cualquier manera, los resultados obtenidos en cuanto a la reducción de emisiones de óxidos de azufre a la atmósfera son alentadores: hemos conseguido disminuir la emanación de SO_x de 887 mg/m³ a 135 mg/m³, lo que es un decrecimiento ostensible en el porcentaje de contaminación presente en el aire. El impacto sobre el medio ambiente ha empezado a ser positivo y esperamos continuar por ese camino.

Las metas y exigencias de Bavaria a la reducción de emanaciones de gases se ajustan a la Resolución 909 de 2008 proferida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, por la cual se establecen las normas y estándares de emisión admisibles de contaminantes a la atmósfera. En ese sentido, dentro de los estándares de emisión admisibles para equipos de combustión externa existentes

a condiciones de referencia (25 °C, 760 mm Hg) con oxígeno de referencia del 11%, se establece que Bavaria –por generar combustible sólido de carbón mineral- puede emitir hasta 500 mg/m³ de óxidos de azufre. Cualquier empresa que supere sus cifras tope tendrá sanciones, multas o el cierre de sus plantas por parte de las entidades de control.

Hemos logrado así elaborar estrategias sólidas que se dirigen a mitigar nuestro impacto sobre la contaminación atmosférica en tiempos marcados por las consecuencias del calentamiento global. Nuestra Compañía y nuestros trabajadores sienten orgullo de ser parte de la causa ambiental y el desarrollo sostenible. **CO₂**



Las metas y exigencias de Bavaria a la reducción de emanaciones de gases se ajustan a la Resolución 909 de 2008 proferida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial



En Bavaria asumimos un enfoque integral frente al manejo de la energía y las emisiones de carbono. En una primera instancia damos prioridad a la eficiencia energética dentro de nuestras cervecerías y malterías. Además evaluamos permanentemente la posibilidad de utilizar en mayor porcentaje las energías renovables y tenemos en cuenta el consumo de combustibles de la flota de transporte con miras a reducir las emisiones carbono.

Energía

El consumo de energía necesario para producir cerveza y malta comprende la compra de energía al Sistema de Interconexión Nacional, el uso de combustibles fósiles, la generación de energía a partir de una turbina ubicada en la planta de Medellín y la recuperación del biogás en Bucaramanga y Valle.

Principales iniciativas implementadas en 2011 para reducir el consumo de energía

Instalación del sistema de recuperación de biogás en Valle



- » Instalación de variadores de frecuencia en bombas y compresores para buscar una eficiente operación de los equipos a carga parcial.
- » Filtros de armónico para mejorar la calidad de la energía eléctrica utilizada en los principales equipos.

Instalación economizadores en calderas de Bucaramanga



- » Sintonización frecuente de los sistemas de control de combustión en calderas para garantizar la estequiometría de la combustión.
- » Reducción de temperaturas de proceso.



Fuentes de energía

Renovables



- » Recuperación de biogás.
- » Turbina hidroeléctrica.
- » Hidrogeneración del Sistema de Interconexión Nacional.

No renovables



- » Gas Natural.
- » Carbón.
- » Fuel oil.

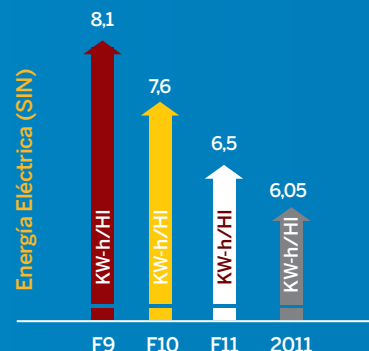


Reducir el consumo de energía es un compromiso que hemos adquirido y por ello trabajamos en las prácticas y técnicas utilizadas en las plantas. En 2011 se instaló y entró en funcionamiento un sistema de recuperación de biogás en Valle, que se suma al sistema instalado en Bucaramanga en 2010, estos sistemas nos permiten recuperar este combustible producido en las plantas de tratamiento de aguas residuales y utilizarlo en los procesos productivos de las plantas. Este proceso nos permitió sustituir 488.037,6 m³ de gas natural, lo que significa un 5% del consumo total de este combustible en estas dos plantas.

Gracias al sistema de recuperación de biogás en Valle se redujeron 3.1 MJ/Hl en el consumo de energía térmica de la Cervecería del Valle

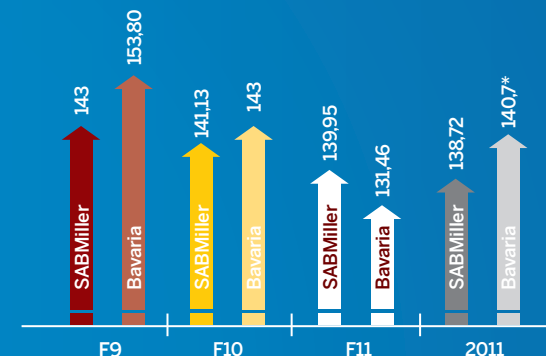


Consumo de energía eléctrica/
HI de cerveza envasado



Comprada al Sistema de Interconexión Nacional-SIN

Consumo Mj de energía/HI de cerveza envasado



*El aumento se debe a que de acuerdo con nuevos lineamientos corporativos se está incluyendo la energía consumida por terceros en el secador de afrecho y los montacargas.

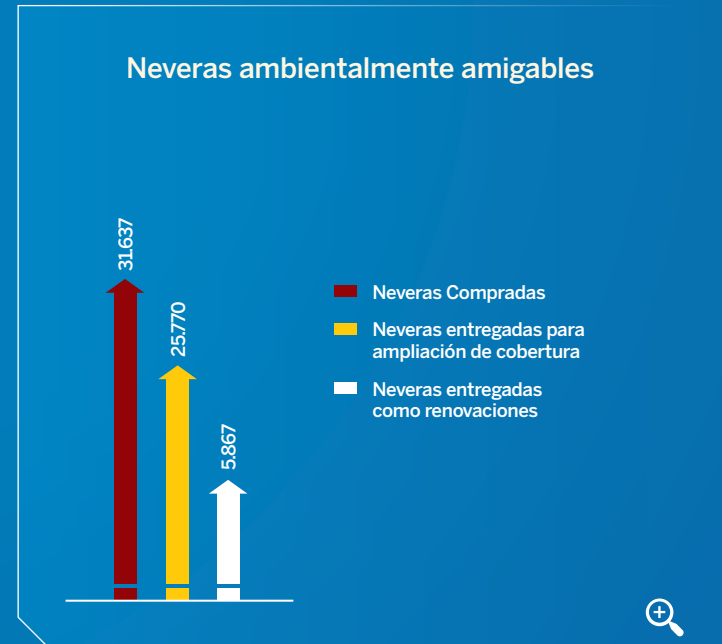
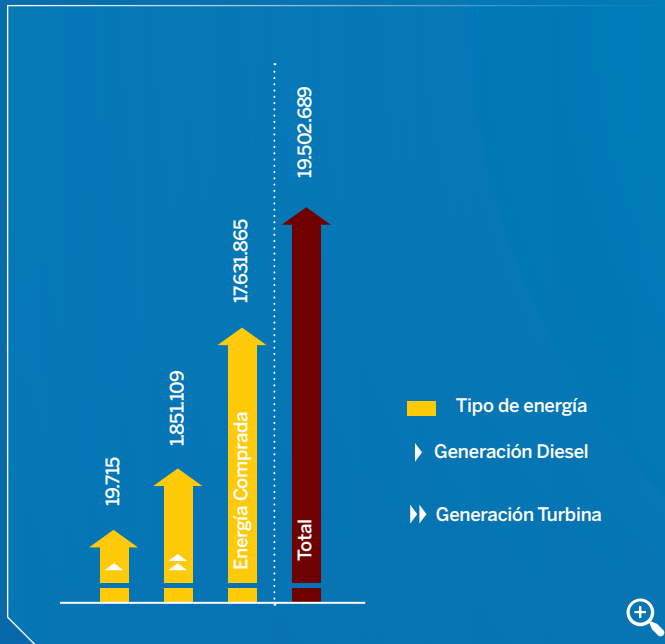
Energía directa producida a partir de fuentes no renovables

Tipo de Combustible	F09		F10		F11		2011	
	MJ	%	MJ	%	MJ	%	MJ	%
Gas Natural	2.285.010.187	68,08%	2.047.699.160	64,99%	1.805.034.804	63,90%	1.395.120.342.21	71,30
Carbón	997.132.857	29,71%	971.030.946	30,82%	978.050.801	34,60%	559.888.418.27	28,61%
Fuel Oil y ACPM	74.254.940	2,21%	131.850.421	4,18%	41.814.880	1,50%	1.736.280,00	0,09%
Total	3.356.397.984	100%	3.150.580.527	100%	2.824.900.485	100%	1.956.745.040,48	100%

Otra de las iniciativas con las que contamos en el marco de las energías renovables es la turbina hidráulica de la planta de Medellín, ésta utiliza la topografía escarpada de la zona y la presencia abundante de agua para producir energía eléctrica generando menos emisiones. La energía producida a través de este medio corresponde al 9.49% del total de la energía eléctrica utilizada en la planta.



La responsabilidad con el bajo consumo de energía se extiende a nuestra cadena de valor, por esto invertimos en neveras de última tecnología que permiten un importante ahorro de energía, estos equipos hacen parte de la ampliación de la cobertura de distribución y se hacen reposiciones de los que no cuentan con estas tecnologías y que ya están en poder de los distribuidores.



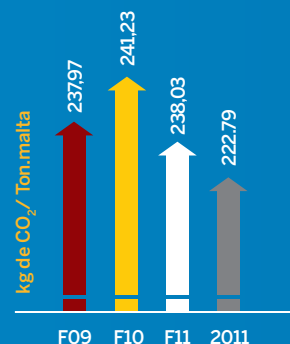
EMISIONES

El cambio climático es una realidad que puede tener importantes consecuencias para nuestro negocio, la escasez de agua y los efectos sobre la producción agrícola son factores relevantes para Bavaria, pero también para las sociedades de las que hacemos parte. Es nuestro interés reducir las emisiones atmosféricas como una forma de contribuir a la mitigación del cambio climático desde una perspectiva de mejora continua en nuestras operaciones que nos debe llevar a la meta de SABMiller de reducir para el año 2020 las emisiones a la mitad de las producidas en 2008.

Emisiones de CO₂/HI de cerveza por consumo de combustible y energía eléctrica

F11 kg de CO ₂ /HI	2011 kg de CO ₂ /HI
9,63	8,80

Emisiones de CO₂ en malterías por consumo de combustibles y de energía eléctrica



Durante 2011 y como una medida de mayor rigurosidad SABMiller incluyó en las mediciones las emisiones producidas por terceros dentro de nuestras instalaciones, lo que significó un aumento del 12 % de las emisiones de CO₂. Teniendo en cuenta estas modificaciones en la metodología, si comparáramos los dos periodos bajo esta óptica, en F11 tendríamos emisiones de 9,75 kg de CO₂, lo que significaría una disminución para 2011 de 1,2 Kg de CO₂ por hectolitro de cerveza envasado.



Otro de los factores generadores de emisiones en nuestra operación es el transporte de nuestros productos, en este ámbito buscamos optimizar las rutas reduciendo la cantidad de kilómetros recorridos por hectolitro transportado. En 2010 y 2011 la fuerte ola invernal y los estragos que causó sobre las carreteras, nos ocasionaron un alza en la cantidad de km recorridos; además tuvimos que contratar vehículos adicionales que no cuentan con la capacidad de carga que tienen nuestras flotas normales, razones que nos impidieron cumplir con nuestras metas de reducción de emisiones y por el contrario representaron una importante alza en las mismas.

Desempeño de la flota de transporte

Kilómetros recorridos	75.481.421
HI transportados	21.529.729
Consumo Diesel	11.435.736
Emisiones Kg CO ₂ e	132.377.268
Emisiones kg CO ₂ e/ HI Transp	6,13





Otras emisiones

Conscientes del daño ambiental que pueden generar, en Bavaria buscamos innovaciones y prácticas que contribuyan a la disminución de óxidos de nitrógeno y óxidos de azufre.

EMISIONES NO_x y SO_x - 2011

	TON NO _x	TON SO _x
Barranquilla	7,3766	
Boyacá	39,298	193,364
Bucaramanga	2,5827	
Medellín*	32,96419	78,7952
Tocancipá	56,6945	
Valle	150,6657	16,42316
Tibitó*	26,29207	24,71759
Tropical	3,493	
Total TON 2011	319,37	313,30

*Estas cifras dan cuenta de las emisiones de abril de 2011 a enero de 2012, dado que su cálculo corresponde al año fiscal de SABMiller que va de abril a marzo.



04

FOMENTAR LA REUTILIZACIÓN DE EMPAQUES Y EL RECICLAJE



Amigos del Amazonas

El reciclaje de vidrio, alternativa para la preservación del río Amazonas

Reducción

Etiquetas

Reutilización

Reciclaje

Reciclar tiene valor



AMIGOS DEL AMAZONAS

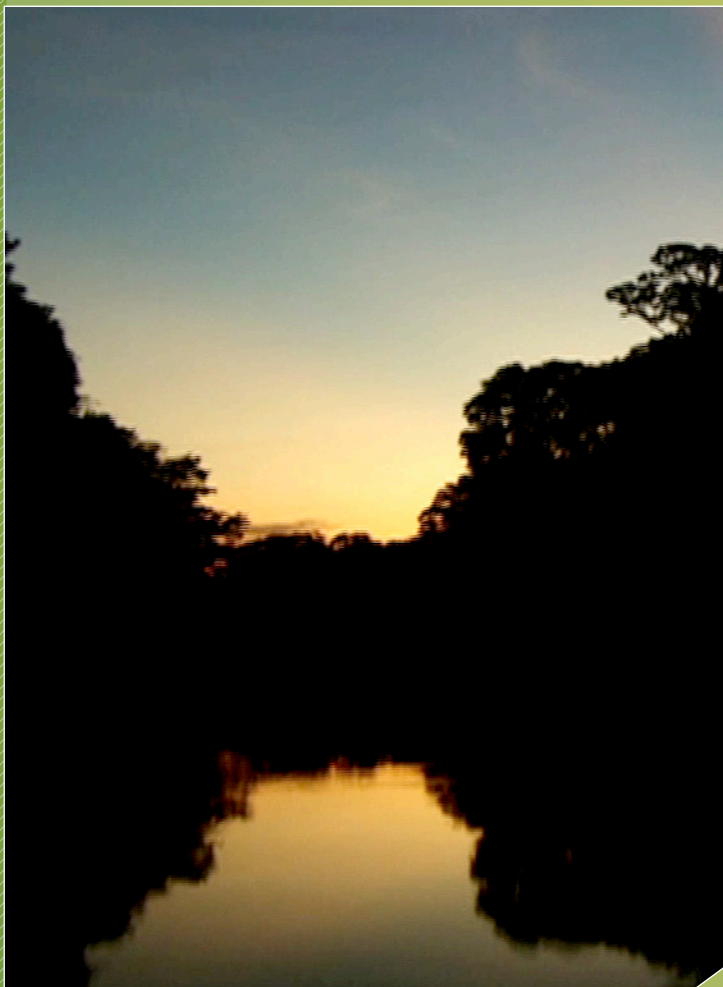
EL RECICLAJE DE VIDRIO, ALTERNATIVA PARA LA PRESERVACIÓN DEL RÍO AMAZONAS

Toneladas de envases de vidrio que antes iban directo a la cuenca del Amazonas, hoy son dirigidas a un centro de reciclaje en el que se convierten en bloques y ladrillos. Desde Bavaria damos una mano en la lucha ambiental.

Del importante deseo de Areciclar (Asociación de Recicladores Unidos del Amazonas) de no permitir que el río Amazonas— recurso hídrico indispensable para el mundo, suntuoso albergador de vida y sustento de uno de los ecosistemas tropicales más prósperos del planeta— se convierta en un torrente de residuos humanos y contaminación, surgió la idea del centro de acopio y procesamiento de vidrio en Leticia. Un proyecto que con el respaldo de Bavaria ha contribuido a la reducción del impacto ecológico y en la generación de empleo digno.

Las 30 toneladas de desechos generadas diariamente por los habitantes de Leticia y las poblaciones lindantes durante meses no tuvieron otro destino que las aguas del río Amazonas, pues el único botadero de basuras de la región ha estado en proceso de clausura desde hace más de un año. Como lo señala Gilberto Rivera, habitante de la ciudad, “La contaminación era grandísima y ¿todo a dónde iba a parar? A las corrientes del río”. Los efectos ambientales del tratamiento inadecuado de los residuos empezaron a hacerse evidentes con el tiempo y comenzaron a tener secuelas dentro del vasto y delicado ecosistema de la selva tropical.

Uno de los grandes problemas de residuos post consumo en la zona amazónica colombiana había sido cómo emplear envases y botellas de vidrio luego de que dejaban de ser utilizables. En promedio, los leticianos y personas adyacentes a esa ciudad generan cerca de cuatro toneladas semanales de





desechos de vidrio y en un comienzo, las empresas recicladoras no sabían qué hacer con tal cantidad. “El vidrio nosotros no lo usábamos porque no teníamos ni idea qué podíamos lograr con él. Era verlo ensuciar alcantarillados, deambular por las calles, por las cuencas de los ríos, por las quebradas y eso resultaba muy perjudicial para el medio ambiente”, asegura Napoleón Anzola, presidente de Areciclar.

El exceso de envases y botellas de este material inorgánico se convirtió en una pesadilla desde el punto de vista ambiental y fue una amenaza al equilibrio del ecosistema que rodea al río Amazonas, que es el más largo y caudaloso del mundo y del cual brota la quinta parte de agua dulce del planeta.

Sin embargo, gracias a la construcción del centro de acopio y procesamiento de vidrio creado por Areciclar con el apoyo económico de Bavaria, el panorama de este material se ha transformado: se ha constituido en una oportunidad para producir insumos y generar empleos.

“Nos sorprendió cuando una empresa privada como Bavaria, entendiendo la problemática se comprometió ambientalmente con el país y nos tendió la mano. En este momento es la realidad: tenemos una bodega y un sitio de acopio en el cual podemos guardar cualquier cantidad de vidrio sin ningún problema”, confiesa orgulloso Freddy Vargas, ingeniero de la empresa de reciclaje.

Mientras en épocas pasadas se trataba de evitar la proliferación de vidrio, hoy cuantas más toneladas llegan al centro de acopio más son las posibilidades de generación de nuevos materiales como ladrillos, bloques y placas usadas en la construcción ecológica y sostenible.

¿Cómo funciona la planta de tratamiento? Los métodos son tan sencillos como eficientes. Una vez llegan los envases de vidrio que serán sometidos al proceso de reutilización, se muelen y se mezclan con arena y cemento mediante máquinas especializadas. Con los materiales ya combinados se forman placas, ladrillos, adoquines y bloques, y así se completa la técnica de reciclaje del centro de acopio.

En términos de producción, la planta de reciclaje de vidrio en Leticia ha dado resultados en principio impensados. Debido a la gran cantidad de desechos de este material que son recogidos en la región amazónica colombiana, las metas de su procesamiento y la posterior elaboración de materiales de construcción han sido ambiciosas. El centro de acopio tiene capacidad para recibir y tratar 10 toneladas mensuales de vidrio, con las cuales las pretensiones son generar cerca de 120 mil bloques por año (se necesitan cinco toneladas de vidrio en la fabricación de un bloque de cemento).

De hecho, gracias a los buenos resultados de este proyecto y a la acelerada producción de materiales de construcción a base de vidrio, el centro de acopio pudo cimentarse con instrumentos fabricados allí mismo: 15 toneladas de envases y botellas se necesitaron con el fin de lograr la edificación donde opera actualmente la planta cuya extensión es de 200 metros cuadrados. Por supuesto, recoger tal cantidad de vidrio

requirió de un trabajo arduo y conjunto de los empleados de Areciclar, también de los habitantes de Leticia, que han contribuido a esta iniciativa de reciclaje entregando cientos de botellas y envases que reposaban en sus casas sin saber cómo utilizarlas, a cambio de recursos monetarios.

El centro de acopio se ha vuelto sostenible desde el punto de vista económico y más que eso, ha significado un alivio ambiental para las poblaciones humanas y bosques aledaños al río Amazonas. Paulatinamente la planta empieza a crecer de la mano de Bavaria y sus proyecciones también lo hacen, así como la generación de empleos a los habitantes de la zona. Hoy son cuatro los trabajadores y 50 los afiliados que laboran con Areciclar en dicho proyecto, aunque la idea es aumentar el número de empleados a medida que la empresa prospere. Además, otras organizaciones se han unido a la asociación con el fin de generar campañas y programas de reciclaje de vidrio y conciencia ecológica.



El centro de acopio tiene capacidad para recibir y tratar 10 toneladas mensuales de vidrio.



El deseo de Areciclar con el centro de acopio de vidrio es seguir extendiendo su capacidad de reciclaje y colaboración con el ambiente, así como de ingresar a nuevos mercados.

Una de las organizaciones que se ha vinculado al proyecto es la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonía (CORPOAMAZONIA), que con iniciativas encaminadas al buen uso de las botellas en bares, tabernas y tiendas, ha contribuido en la recolección de los materiales de vidrio a lo largo y ancho de Leticia y cercanías.

Lo más satisfactorio en los resultados de Areciclar como empresa sostenible y su plan ambiental de reciclaje, con la consecuente conservación de los recursos naturales de Amazonía, es que según las proyecciones, dicha compañía ha ingresado paulatinamente al mercado de materiales de construcción con un 20% de sus productos en la región, lo cual no

sólo asegura a mediano plazo la existencia de la planta, sino que garantiza que habrá vigilancia y cuidado sobre los desechos de vidrio, en una zona cuyo equilibrio ambiental es supremamente delicado.

El deseo de Areciclar con el centro de acopio de vidrio es seguir extendiendo su capacidad de reciclaje y colaboración con el ambiente, así como de ingresar a nuevos mercados. Otra de las aspiraciones a corto plazo de este proyecto es iniciar procesos de exportación de bloques y materiales de construcción hacia Brasil, en virtud de su cercanía limítrofe y gracias a la instalación de maquinaria más sofisticada, compuesta por un molino de vidrio, una bloqueadora y varios elementos de taller, que intensificarán la producción.





Martha Pardo, ha resaltado los alcances que el Proyecto de Reciclaje de Vidrio tiene para la preservación ambiental

Pero mucho más allá del crecimiento de la planta y de Arecicar como empresa sostenible, hay un objetivo de fondo que de cara a la responsabilidad ambiental es invaluable y tiene un fin pedagógico: el de la consciencia ecológica hacia las nuevas generaciones.

Una de las iniciativas que surgieron en el seno del proyecto fue la de campañas de reciclaje de vidrio en colegios y escuelas como la Institución Educativa Selva Alegre, con la pretensión de que los niños y jóvenes comprendan la importancia de preservar el medio ambiente. En ese sentido, se ha firmado un convenio con el establecimiento educativo a fin de que los envases y botellas que los

estudiantes recolecten durante un año, sean donados para ser reciclados y procesados en la planta, a cambio de se adoquine una superficie de 30 metros del colegio.

La rectora del centro educativo, Martha Pardo, ha resaltado los alcances que el Proyecto de Reciclaje de Vidrio tiene para la preservación ambiental y asegura que la institución que preside tampoco cesará en su lucha por la consciencia ambiental de los niños: “El colegio Selva Alegre apoya sin condiciones el proyecto de la Asociación de Recicladores soportado por Bavaria, en lo que tiene que ver con la inclusión de las tres Rs del medio ambiente: Reducir, Reusar, Reciclar”.





Para Bavaria apoyar esta altruista y ambiciosa iniciativa es un motivo más de orgullo. Nuestra Compañía sabe lo necesario que es luchar por el medio ambiente en estos tiempos en que la escasez de agua y el calentamiento global tienen impacto directo sobre las poblaciones humanas y demás ecosistemas. Es por eso que una de nuestras prioridades en el tema de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad ha sido respaldar económicamente a empresas como Areciclar a fin de lograr el objetivo de construir programas amables que conlleven a la conservación de los ricos sistemas ecológicos colombianos y por esa misma vía, a la generación de empleos dignos.

Las muestras de agradecimiento por parte de los funcionarios de Areciclar son un estímulo para que continuemos trabajando con ellos: “Gracias a Bavaria por escucharnos, por entendernos y por apoyarnos”, concluye Freddy Vargas.

El rostro emocionado de Napoleón Anzola es elocuente. Con la voz quebrada dice estar “feliz con su bodega” y se llena de gratitud hacia nuestra organización. Él, como todos los trabajadores de Areciclar, ha dado significado a este interés de Bavaria de luchar por estas iniciativas que contribuyen a la cohesión social de Colombia y a la protección ambiental de las zonas más vulnerables del país.



“Gracias a Bavaria por escucharnos, por entendernos y por apoyarnos”, concluye Freddy Vargas.





Si bien los empaques y etiquetas son una parte importante de nuestros productos, ayudan a crear identidad y protegen la calidad de la malta y la cerveza, somos conscientes de la importancia que tiene reducir el impacto ambiental que estos elementos generan para reducir la necesidad de adquisición de materiales y la presión sobre los rellenos sanitarios.

REDUCCIÓN

Gracias al trabajo en equipo con el proveedor de botellas de vidrio, el programa **CIPRES** de la División Gestión Proveedores y la Gerencia de Desarrollo de Nuevos Productos de la División de Manufactura, podemos contar con iniciativas tendientes a reducir el peso de nuestros empaques, lo que se traduce en una menor demanda de materiales.

En 2011 contamos con reducciones en botellas y material de embalaje que permiten la disminución de consumo de materiales en más de 210 toneladas por año.





Cambios en el peso de las botellas de vidrio



La **botella** 330 retornable color ámbar y flint pasó de 230 gramos a 210 gramos.

La **botella** 250 no retornable verde, pasó de 185 gramos a 165 gramos de vidrio.



Reducción de materiales diferentes al vidrio

Desarrollo	Periodo 2011	Disminución residuos sólidos
Botellas PET 1500 cc., Disminuir peso de 47 a 44 g.	Jul - Dic	63 ton.
Botellas PET 330 cc., Disminuir peso de 22 a 19 g.	Ago - Dic	129 ton.
Bandeja colaminda lata	May - Dic	46 ton
Cambiar papel bond de 115 a 90 g/m2		
Six pack cartón lata Disminuir peso de 99,9 a 90 g.	Jun - Dic	8,5 ton





Materiales Utilizados

Empaque primario	Cantidad	
	F11	2011
Botellas no retornables	51.927.633 unidades	55.947.362 unidades
Botellas retornables	195.634.655 unidades	194.828.564 Unidades
Latas	373.022.329 unidades	430.868.045 Unidades
Tapas lata de cerveza	349.075.320 unidades	427.718.236 Unidades
Lámina TFS (para hacer las latas corona)	10,380,347.59 Toneladas	9,299,951,29 Toneladas
Tapas Plásticas	87.165.900	348.092.400
PET	173.518.546	349.589.174

Empaque secundario

Cantidad 2011

	2.933.782 (unidades de Cartón Cluster Multipacks)
Cartón	29.725.620 (unidades de Cartón Tray)
	3.064.159,00 (unidades de Outer Carton / Box)
Papel	6.060.005,60 (kg)
Termoencogible	1.603.122,43 (kg)
Etiquetas	62.890,00 (unidades de etiquetas autoadhesivas)
Etiqueta de papel	16.187.600.652 (unidades consumidas)
Etiqueta plástica	357.126.137 (unidades)





Etiquetas

En Impresur también se realizan esfuerzos tendientes a disminuir la cantidad de insumos necesarios para nuestros empaques y a incluir en ellos materiales reciclados.

En 2011 disminuyó el peso de papel utilizado en la fabricación de etiquetas tipo cuello, de 70 a 68 gramos, lo que equivale a un ahorro anual de 70 toneladas de papel. Se redujo también el gramaje del papel para la fabricación de etiquetas metalizadas, de 73 a 68 gramos, este cambio fue introducido recientemente y se espera alcanzar una reducción en el consumo de 49 ton/año.

Adicionalmente adelantamos pruebas de papeles con un contenido de 30% de fibras recicladas y otros con un 70% de contenido de fibra de caña, los cuales dieron buenos resultados en la elaboración de cuerpos y contracaras de etiquetas, pero no se obtuvieron iguales efectos en el proceso de fabricación de etiquetas tipo cuello.

Como otra medida de protección ambiental actualizamos todas las fichas técnicas y se estableció como requisito ambiental que los bosques, molinos y cadena de custodia de la cadena de suministros involucrados en todo el proceso de fabricación de papel para etiquetas, deben ser libres de cloro y contar con la certificación FSC (Forest Stewardship Council).

En 2011 disminuyó el peso de papel utilizado en la fabricación de etiquetas tipo cuello, de 70 a 68 gramos, lo que equivale a un ahorro anual de 70 toneladas de papel.





REUTILIZACIÓN

El 86,63% de nuestros productos se envasa en empaques retornables cuya vida útil está por encima de los 44 viajes, esto contribuye a una menor generación de residuos, haciendo nuestros productos más sustentables. Al final de su vida útil las botellas de vidrio se rompen y entregan a Owens-Illinois Peldar, pues este material es 100% recuperable.

Del 13,7% de los empaques no retornables el 61,1% está hecho de materiales reciclables.

Empaques utilizados

	Empaque	Total	Porcentaje
Barril	Barril	36.216	0,166%
	Bombona	442	0,002%
Botella	No retornable	174.774	0,801%
	Retornable	18.751.825	85,957%
Lata	Lata	1.410.848	6,467%
PET	PET	1.441.171	6,606%
Total general		21.815.276	100%



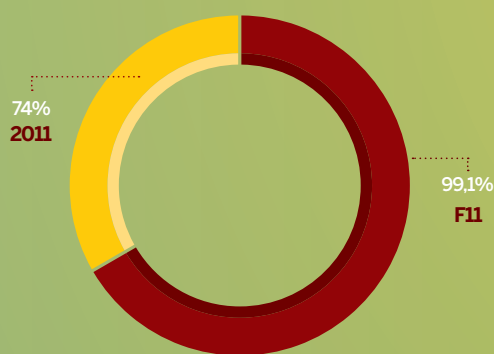


RECICLAJE

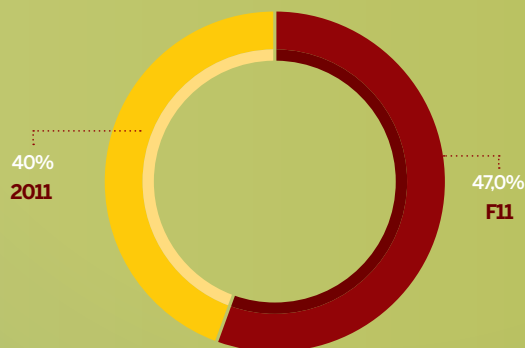
El tercer componente en la tarea de optimizar nuestros empaques y sus usos es el reciclaje. Buscamos utilizar material reciclado en las cajas y botellas, además utilizar materiales reciclables y contribuir a iniciativas que promuevan y adelanten procesos de este tipo.



Material reciclado en las cajas



Material reciclado en el vidrio



La disminución en la cantidad de material reciclado en las cajas y las botellas se debe a que durante todo el año 2011 se dieron de baja menos unidades, al haber menos unidades para procesar hay menos material reciclado para utilizar.





Reciclar tiene valor

Desde 2010, CEMPRES Compromiso Empresarial para el Reciclaje, asociación de la que somos socios fundadores, dio inicio al programa Reciclar Tiene Valor, una iniciativa cuyo objetivo es promover el reciclaje y la separación de residuos en la fuente, involucrando a las empresas, los consumidores, las grandes superficies y los recicladores.



Periodo	Total kg	Total Usuarios
01 Enero - 31Diciembre 2011	123.812	5.482





Materiales recuperados

Familia	Tipo de material	Peso en Kg.	Total de peso en Kg.	Participación %	Total de participación %
Papeles	Archivo	5.079	23.169	14.55%	66%
	Cartón	9.696		27.7%	
	Directorio	42		0.1%	
	Periódico	4.387		12.5%	
	Plegadiza	3.580		10.2%	
	Tetra Pack	385		1.1%	
Plásticos	Flexible trans	502	5.406	1.4%	15%
	Flexible color	1.159		3.3%	
	PET	1.084		3.1%	
	PET Punto	90		0.3%	
	PET ámbar	187		0.5%	
	PET aceite	149		0.4%	
	Tatuco	764		2.2%	
	PP Flexi	326		0.9%	
	PP Semi	72		0.2%	
	PP Pasta	510		1.5%	
	PS	102		0.3%	
	Tapas	184		0.5%	
	Acrílico	22		0.1%	
	Cristal	80		0.2%	
	PVC Blando	52		0.1%	
	Gancho	121		0.3%	
Metales	Aluminio	141	1.311	0.4%	4%
	Chatarra	1.170		3.3%	
Vidrio		5.140	5.140	15 %	15%
Totales		35.025	35.025	100%	100%

Gracias a la recolección y recuperación de este material se evitó la tala de 1.390 árboles, se dejaron de consumir 3.222.849 litros de agua, se ahorraron 484.975 kwh y se evitó la emisión de 34 toneladas de dióxido de carbono.

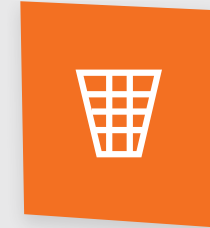
Además de los beneficios generados al medio ambiente, el componente social del programa también logra impactos positivos en la calidad de vida y el bienestar de los recicladores que están vinculados. En 2011 se generaron 34 opciones de trabajo a través de la Asociación Corporativa de Recicladores de Bogotá -ARB- y la Fundación Nueva Sociedad.





05

TRABAJAR PARA QUE LAS OPERACIONES TENGAN CERO DESPERDICIOS



Amigos de la Reutilización

El tratamiento de residuos:
un reto ambiental para Bavaria





AMIGOS DE LA REUTILIZACIÓN



EL TRATAMIENTO DE RESIDUOS: UN RETO AMBIENTAL PARA BAVARIA

Hemos fortalecido nuestras técnicas de reutilización, reducción y reciclaje de residuos para manejarlos de forma ambientalmente responsable y al mismo tiempo hacer de ellos recursos eficientes y aprovechables. El tratamiento de los aceites usados: uno de nuestros desafíos más relevantes.

Bavaria busca crear para sus residuos generados oportunidades de reutilización, reciclaje y reducción y pretende conseguir que éstos no tengan márgenes de desperdicio. Por esa razón, le apuntamos a hacer de los derivados de sus desechos -como el aceite- objetos susceptibles de reúso, para así contribuir a la reducción de contaminación ambiental y evitar afectaciones a la salud humana.

Es nuestra prioridad que en los procesos de producción de la Compañía haya cero desperdicios. El objetivo es que mediante la reutilización de los diferentes residuos surgidos en la organización, -sean generales (100% reutilizables), orgánicos o peligrosos-, se logre aminorar el impacto ambiental al hacer un uso eficiente de los recursos y así limitar y reducir la disposición de desechos dirigidos a los rellenos sanitarios.

Uno de los grandes desafíos que nos hemos topado en el camino hacia la reducción de los residuos y su posible reutilización y reciclaje, ha sido el del empleo de los desechos peligrosos -tales como aceites usados, estopas filtros, baterías usadas, entre otros, los cuales pueden ser nocivos para el ambiente y la salud humana.





Mediante nuevas tecnologías que filtran y purifican los residuos hemos conseguido disminuir la cantidad de aceite usado en un 28%



En el último año nuestra empresa implementó una iniciativa de disminución, reciclaje y reutilización de lubricantes y aceites usados, los cuales tienen impacto en el desarrollo y proceso de otras prioridades ambientales: la reducción de estos insumos además de contribuir a que las operaciones de la organización se acerquen a la meta de cero desperdicios, influye en la mitigación del consumo de energía y las emisiones de carbono, y en la reutilización de empaques y reciclaje. Mediante nuevas tecnologías que filtran y purifican los residuos hemos conseguido disminuir la cantidad de aceite usado en un 28%, aminorando costos a la vez que consolidamos estrategias para favorecer al medio ambiente.

La meta es seguir disminuyendo las cantidades de lubricantes residuales generados anualmente, que entre abril de 2011 y marzo de 2012 (periodo fiscal F12) llegaron a 16.950 galones, de los cuales aproximadamente 4.480 fueron derivados peligrosos de estos aceites.

Este tipo de desechos peligrosos constituye una amenaza a la ecología y a la salud de las poblaciones humanas, de ahí que sea necesario continuar con una gestión integral del aceite usado que se adecúe a nuestra normatividad ambiental y sea la garantía que nos permita disminuir los residuos que producen las plantas.

Y es que una buena administración de los lubricantes usados, por medio de seguimientos mensuales y anuales de los galones generados, y una estrategia sólida de gestión ambiental, limita la posibilidad de que durante su almacenamiento, haya filtraciones a las fuentes subterráneas hídricas, a los canales de agua residuales o en el interior de la planta cervecera de Bucaramanga (lugar en el que se lleva a cabo el proceso). Bavaria concentra así esfuerzos en lograr que a través de la reutilización del aceite y de la reducción de sus residuos produzca un impacto positivo en el medio ambiente.





En cuanto al reciclaje y regeneración de aceite usado, el objetivo es recuperar el 40% de tal manera que se asegure que las propiedades lubricantes y aditivas permanezcan protegiendo la maquinaria hasta su deterioro normal dado por el paso del tiempo. Dentro de este proceso se requiere que el aceite industrial usado sea empleado sólo cuando sus características físico-químicas no se hayan deteriorado. En caso de que este insumo líquido esté contaminado con agua o partículas, es sometido a un proceso de regeneración en el que se recurre a sistemas de filtración y deshidratación que aseguran mayor tiempo en su vida útil. El análisis de la duración y preservación aproximada del lubricante se lleva a cabo tomando como referencia la estrategia de Mantenimiento Basado en Condición (CBM) y haciendo seguimiento a la cantidad de galones consumidos mensual y anualmente.



También se constituye en un reto para nuestra organización cervecera disminuir la cantidad de dióxido de carbono (CO₂) y otros elementos peligrosos emitidos al aire, que son generados en los procesos de producción. El objetivo en este sentido es reducir en un 30%, dichas emanaciones a través de diferentes procesos que incluyen la mejora de la calidad y la cantidad del aceite usado por la empresa.

Mientras para producir 2 litros de aceite nuevo se requieren cerca de 130 litros de petróleo, sólo con 3 litros de aceite usado, se podrían fabricar los mismos 2 litros de aceite nuevo, lo cual da una dimensión de lo que significa la reducción y el tratamiento de los lubricantes en cuanto a ahorro de materias primas, energía y recursos naturales no renovables.





Nuestro esfuerzo se encamina a lograr que los residuos que producimos no sólo sean aprovechables para ser reutilizados sino que contribuyan al cuidado del medio ambiente



Por supuesto, de cara a la eficiencia de los procesos de reutilización, reciclaje y reducción en los residuos de aceite usado, es necesario que este insumo líquido sea de fácil tratamiento por parte del acopiador, pues la mayoría de las veces termina siendo quemado en hornos, calderas y secadores, lo que genera contaminación ambiental: cada galón de aceite quemado emite 7.46 Kilogramos de CO₂ y puede contaminar el aire que respira una persona durante tres años (1 millón de m³). Además propaga otros metales como el arsénico, el cadmio, el cromo, el plomo y el antimonio.

En Bavaria somos conscientes de que las diferentes labores de producción generan una gran cantidad de residuos que de no ser tratados de forma prolija pueden afectar el entorno. Por ello, nuestro esfuerzo se encamina a lograr que los residuos que producimos no sólo sean aprovechables para ser reutilizados sino que contribuyan al cuidado del medio ambiente. De esta forma, insumos que pueden llegar a ser perjudiciales, como el aceite usado, terminan sometidos a un proceso que es capaz de hacer de ellos elementos eficientes y que forman parte de las estrategias de sostenibilidad de la organización. ♻️





El crecimiento poblacional y el aumento del consumo de productos de toda índole implican una importante generación de desperdicios, esto ha ocasionado una fuerte presión sobre los rellenos sanitarios y la polución de hábitats naturales vitales para el planeta. Nuestros esfuerzos en esta materia están enfocados a utilizar los recursos que necesitamos de forma más eficiente disminuyendo así la cantidad de desechos generados, de los cuales buscamos aprovechar la mayor parte reduciendo la cantidad que se destina a los rellenos de las diferentes ciudades.

Los residuos que producimos se clasifican en tres categorías, para cada una se recupera y aprovecha la mayor cantidad de material, lo que no es posible aprovechar se gestiona por medio de empresas especializadas que cuentan con las capacidades requeridas y certificaciones otorgadas por las autoridades competentes.

Estamos enfocados en utilizar los recursos que necesitamos de forma más eficiente disminuyendo así la cantidad de desechos generados





Residuos

Tipo	Descripción	Destino
Generales	Residuos aprovechables.	Aprovechado por diferentes organizaciones o se envían a rellenos sanitarios por medio de empresas especializadas
Orgánicos	Comprenden los desechos de las materias vegetales utilizadas en el proceso	Insumo para alimentos animales
Peligrosos	Son todas las sustancias que pueden ocasionar daños al medio ambiente y las personas, además de empaques que estén contaminados son éstas.	Se recuperan para aprovecharlos en los procesos mecánicos o se tratan a través de empresas especializadas

Cantidad de residuos generados

Tipo de residuo	Cantidad generada (ton)	% aprovechado
General	68.954,3	64,83%
Orgánico	272.662	100%
Peligrosos	124,7	18,61%
Total	341.641	92,90%



En 2011 se generaron 341.641 toneladas de residuos, en las tres categorías, de éstas el 79,79% son orgánicos, el 20,18% son generales y el 0,04% son peligrosos. Del total de residuos se recicló y/o aprovechó el 92,9% lo que significa una disminución frente al periodo F11 (abril 2010 a marzo 2011) del 0,5%, esta disminución se debe a que en 2011 se pidió un nuevo concepto a la autoridad ambiental sobre la posibilidad de aprovechamiento de las cenizas, la tierra filtrante y la escoria de la Cervecería de Boyacá, pero aún se encuentra en proceso, como empresa responsable con el medioambiente declaramos estos desechos no aprovechables hasta tanto no tengamos el concepto definitivo de las entidades correspondientes.

Gracias a las buenas prácticas adoptadas en la recuperación de residuos peligrosos se logró disminuirla cantidad de desechos peligrosos generados en 1,42 puntos porcentuales. Esta reducción, acompañada de un excelente manejo del excedente no aprovechable evita la posibilidad de que se presente contaminación de suelos, fuentes de agua superficiales y fuentes de agua profunda.

92



GRI





06

INCENTIVAR EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN NUESTRA CADENA DE VALOR



Amigos del agricultor

El renacer de la cebada en Colombia

Evaluación de procesos

Planes de mejoramiento autogestionados

Planes de mejoramiento especiales (PMP)

Evaluación de desempeño, bienes y servicios

Análisis de capacidad de proveedores

Nuestros programas

CIPRES

Mejoras logradas gracias
al programa

Espigas, sinominos de confabilidad

Premiación proveedores

Ética y abastecimiento responsable
Huella verde

Compras a población vulnerable
IV Foro de desarrollo sostenible

Dos grandes avances en 2011

Comunicación con proveedores y su percepción





AMIGOS DEL AGRICULTOR



EL RENACER DE LA CEBADA COLOMBIANA

Los vastos campos de Colombia recuperan el amarillo intenso en sus cosechas de cebada. Un cultivo ancestral que parecía extinto brota de la mano de los agricultores y Bavaria hace parte del resurgir de este cereal en los prolíficos suelos del país.

Hace 14 años Bavaria decidió apostar por traer de países extranjeros la totalidad de cebada -componente principal de la cerveza- que requería para lograr sus metas de producción. Motivada por la falta de cualificación del cereal que se daba en los cultivos nacionales y por la baja competitividad de éste frente a la cebada foránea, nuestra Compañía se propuso en 1998 entrar en la dinámica de importaciones de este insumo con el fin de lograr así solventar las necesidades de calidad y costo de nuestros productos.

Desde entonces, la demanda de este grano ha sido suplida gracias a los mercados de Argentina y Canadá (70% y 30% respectivamente) cuyos productos de cultivo no sólo han sido suficientes en términos cuantitativos (250 mil toneladas importadas por año), sino que han satisfecho los patrones de calidad de nuestra organización. Pero en ese marco de competitividad, la cebada en Colombia quedó relegada.

Lo que en principio fue una jugada estratégica que buscaba mejoría en la calidad de nuestras bebidas y aumento en los índices de producción, significó con el tiempo, la casi extinción de los cultivos de este cereal cuyos orígenes en territorio colombiano son de carácter ancestral. Durante más de una década la demanda de cebada en Colombia fue limitada en razón a que sectores de agricultores de clima



frío de Cundinamarca y Boyacá optaron por la plantación de otros productos más rentables como la papa o el maíz, lo que condujo a la desaparición parcial de sus cosechas.

Es por eso que hoy Bavaria, siendo la cervecera colombiana más grande, ha buscado incentivar la recuperación de las cosechas de cebada en el país, para hacer de ella el cultivo predilecto de nuestros campos y extender de nuevo la mano de confianza a sus agricultores. A través del Programa de Cereales nuestra organización le apuesta al renacer del quinto grano más sembrado del mundo y explora la posibilidad de impulsar una industria local de este insumo, que además de cumplir con las especificaciones de calidad de SABMiller, contribuya en la generación de empleo y al crecimiento de la economía rural.

El sector agricultor se siente apoyado en el esfuerzo que implica este gran proyecto, y así lo hace ver *Miguel Aponte* uno de los



labriegos que participan en el programa: **“Son ideas que nos respaldan a los agricultores, que respaldan la economía del país, que respaldan estas tierras productivas, aprovechando el potencial que tenemos”.**

Ellos, conscientes del alcance e importancia que tiene esta iniciativa, dan significado a un proyecto visionario y altruista: **“Si Bavaria, como lo está haciendo, retoma el cultivo de cebada ayudaría a sacar adelante a mucho agricultor”**, asegura *Celestino Garzón*, otro de los labriegos participantes. Son ellos quienes afirman que nuestra organización les ha ayudado a impulsar la siembra de este insumo que estaba a punto de desaparecer.

El deseo de renacer de los cultivos de cebada en Colombia surgió en 2008, cuando después de un riguroso proceso de investigación y análisis -agronómico, técnico y económico- de la región del altiplano cundiboyacense, con variedades locales y

extranjeras de este cereal, se logró identificar una clase de cebada denominada Metcalfe (de origen canadiense), de buena calidad competitiva y con aptitud cervecera, que podría ser plantada en los campos del país.

Luego de estudiar las propiedades de esta variedad de cebada y de comprobar que sus características eran promisorias de cara a la producción cervecera, técnicos agrónomos de Bavaria, con la cooperación de agricultores de la zona cundiboyacense y de entidades públicas y privadas, procedieron a plantar en 2009 las primeras siembras comerciales de dicho cereal.

Para nuestra organización recuperar los cultivos de cebada en Colombia se ha constituido en un reto inaplazable, que apunta directamente a brindar confianza hacia los agricultores y suelos productivos del país. Pero además, nuestro interés en la creación y apoyo de nuevas cosechas de este cereal se configura en la perfecta opción

de desarrollar los esquemas de rotación de cultivos, pues se requiere una baja inversión y también se garantiza alta seguridad en el proceso comercial.

Consideramos que quienes dedican su vida a trabajar la tierra tienen un valor inconmensurable para el país. Su sabiduría y experiencia, transmitida por generaciones logran que nuestros campos se conviertan en mantos fértiles y prolíficos. **“Gracias a este proyecto de Bavaria se puede ver reflejada la mano de obra no calificada que es la del labriego”**, comenta *Eladio López* **“Es un mensaje de optimismo y entusiasmo porque se va a reactivar el cultivo de la cebada”**, concluye con ilusión.

Bavaria quiere retribuir a los campesinos agricultores no sólo por su esfuerzo incansable de trabajar en los suelos colombianos y por su paciencia para no dejar que la cebada se extinguiera totalmente en el territorio cundiboyacense, sino por su





Varias entidades se han unido a la lucha conjunta de Bavaria y campesinos del altiplano por reactivar el cultivo de cebada en el país

predilección hacia nuestros productos. Y la mejor manera de lograrlo es contribuyendo de forma incondicional a generar un impacto social positivo y consolidando la industria de cebada colombiana mediante el fortalecimiento de la mano de obra local (mejorando sus ingresos) y el desarrollo de las áreas de influencia, con la mirada fija en aumentar la competitividad en la producción de este cereal.

En ese contexto, nuestra empresa cervecera ha actuado como aliada comercial de los agricultores en el proyecto de recuperación de los cultivos de cebada y ha seguido de cerca la iniciativa mediante acompañamiento técnico y capacitación a los campesinos del sector productivo, quienes se han vinculado individualmente o en grupos asociativos al programa. Es así como hemos pretendido incentivar a los labriegos a que reinventen sus métodos de siembra y cosecha y de esa forma se forje la industria de cebada en Colombia.

Por fortuna en este reto no hemos estado solos. Varias entidades se han unido a la lucha conjunta de Bavaria y campesinos del altiplano por reactivar el cultivo de cebada en el país, entre ellas instituciones de investigación (Corpoica y Embrapa), gremios de agricultores (Fenalce), grupos asociativos de agricultores, grupos académicos (Cega-Universidad de los Andes, casas productoras de insumos, importadores de maquinaria, operadores logísticos (Almaviva) y entidades públicas como el Ministerio de Agricultura y el Sena.

Aunque en un comienzo el objetivo es consolidar los procesos de producción de cebada en los cultivos ubicados en los vastos campos del altiplano cundiboyacense -región propicia para que el cereal se dé y prospere, en virtud del clima frío-, la idea a futuro es que logremos plantar cosechas aun en condiciones ambientales opuestas como las de Bolívar, Córdoba o Cesar.

Hasta ahora los resultados del proyecto de resurgir de la cebada en Colombia han sido cambiantes. La cantidad de hectáreas sembradas así como las toneladas cosechadas han dependido de las condiciones climáticas, que han afectado la dinámica de siembra y producción que han variado de forma frecuente en cada año.

Por ejemplo, en 2009 (año en que se empezaron a realizar siembras comerciales) el número de hectáreas sembradas por 49 agricultores independientes que se vincularon a la iniciativa, llegó a una cifra de 1.072 y el de toneladas cosechadas alcanzó las 1.354,

lo que superó con creces las expectativas de producción que tenía nuestra organización en los primeros 12 meses.

En contraste, 2010 fue un año de reducciones considerables en términos de siembra y producción de cebada, en las que participaron cinco agricultores de un grupo asociativo y uno independiente. La disminución de hectáreas sembradas en campos cundiboyacenses fue tal que de 1.072 del año inmediatamente anterior pasaron a sólo 75 y como consecuencia, lo mismo sucedió con las toneladas cosechadas que de 1.354 en 2009, llegaron a apenas 110 durante los 12 meses siguientes.

La idea a futuro es que logremos plantar cosechas aun en condiciones ambientales opuestas como las de Bolívar, Córdoba o Cesar.





Mientras tanto, en el primer semestre de 2011 las cifras volvieron a aumentar gracias a la participación de 90 agricultores miembros de tres grupos asociativos y de 12 independientes, por lo que las proyecciones de producción se recuperaron de forma rápida. Según los registros estadísticos de ese periodo, se sembraron 647 hectáreas de cebada y las cosechas llegaron a 97, sólo durante los primeros seis meses del año.

Queremos lograr que el ritmo de las siembras y producciones aumente y sea constante año tras año con el objetivo de fortalecer la industria de cebada colombiana. Somos conscientes de que la meta es ambiciosa y contribuirá a la consolidación de miles de hectáreas de cultivos capaces de satisfacer la demanda de este cereal, estamos seguros de que el trabajo de los agricultores encaminará la economía del sector hacia el crecimiento y desarrollo.

“Agradezco de antemano a las directivas de Bavaria, por estar nuevamente difundiendo este proyecto”, nos expresa con franqueza *Mauro Caicedo* Mientras que *Orlando Fonseca*, con la garganta hecha nudo, nos dice **“Damos los más sinceros agradecimientos a Bavaria por habernos dado esta nueva oportunidad”**...

Siempre será un orgullo para nosotros escuchar las voces de gratitud de los agricultores y trabajadores nacionales, pero sabemos que los retos continúan y que no estaremos satisfechos sino hasta que podamos decir que la competitividad de la cebada es una realidad para nuestro país. Seguiremos luchando para que la sociedad colombiana pueda seguir diciendo con firmeza y convicción: **“Yo creo en Bavaria”**.





La relación con nuestros proveedores

hace la diferencia gracias a un marco de sólidos principios de sostenibilidad, generadores de confianza y de un constante crecimiento mutuo.

Continuamos fortaleciendo este relacionamiento a partir del acompañamiento para nuestros proveedores, en el cual las evaluaciones de

procesos, de desempeño y de capacidad, nos permiten reconocer grandes oportunidades de desarrollo y generar espacios de aprendizaje con los cuales queremos garantizar un intercambio ético, estratégico, dinámico y productivo.

Entre los cambios significativos que se dieron en 2011, contamos los siguientes:

100

2011

- » Mayor cobertura local (60 proveedores locales con procesos evaluados y 120 con evaluación de desempeño)
- » Mayor seguimiento a los proveedores evaluados (visitas a sus instalaciones)
- » Mayor apoyo a través de acompañamiento a los proveedores mediante la entrega de un plan de acción sugerido y de documentos de soporte para cumplir los compromisos.
- » Se inició la Evaluación de Procesos a proveedores del extranjero.
- » Análisis de capacidad a empresas de población vulnerable (asignación responsable de negocios)



GRI

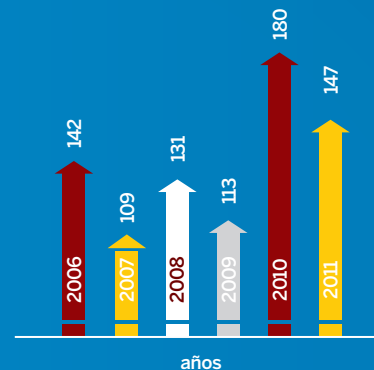


EVALUACIONES DE PROCESOS

Continuamos realizando nuestras evaluaciones a partir de preguntas adaptadas al tamaño de la empresa proveedora, sobre las siguientes dimensiones:

- 1 Direccionamiento Estratégico
- 2 Dimensión Financiera
- 3 Enfoque al cliente
- 4 Aspectos organizacionales
- 5 Administración del cambio
- 6 Capacidad operacional y de productividad
- 7 Investigación, Desarrollo e Innovación
- 8 Sistema de calidad
- 9 Desarrollo Sostenible
- 10 Responsabilidad social
- 11 Seguridad alimentaria

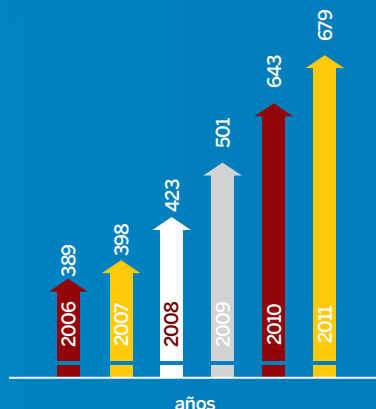
proveedores evaluados por año



PLANES DE MEJORAMIENTO AUTOGESTIONADOS

Como resultado de las evaluaciones, realizamos Planes de Mejoramiento Autogestionados con los cuales realizamos un acompañamiento a los proveedores que obtuvieron una calificación menor a 85% en su Evaluación de Procesos, con el fin de avanzar hacia un mejor desempeño en las áreas que más necesitan trabajar.

Actividades autogestionadas por los proveedores



Cantidad de actividades realizadas en planes autogestionados año 2011



Avances

Se han presentado casos concretos de avance gracias a los Planes de Mejoramiento Autogestionados, como el de nuestro proveedor Moderplast, el cual tuvo una calificación de 58% en la dimensión de Desarrollo Sostenible en su primera evaluación, y después de trabajar en un plan autogestionado obtuvo una calificación de 79% en su segunda evaluación.

58% la calificación de nuestro proveedor Moderplast, en la dimensión de Desarrollo Sostenible en su primera evaluación, 79% su calificación, en la segunda evaluación después de trabajar en un plan autogestionado



PLANES DE MEJORAMIENTO ESPECIALES (PMP)

Adicionalmente contamos con los PMP, los cuales tienen un alto componente temático y de adaptación a determinados sectores de proveedores, buscando impactar positivamente los procesos administrativos y productivos de acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación de las 11 dimensiones y su evaluación de desempeño.

Durante 2011 se lanzaron los siguientes programas:

- » “Nueva Alianza” con proveedores de arroz.
- » “Fortaleciendo relaciones y procesos” con proveedores de maquinaria y repuestos.

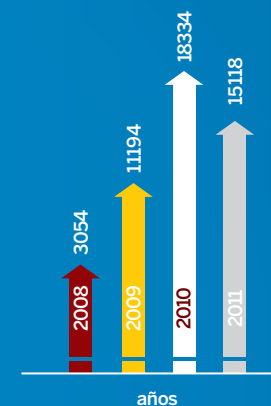
Enfocados en direccionamiento estratégico, calidad, abastecimiento responsable, finanzas, consumo responsable de alcohol, productividad, calidad y ética con el fin de mejorar su puntaje en la evaluación de procesos y su desempeño.



PMP Especiales

Año	PMP	Nº Proveedores	Nº Horas formación
2008	Fortalecimiento empresarial	10 Metalmecánicos	40 h
	Capsulas sistemas de gestión de calidad	14 Materia prima	115 h
2009	5s - Sistemas de gestión de calidad	12 Materia prima	248 h
2010	PMP Formación a la medida "estibas y carbón"	9 Estibas y carbón	120 h
2010	Estrategia regional Ola I	60 Proveedores (6 regiones)	62 h
2009 2010 2011	Rumbo empresas integras y transparentes	175 NPS, repuestos, ayudas, regionales Bogotá, Medellín, Barranquilla	40602
	Estrategia regional Ola II	61 proveedores (6 regiones)	30 h
	"Fortaleciendo relaciones y procesos"	13 Proveedores maquinaria y repuestos	10 h / 60 h
	"Nueva alianza"	7 arroz	14,5 h / 40 h
Total		361 Proveedores	5238,5 h

Horas / hombre de formación



104



GRI



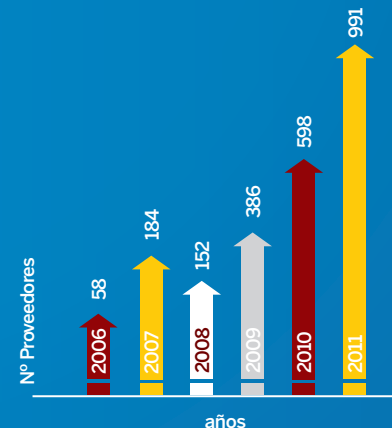


EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO BIENES Y SERVICIOS

Con esta herramienta logramos:

- » Evaluar mensualmente a nuestros proveedores de bienes y servicios.
- » Asegurar y optimizar nuestro aprovisionamiento.
- » Monitorear el desempeño de aproximadamente 1000 proveedores en los criterios de calidad, entrega, precio, servicio asociado, cumplimiento de normas S&SO y ambientales.
- » Mejorar los procesos internos de nuestros proveedores y hacerlos más competitivos.

proveedores evaluados por año





ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE PROVEEDORES

Este análisis nos permite identificar la capacidad de respuesta de un proveedor, frente a la planeación y proyecciones de Bavaria S.A.; es así como en 2011 se hizo este seguimiento a 24 proveedores y se identificaron riesgos de abastecimiento en cuatro de ellos, por cambio en diseño de

producto, capacidad máxima de producción y deficiencias en procesos.

Iniciamos la identificación de riesgos estratégicos, operacionales, financieros, tecnológicos y ocupacionales para evaluarlos en los diferentes tipos de proveedores.



F13

6 nuevos y
24 en seguimiento

F12

6 nuevos diagnósticos y
18 en seguimiento

Identificación de todo tipo de riesgos en la cadena de suministro

F11

5 nuevos y
4 en seguimiento

Desarrollo del aplicativo sistematizado con los datos de necesidades

F10

9 Proveedores diagnosticados

Iniciar seguimiento de capacidades vs planeación



NUESTROS PROGRAMAS

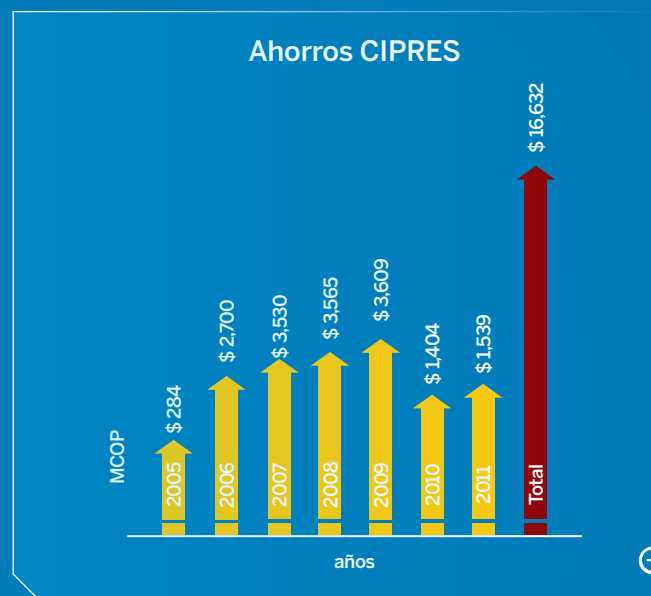
CIPRES

Es nuestro programa de productividad (**C**onstruir valor **I**ntegrando **P**roveedores **E**stratégicos **CIPRES**), con proveedores estratégicos, el cual nos permite detectar oportunidades de mejora que redunden en una mejor gestión de los costos de fabricación, mediante la optimización de los procesos de producción y logística, de modo que se reduzcan tiempos y desperdicios y al mismo tiempo se impacte positivamente no sólo el área económica, sino el medio ambiente.

Mejoras logradas gracias al programa

Bavaria ha dejado de consumir casi 2.500 toneladas de vidrio, gracias al aligeramiento del peso de las botellas retornables.

Hemos disminuido las emisiones de CO2 gracias a la reducción de fletes, producto de la optimización en el despacho de materiales.



En 2011 conseguimos un ahorro de \$1.539 millones de pesos gracias a iniciativas con proveedores de vidrio e inyección de cajas plásticas y color caramelo, detectadas a través de herramientas de manufactura esbelta y procesos de innovación y desarrollo



Espigas, sinónimo de confiabilidad

Es nuestro programa para evaluar y reconocer mejores prácticas entre nuestros proveedores enfocadas en el control de sus procesos, eliminación de desperdicios, seis sigma, estandarización de operaciones, entre otros. Utilizamos las mismas 11 dimensiones pero con un mayor nivel de profundidad.

Durante 2011 hubo dos logros clave para este programa:

- » Recibimos certificación de parte de **ICONTEC**.
- » Alineamos la calificación con algunos criterios del Modelo de Manufactura de Clase Mundial y los 10 Principios de Abastecimiento Responsable de **SABMiller**.

Del mismo modo, en este período contamos con la participación de nueve proveedores (siete que estaban en el proceso desde 2010 y 2 nuevos), de los cuales cuatro están en categoría bronce y plata, previas a la certificación.



Proveedor	Bronce	Plata	Oro	Diamante
Nalco de Colombia	2009 *	2010 *	2011	
ECOLAB	2009 *	2011		
INGENIO PICHICHI	2009 *	2011		
Industrias del maíz	2010 *	2011		
CSI - Alusud	2011			
Cajas Colombianas	2011			
Diana corporación	2011			
Larkin	2011			
San Miguel industrial	2011			

* Certificación obtenida



Premiación Proveedores

En Bavaria reconocemos a nuestros proveedores y estimulamos la integración de más empresas en nuestra cadena de abastecimiento, por esta razón realizamos la Convención anual “Amigos responsables”, que ya alcanza su séptima versión, en la cual premiamos a quienes se hayan destacado por prestar un servicio excepcional y superar nuestras expectativas.

En 2011 recibimos **258** postulaciones por parte de **83** socios de valor en los segmentos de:

- » Materia prima y producción.
- » Material de empaque.
- » Maquinaria y repuestos.
- » Mercadeo.
- » Servicios operacionales.



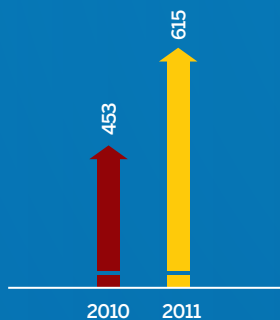
Cartón de Colombia S.A. fue el único ganador en la categoría de Abastecimiento Responsable, por sus acciones concretas en materia de responsabilidad con el medio ambiente, seguridad, derechos de los trabajadores y calidad en sus procesos.

Se han presentado casos concretos de avance gracias a los Planes de Mejoramiento Autogestionados

Ética y abastecimiento responsable

Promovemos permanentemente el entendimiento y cumplimiento de los estándares de ética e integridad que nuestros proveedores pueden esperar de la Compañía; para esto difundimos nuestras Pautas Éticas y obtenemos conformidad por parte de nuestros proveedores frente a los lineamientos, igualmente, a los proveedores que están inscritos en el portal se les dan a conocer estos parámetros, y sólo después de aceptarlos pueden ingresar a su sesión.

Proveedores con pautas éticas firmadas



Huella Verde

Durante 2011 dimos continuidad a este programa, en el cual compartimos mejores prácticas ambientales desde y hacia nuestros proveedores, con el objetivo permanente de detectar oportunidades de mejora en el uso de agua, energía, residuos y emisiones. Estos fueron los principales avances:

- » Mayor cobertura en nuestras formaciones en Bogotá y Valle (40 proveedores invitados)
- » 22 proveedores visitados y 10 de ellos con un plan de acción definido para mejorar sus prácticas.
- » Implementación de una herramienta que calcula la huella de carbono e hídrica.
- » Socialización de dicha herramienta a 91 proveedores.



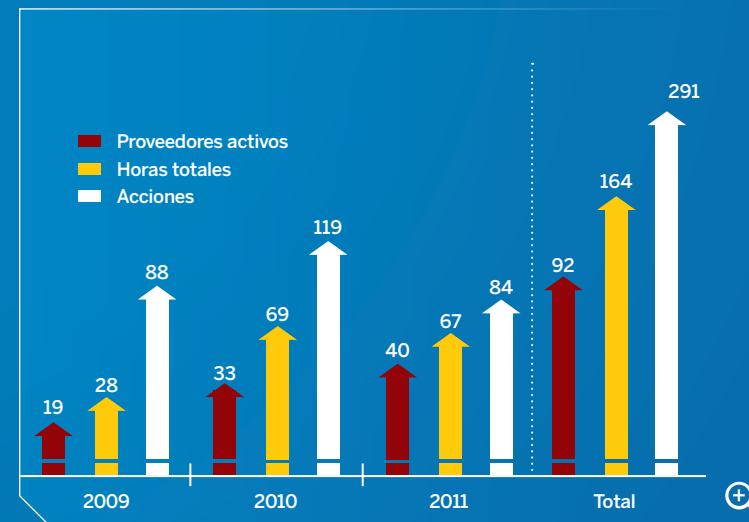
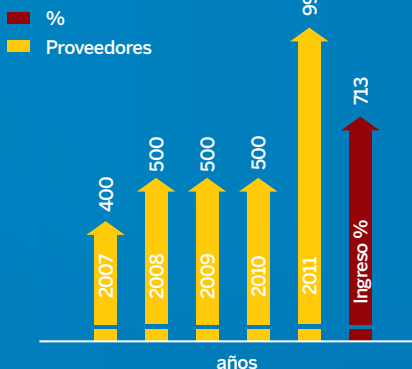
110



GRI



Aceptación pautas éticas portal proveedores



Compras a población vulnerable

Continúa siendo prioritario para Bavaria apoyar el desarrollo de los emprendimientos que emergen de poblaciones vulnerables (en situación de desplazamiento, pertenencia a grupos de indígenas, condición de mujeres cabeza de familia, discapacidad, procesos de reintegración a la vida civil o pertenencia a la tercera edad) destinando un porcentaje de sus compras a estos proveedores.

Durante 2011, avanzamos así:

- » Integramos en este proceso a áreas como asuntos corporativos y compras.
- » Analizamos dos empresas de población vulnerable con el fin de identificar su capacidad de respuesta y calidad, de modo que se asignen negocios responsable y pertinentemente.
- » Contamos con un formulario que permite realizar un seguimiento especial a estas empresas.
- » Mantenemos el número de empresas vinculadas (Maderpaz y Mundomaderas, proveedoras de estibas)

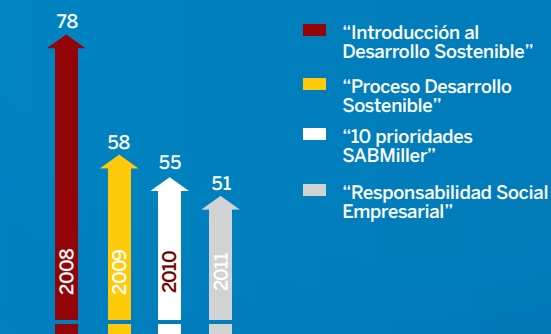
IV Foro de Desarrollo Sostenible “Un trabajo de mutua cooperación con la responsabilidad social empresarial”

Mantenemos nuestra iniciativa de comprometer a nuestros proveedores con la Responsabilidad Social Empresarial a través del Foro de Desarrollo Sostenible. Los siguientes son las acciones más relevantes para 2011:

- » 51 proveedores vinculados en este espacio.
- » Realización de actividades pedagógicas y de socialización de experiencias.



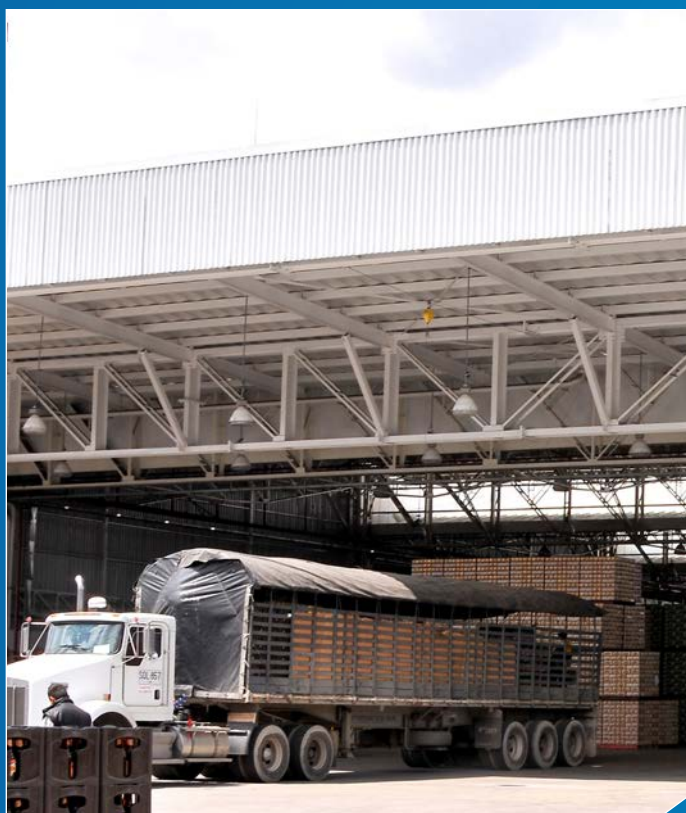
Temáticas y participantes por año



“Este tipo de encuentros son muy constructivos porque nos permiten abrir los ojos y darnos cuenta de que tenemos un equipo de trabajo por el cual debemos preocuparnos, ser conscientes del impacto que generamos y ser responsables con nuestros clientes y consumidores”.

*Sandra Sarmiento
Gerente General Molino Procesar*

Dos grandes avances en 2011



Términos de Referencia

Contamos con una estructura clara de términos de referencia, que orienta todas las negociaciones con nuestros proveedores de materiales directos, asegurando que el usuario final del producto o servicio reciba exactamente lo que necesita y evitando que haya reclamaciones o avisos de calidad.

Cada documento está conformado por trece módulos, en donde se incluyen todos los requerimientos del negocio. Con el fin de integrar a los proveedores a la cadena de abastecimiento y alinearlos con las políticas de abastecimiento responsable, se incluyeron los ocho principios determinados por SABMiller.

Matriz de Abastecimiento Estratégico – MAE

Es una herramienta que nos permite tener una aproximación a decisiones acertadas en la asignación de negocios y procesos de licitación, en tanto que tiene en cuenta el compromiso de nuestros proveedores reflejado en los resultados de sus evaluaciones y su participación en nuestras formaciones.

La cobertura total de la matriz alcanza a aquellos proveedores de bienes y servicios con relación comercial en los pasados dos años fiscales y que está en curso.



COMUNICACIÓN CON PROVEEDORES Y SU PERCEPCIÓN

Contamos con los siguientes mecanismos de consulta y comunicación con nuestros proveedores:

Barómetro

En 2011 Bavaria consultó por segunda vez la percepción de 551 proveedores acerca de los procesos en los cuales están involucrados, obteniendo un índice de satisfacción de 5.0 sobre 6.0.

Los resultados con respecto al desarrollo sostenible son los siguientes:

- » Un mayor conocimiento de los Principios de Abastecimiento Responsable y las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.
- » Un 98% de los encuestados manifestó compartir la filosofía de un abastecimiento responsable y la importancia que ha tenido para mejorar sus empresas.

Portal Proveedores

Continuamos fortaleciendo este espacio con el fin de brindar mayor oportunidad y transparencia en la información.

Durante 2011:

- » Aumentamos de 500 a 990 proveedores registrados.
- » Fortalecimos la comunicación de políticas corporativas relacionadas con Desarrollo Sostenible.

Suppliers Short News

Generamos una acción comunicacional online, a través de la cual enviamos información de interés a los proveedores, acerca de las directrices de Desarrollo Sostenible y Abastecimiento Responsable, además de programas, políticas y eventos que se realizan mensualmente.

Este medio llega a 8.000 proveedores.

Convención Proveedores

Es un espacio para compartir con nuestros proveedores estratégicos resultados, tendencias e información general de la Compañía.

En esta convención buscamos igualmente alinearlos con nuestras políticas corporativas.

En 2011:

- » Se realizó en el mes de Mayo, en el Centro de Eventos Valle del Pacífico, bajo el lema 'Amigos responsables' con el fin de compartir buenas prácticas al interior de sus organizaciones y motivarlos a implementarlas en sus organizaciones.
- » Reunimos 250 empresas destacadas por sus excelentes resultados en el último año fiscal y con quienes se espera afianzar la relación en el siguiente año fiscal.





07

BENEFICIAR A LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS



Amigos de los emprendedores

Red de mentores: apuesta por una Colombia emprendedora

Emprendedores colombianos:
la vía hacia el desarrollo del país

Emprendimiento

Destapa futuro
Red de ángeles inversionistas

Educación

Desarrollo de comunidades

Programa de voluntariado Uni2

Microcrédito





AMIGOS DE LOS EMPRENDEDORES



*“Tú no naciste profesional,
te convertiste en uno”, el eslogan
de nuestra campaña para fortalecer el
programa en 2011.*

RED DE MENTORES: APUESTA POR UNA COLOMBIA EMPRENDEDORA

Fundación Bavaria no se detiene en su aspiración inquebrantable de impulsar el desarrollo económico del país e incentivar a los emprendedores a creer en sus proyectos. Por esa razón y con el objetivo de brindar un acompañamiento estratégico a quienes se aventuran a crear su propia empresa, Bavaria ha trabajado desde 2005 en la iniciativa ‘Destapa Futuro’: un voto de confianza y una mano extendida a los nuevos empresarios colombianos.

Durante los 6 años de trayectoria del programa de emprendimiento, ‘Destapa Futuro’ han sido varios los proyectos cuyos contenidos y objetivos han sorprendido gratamente a la Fundación Bavaria, no sólo por su ambición en términos de crecimiento económico, sino también por su compromiso desde el punto de vista social. Para hacer de estas

iniciativas proyectos sostenibles, productivos y funcionales, la Fundación Bavaria creó desde 2009 la Red de Mentores con el fin de brindar acompañamiento estratégico a los emprendedores del programa.

Con el lema “Tú no naciste profesional, te convertiste en uno” como bandera del programa ‘Destapa Futuro’ y la Red de Mentores para el 2011, Fundación Bavaria ha respondido a una de sus prioridades en lo referente al Desarrollo Sostenible de la organización, la cual busca beneficiar a las comunidades en las que opera la Compañía. En ese sentido, nuestra organización ha instado a las personas que ocupan altos cargos, a que rememoren lo difícil que pudo haber sido nacer en el mundo laboral, a que recuerden los retos y obstáculos que implica surgir como profesionales exitosos, para que a través de sus experiencias ayuden a la capacitación y formación de los emprendedores.

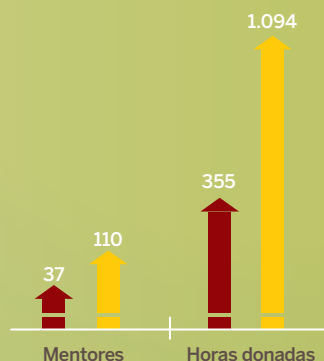
Por fortuna, la respuesta de los mentores ante ese llamado ha sido más que satisfactoria. Desde que el programa se ha venido instaurando dentro de los asuntos preponderantes de la organización, ha contado con la presencia de 110 ejecutivos voluntarios que han contribuido en la consolidación de la Red de Mentores Bavaria, la cual, desde su surgimiento ha ambicionado ser un apoyo constante a los emprendedores con mayor potencial innovador y diferenciador.

Los gerentes, profesionales, directores y vicepresidentes miembros de la Red de Mentores Bavaria, conscientes de la importancia que tiene para el país una propuesta cuyo fin no es otro que contribuir al crecimiento económico y el camino hacia al desarrollo, han donado más de 1.000 horas en más de 100 sesiones. Con la realización de mentorías, capacitaciones, sustentaciones y planes de expansión, la Red de Mentores ha pretendido no sólo transmitir sus conocimientos y experiencias a los 80 emprendedores de los dos últimos ciclos del programa (2009-2010 y 2010- 2011)

sino ayudarlos en el fortalecimiento de sus capacidades y proyectos.

Y es que si se comparan las cifras de mentores inscritos y horas donadas de los dos ciclos anteriormente mencionados, en los cuales la Red de Mentores Bavaria ha trabajado con el programa de emprendimiento 'Destapa Futuro', se concluirá que éste ha sido un éxito progresivo. Durante el quinto ciclo de la iniciativa (2010-2011), aumentó el número de mentores a 110, 73 más que el ciclo anterior (2009-2010), y las horas donadas llegaron a 1.094, más del triple de tiempo del período anterior que fue de 325 horas.

Crecimiento de la red de mentores





En la visión de Juan Darío Velásquez, gerente de Cervecería del Valle, el programa ha alcanzado el objetivo de generar nuevas oportunidades para los empresarios en Colombia y ha conseguido ser un apoyo necesario a los emprendedores del país. Según él, “Bavaria no se está quedando en la parte inicial que es impulsar un concurso e incluirlo en la sección de proyectos de la empresa o apoyar a los emprendedores con recursos económicos, sino que sigue continuamente monitoreando al emprendedor para que con esos recursos pueda alcanzar sus objetivos. Me parece que Bavaria está cumpliendo con el acompañamiento al emprendedor”.

Pese al compromiso que los mentores han demostrado frente al programa de emprendedores, uno de los obstáculos que ha encontrado la iniciativa es que sigue siendo inferior el tiempo individual con el que cada tutor dispone para realizar la asesoría, en relación con lo que Fundación Bavaria anhela. Por este motivo, en la campaña estratégica

de comunicación realizada en 2011 se hizo énfasis en la necesidad de que los mentores dedicaran algo más de tiempo para compartir conocimiento y experiencias, y se espera que los resultados sean excepcionales.

El programa ha alcanzado el objetivo de generar nuevas oportunidades para los empresarios en Colombia y ha conseguido ser un apoyo necesario a los emprendedores del país





Emprendedores colombianos: la vía hacia el desarrollo del país

Desde la creación del programa 'Destapa Futuro', se han beneficiado 1.104 emprendedores a través de capacitaciones en temas fundamentales desde el punto de vista empresarial, como inversión, mercados, costos, estrategia comercial, plan de negocios, comunicaciones, entre otros. Un grupo de sólo 286 de ellos fueron seleccionados en la fase de capital semilla y mentoría, en la cual nuestra organización ha respaldado económicamente a aquellos emprendedores cuyas empresas tienen mayor proyección y los ha apoyado con planes de expansión para la consolidación de sus proyectos.

Son los propios participantes quienes dan testimonio del impacto real que el programa tiene para los nuevos empresarios del país, como lo manifiesta uno de sus beneficiarios, Cristian Caicedo Laurido con su empresa Agroproceso, quien comenta que gracias a la intervención de los Mentores Bavaria, su compañía es hoy un 60% más rentable y ha logrado incrementar sus ventas en un 40%.



Además, ha hecho crecer su nómina en un 20%, con unas proyecciones importantes para los próximos 3 años. Su propósito es que más de 1.500 personas puedan ser favorecidas indirectamente con su emprendimiento.

La apuesta ambiciosa de Bavaria en apoyar el espíritu emprendedor de colombianos con intereses de ser exitosos dentro del mundo empresarial continúa. Motivados en la búsqueda por fortalecer estos programas que estimulan a los emprendedores a mostrar su talento y capacidad es diaria y el deseo es que los beneficiados cada año sea mayor.

“La oportunidad de compartir nuestro modelo de negocio con altos ejecutivos de la Compañía y que nos orienten en ir puliendo más este esquema de negocio, es una fortuna” -

*Camilo Jaramillo,
creador de la empresa Kahai.*





Destapa Futuro y la Red de Mentores permitieron la creación de 552 empleos en 2009, hoy ya hemos llegado a 5.000 empleos aproximadamente

Una de las emprendedoras que ha sido favorecida por este programa de nuestra organización, es Alejandra Alarcón, dueña de SF Group. En 2010, la empresaria inscribió su proyecto a 'Destapa Futuro' con la idea de un proyecto cuyo propósito fuera ofrecer asesorías para la optimización de fertilizantes y el uso sostenible de cultivos, con la utilización de herramientas tecnológicas, sin llegar a causar daños ecológicos. Con el apoyo de los mentores y la experiencia adquirida con Fundación Bavaria, SF Group se ha convertido en una organización consolidada, sostenible, ambientalmente responsable y cuyas proyecciones son ambiciosas, a tal punto que

una de las metas para los próximos 5 años, es poder ingresar a los mercados de Centro y Suramérica. Alejandra comenta que 'Destapa Futuro' ha hecho de la ilusión de su empresa, una realidad constante y una promesa a futuro. "Más allá del crecimiento, nosotros nos postulamos en el programa no con una idea de negocio, sino que lo veíamos como un sueño. Hoy en día es una empresa ya consolidada, en la que hemos implementado con éxito todo el proceso de optimización", ha dicho la emprendedora.

Así, a través de estas iniciativas conjuntas ('Destapa Futuro' y Red de Mentores Bavaria), nuestra empresa ha seguido en el camino de orientar a los nuevos emprendedores del país hacia el crecimiento de sus proyectos, la competitividad nacional e internacional y por esa vía hacia un país más próspero. Nuestra Compañía le ha apostado de forma permanente al compromiso adquirido de ser responsable e inclusiva frente a la sociedad colombiana y al sector empresarial. Ha sido una labor incansable pero con un grato resultado.



Hoy nuestro deber e interés es responder y contribuir a solucionar algunas de las graves problemáticas que tenemos como sociedad, todo ello dentro del marco de la ética y el compromiso abierto que le hemos hecho con Colombia: el de buscar las vías para que desde nuestro alcance como empresa, logremos edificar un país más próspero.

Y es allí donde 'Destapa Futuro' adquiere una importancia incommensurable para nosotros y los nuevos emprendedores, pues es la oportunidad evidente de que pensemos en una Colombia construida hacia el desarrollo económico, la sostenibilidad, pero al mismo tiempo, hacia la igualdad en opciones de crecimiento para todos y la conciencia ambiental.

Como bien lo ha dicho *Nidia López Berrío*, gerente y mentora, **"Gracias a estas iniciativas se tiene una visión más completa de Colombia. A veces uno se queda en la casa o en un escritorio, detrás de un computador, viendo el mundo Bavaria y con 'Destapa Futuro' se puede caer en la cuenta de que definitivamente hay gente que está construyendo país"**. A eso le apuntamos

con firmeza y convicción: a descubrir esa sociedad que se mueve viendo al futuro con la expectativa de encontrar el mejor camino posible y a apoyarla para lograr su fortalecimiento, consolidación y desarrollo.

La Red de Mentores Bavaria es la puerta que Fundación Bavaria abre a los emprendedores colombianos para continuar su camino al éxito.

La Red de Mentores Bavaria es la puerta que Fundación Bavaria abre a los emprendedores colombianos para continuar su camino al éxito





Tenemos un importante compromiso con el crecimiento de las comunidades en las que operamos, es por esto que desde la Fundación Bavaria adelantamos programas e iniciativas que propenden por el bienestar y el mejoramiento de la calidad vida de las personas que hacen parte de estas comunidades y de nuestra cadena de valor.

Como focos operacionales hemos identificado tres áreas que pueden generar un alto impacto en el desarrollo económico y social:

- » Emprendimiento
- » Educación
- » Desarrollo de comunidades

Estos tres asuntos nos permiten alcanzar impactos en la situación actual y futura de los individuos, núcleos familiares y sociedades.





EMPRENDIMIENTO

Apoyamos el emprendimiento de los colombianos desde cuatro iniciativas que ayudan a desarrollar, guiar y consolidar las ideas empresariales novedosas. Destapa Futuro, Red de Emprendedores, Red de Mentores y Red de Ángeles Inversionistas se han consolidado como motor en la generación de riqueza a través del acompañamiento financiero y estratégico a los colombianos emprendedores.

Destapa futuro

Destapa Futuro es la iniciativa privada de apoyo al emprendimiento más grande de Colombia y el principal foco de inversión social de la Fundación. Desde 2005 apoyamos a emprendedores colombianos de alto potencial de crecimiento para construir y consolidar sus proyectos con el objetivo de generar empleos formales y de calidad y activar el flujo de capital en sus regiones.

Para 2011 el quinto ciclo del programa se enfocó en los emprendimientos de alto



impacto, innovadores y con un potencial de crecimiento dinámico, destacando el apoyo a emprendedores con estudios alineados con su modelo de negocio, de cualquier sector de la economía y de talla mundial.

Destapa Futuro es la iniciativa privada de apoyo al emprendimiento más grande de Colombia





Ampliamos la oferta de acompañamiento a todos los emprendedores del país gracias a la Red de Emprendedores, una plataforma en internet que reúne a más 29.000 usuarios y permite intercambiar información concerniente a los mercados en los que se desarrollan los emprendimientos, hacer negocios, conocer eventos y participar en seminarios online en temas estratégicos para los negocios. La Red permite seleccionar a los emprendedores que hacen parte del programa Destapa Futuro.

Por otro lado, la Red de Mentores, que brinda acompañamiento estratégico desde 2009 a los emprendedores más destacados y con mayor potencial, jugó un papel importante en 2011 en el proceso de acompañamiento al emprendedor gracias a 78 Vicepresidentes, Directores, Gerentes y Profesionales Especializados en diferentes áreas de desarrollo en la Compañía quienes donaron el total 1.019 horas a nivel nacional.

2011

5,065	Emprendedores convocados para el sexto ciclo 2011-2012
+ 3.000	Empleos directos
+2.300	Empleos indirectos
300	Emprendedores capacitados en el quinto ciclo
960	Emprendedores seleccionados para el sexto ciclo para capacitación virtual
60	Emprendedores se beneficiaron durante el ciclo quinto
92%	Continúa en proceso de consolidación y expansión
29.989	Emprendedores registrados en la Red de Emprendedores
\$2,931	Millones de pesos entregados en capital de semilla
1,019	Horas donadas por 78 Mentores Bavaria





Red de ángeles inversionistas

La Red de Ángeles Inversionistas, creada en 2010 como una iniciativa que estimula la cultura inversionista del país y ayuda a potenciar el alcance del programa Destapa Futuro, reúne un grupo de empresarios que comparten sus recursos, conocimientos y red de contactos para el fomento de proyectos de emprendimiento con alto potencial en todo el país.

Esta iniciativa cuenta con el apoyo del BID -Banco Interamericano de Desarrollo- a través del FOMIN, con un aporte de USD\$ 330.000 para la gestión 2011 – 2012, adicionalmente la Fundación Bavaria realizó una inversión inicial de USD\$ 220.000.

En 2011 llegamos a Barranquilla desde donde apoyaremos el emprendimiento en todo el Caribe colombiano gracias a la alianza establecida con la Universidad del Norte. En este periodo realizamos en la región dos ruedas de inversión presentando en total 6 empresas a un grupo de 15 potenciales inversionistas. En Medellín se realizó el Primer Encuentro Latinoamericano de Redes de Ángeles Inversionistas con asistentes de Colombia, Brasil, República Dominicana, Uruguay, Argentina, Chile y México, durante la cual se realizó una conferencia de Fundación Bavaria sobre la experiencia y los resultados de la Red de Ángeles Inversionistas.

Durante los 16 meses en los que se ha ejecutado la iniciativa hemos obtenido los siguientes resultados:

Resultados

- 70** inversionistas capacitados en temas de inversión ángel.
- 12** ruedas de inversión: 9 en Bogotá, 2 en Barranquilla, 1 en Medellín
- 26** empresas presentadas a potenciales inversionistas (6 de estas ganadoras del programa Destapa Futuro).
- 25** citas post-rueda concertadas entre emprendedor e inversionista.
- 33** inversionistas ángel en el país, comprometidos con el proyecto.
- 400** Más de 400 empresas revisadas por el equipo de la Red.
- 1** negocio cerrado por valor de \$400 millones de pesos.





EDUCACIÓN

A través de nuestro programa de educación fomentamos y apoyamos la participación de hijos y nietos de tenderos, detallistas y tripulantes de estratos 1, 2 y 3 en programas de formación en carreras técnicas y tecnológicas, y en los últimos cuatro semestres de una carrera universitaria.

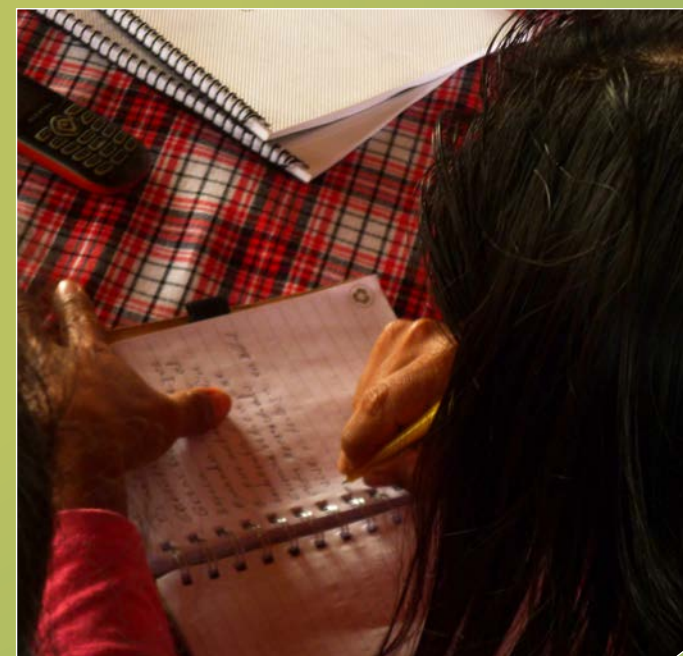
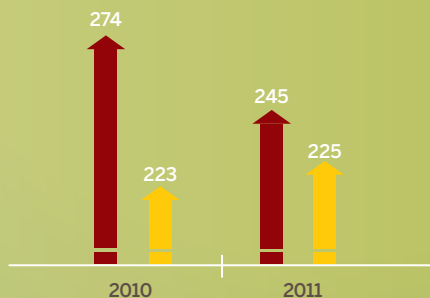
Contamos con un presupuesto¹ de \$10.000 millones que nos permite realizar dos convocatorias anualmente obteniendo en 2011 2.704 solicitudes y como resultado 225 patrocínios activos. Para los beneficiarios el 80% del total del importe de la matrícula es financiado por el programa con 0% de interés y sin exigir codeudor, el 20% restante debe ser asumido por el estudiante, quien paga su deuda cuando cuente con un empleo.

LUMNI, nuestro aliado encargado de operar el fondo de educación, lleva un control estricto de los estudiantes que ingresan al programa y se encarga de brindar apoyo educativo y psicológico a los estudiantes seleccionados para evitar deserciones entre los beneficiarios.

1. Para ejecutar entre 2009 y 2013

En 2011 extendimos la cobertura del programa a nuevos segmentos de la cadena de valor, vinculando a la fuerza de venta y personal del call center, todos contratistas/proveedores de Bavaria. Con el propósito de vincular al programa a las comunidades aledañas a nuestras plantas, hemos ampliado esta convocatoria a Sopó, Comunas de Medellín y Yumbo, en esta última ciudad contamos con la participación de 500 registros, 220 de ellos aprobados.

Patrocínios entregados vs Patrocínios activos





DESARROLLO DE COMUNIDADES

Programa de voluntariado Uni2

Desde hace 6 años y gracias al apoyo de nuestros colaboradores hemos construido el programa de voluntariado Uni2, un espacio en el que se suman esfuerzos para contribuir al desarrollo de las comunidades cercanas a las plantas en las cuales trabajamos. Para constituir el fondo e invertir en los programas sociales, que fomentan una mejor calidad de vida para la niñez y la juventud, la generación de empleo y causas filantrópicas, Uni2 recibe aportes voluntarios por parte de los empleados y Bavaria duplica el importe recibido, el cual es administrado por nueve comités locales en Barranquilla, Boyacá, Bucaramanga, Valle, Medellín, Tocancipá, Maltería de Tibitó, Maltería Tropical y la sede administrativa de Dirección y Ventas.

En 2011 y con el objetivo de fortalecer el programa e incrementar su impacto, realizamos una alianza con SUMASocial, una consultora que apoyará la gestión del

programa en el trabajo con voluntarios con el objetivo de ampliar sus aportes, tanto en dinero como en tiempo y buscará nuevas opciones dentro del voluntariado para que más colaboradores puedan hacer parte de la iniciativa que ha invertido para este último periodo \$4.184 millones de pesos.

Asimismo, renovamos el compromiso de los comités locales y relanzamos el programa a nivel nacional con las nuevas políticas y lineamientos que enmarcarán el trabajo voluntario. En 2011 alcanzamos grandes logros en donaciones, generación de ingresos y apoyo al desarrollo de la niñez y juventud, que fortalecen la labor de nuestros colaboradores:

» Donación de filtros de agua para los afectados por la ola invernal de 2011 en varias ciudades.

- » En Medellín se construyeron 2 casas en la Comuna 3 de Medellín (La Cruz) en alianza con la Fundación Catalina Muñoz
- » En Bogotá se construyeron 4 casas para familias en condición de hacinamiento en alianza con la organización Un Techo Para Mi País.
- » Apoyo al proyecto Fútbol con Corazón, en Barranquilla donde con recursos del programa se hizo la adecuación de la cancha y el pago del profesor.
- » Apoyo a la formación deportiva de niños de Bucaramanga, para estas escuelas destinamos recursos para el pago del profesor y la dotación de equipos.
- » Construcción de centro comunitario en Tocancipá.





Departamento	Número de afectados	%	Número de filtros
Antioquia	89.846	13,32%	878
Atlántico	74.318	11,02%	726
Bolívar	358.115	53,11%	3.498
Bogotá d.c.	14.186	2,10%	139
Boyacá	19.552	2,90%	191
Cundinamarca	16.371	2,43%	160
Santander	34.598	5,13%	338
Valle del cauca	67.330	9,98%	658
Total	674.316	100,00%	6.587



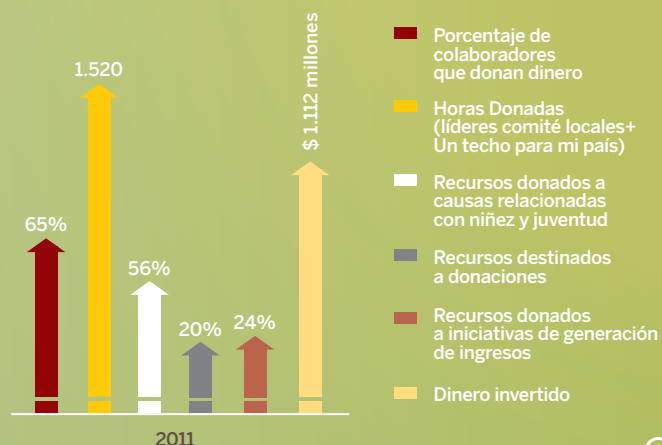
127



GRI



Temáticas y participantes por año



En Bogotá se construyeron 4 casas para familias en condición de hacinamiento en alianza con la organización Un Techo Para Mi País.





MICROCRÉDITO

Buscando brindar a los tenderos oportunidades de crecimiento para hacer realidad sus sueños, ampliar sus negocios y contribuir al desarrollo del país, hemos construido el programa Oportunidades Bavaria-Microcrédito², un espacio que cuenta con el apoyo de Financiera Comultrasán, Banco Agrario de Colombia y Bancolombia.

Desde su creación en 2009 el programa ha logrado expandirse y aumentar su impacto pasando de 100 tenderos beneficiados a 4.450 en 2011. Microcrédito ayuda a financiar a tenderos de estratos 1,2 y 3 (distribuyan o no nuestros productos) y ofrece préstamos adecuados para sus condiciones socio-económicas.

Privilegiamos a los tenderos que cumplen con sus obligaciones de forma responsable dándoles la posibilidad de iniciar su historia crediticia y a quienes se destaquen por su buena trayectoria les damos la oportunidad de acceder a créditos de un monto mayor siempre que el dinero sea invertido en: compra de inventarios (64% de los créditos), inversión

en activos para la tienda (33% de los créditos) y mejoras locativas, remodelación o ampliación del negocio (2% de los créditos).

El éxito del programa se evidencia en el crecimiento exponencial de la inversión, los lugares del país a los cuales se ha extendido y el crecimiento de tenderos vinculados a la iniciativa.

F11	2011
2.000 tenderos beneficiados con microcrédito	4.468 tenderos beneficiados con microcrédito
+4.400 millones desembolsados	11.560 millones desembolsados
3 lugares del país (Bogotá, Boyacá, Bucaramanga)	5 lugares del país (Bogotá, Boyacá, Antioquia, Bucaramanga y Barrancabermeja)
\$2'2 millones de pesos es el valor correspondiente al crédito promedio	\$2'5 millones de pesos es el valor correspondiente al crédito promedio
35% de los beneficiarios tuvieron acceso por primera vez a un crédito formal	29% de los beneficiarios tuvieron acceso por primera vez a un crédito formal
	16 meses son el plazo promedio de pago del crédito
	3,51% de cartera en mora

2. Con asistencia técnica de USAID a través del programa MIDAS.





08

CONTRIBUIR A LA **REDUCCIÓN** DEL VIH/SIDA



Amigos de la salud

Previniendo el VIH

Actividades

Actividades especiales 2011

En el baile de la vida tu mejor REGGAETÓN es el del NO al VIH/SIDA, ETS y al embarazo adolescente, baila seguro por tu salud y tu futuro

El mejor cuento de nuestras vidas, no al VIH/SIDA

Día mundial de la prevención del VIH/SIDA





AMIGOS DE LA SALUD



Desde 1981, antes de que el virus de inmunodeficiencia humana fuera descubierto, en Bavaria, tuvimos presente a través de nuestra División Médica la alerta epidemiológica.

PREVINIENDO EL VIH

Somos una de las empresas más grandes del país, tenemos a cargo más de 4.000 colaboradores y productos que hacen parte de la vida de cientos de colombianos, todo esto sumado al compromiso que tenemos con el desarrollo del país, nos hace propender por la responsabilidad en el consumo y la gestión adecuada de los recursos que empleamos diariamente, pero además nos impulsa a ser partícipes de las problemáticas mundiales que tocan a toda nuestra cadena de valor.

De acuerdo al último reporte del Programa de las Naciones Unidas realizado en 2011 para el VIH/SIDA, más de 33,3 millones de adultos y niños viven con esta enfermedad alrededor del mundo, las cifras se incrementan en 2,6 millones anualmente. Su crecimiento acelerado y sus graves consecuencias han resultado en

el crecimiento de iniciativas a nivel mundial que día a día luchan por su prevención.

Desde 1981, antes de que el virus de inmunodeficiencia humana fuera descubierto y considerado como el agente de la naciente epidemia del SIDA, en Bavaria, tuvimos presente a través de nuestra División Médica la alerta epidemiológica.

A raíz de la tipificación del virus en 1984 y la evidencia del contagio acelerado en el mundo, publicamos en 1985 la cartilla “Qué es el SIDA” un espacio que nos permitía difundir información básica sobre esta enfermedad a colaboradores, sus familias y contratistas.

A partir de ese momento fortalecimos los programas de prevención de las enfermedades infecto-contagiosas, dentro





de las cuales se encuentra el VIH/SIDA y otras enfermedades de transmisión sexual, y enfermedades crónicas como la diabetes, hipertensión y enfermedades cardio – vasculares, que siempre han ocupado un papel predominante en nuestra gestión.

Inicialmente los programas preventivos de salud se dirigieron exclusivamente a los trabajadores, sus familiares y contratistas, quienes a través de un proceso de educación continuada fueron sensibilizados sobre las prácticas responsables de la sexualidad, autocuidado y desmitificación de las enfermedades y de quienes las padecen.

Sin embargo la mayoría de los esfuerzos realizados en cuanto a programas y campañas preventivas de VIH/SIDA en Colombia no presentaron resultados exitosos, lo que nos llevó a indagar sobre las necesidades informativas de los colombianos en cuanto a Salud Sexual y Reproductiva a través de una encuesta nacional. Con base en los resultados de la encuesta y adaptando los contenidos a la idiosincrasia, creencias y valores de la

población estructuramos el plan de trabajo preventivo que guió nuestro trabajo por varios años con buenos resultados.

En 2005 con la llegada de SABMiller a la Compañía el VIH/SIDA adquiere mayor relevancia y pasa de ser un tema gestionado dentro del programa de Salud Sexual y Reproductiva a convertirse en tema estratégico de trabajo, engranándose dentro de los parámetros mundiales de SABMiller y sus 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

Tomar como prioridad esta problemática nos permitió ampliar el alcance de las actividades que involucran a esta enfermedad que tiene el potencial de afectar no sólo a nuestra fuerza de trabajo, sino a nuestros clientes y nuestra cadena de suministro e implica un gran impacto en el desarrollo económico del país y la estabilidad de las comunidades.

A partir de este cambio dentro de la estrategia sostenible de Bavaria y con el objetivo de contribuir con la reducción del VIH/SIDA se ponen en marcha nuevos programas y unimos esfuerzos con organizaciones que trabajan en pro de esta problemática en





Colombia (Profamilia, ONG's y laboratorios farmacéuticos Lafranco), para así articular estrategias robustas que no sólo impacten en la organización, sino que logren mayor trascendencia al extenderse a las poblaciones cercanas a nuestras plantas y de ahí lleguen a todo el país.

Conscientes de que esta enfermedad es una realidad que toca a cientos de colombianos extendemos nuestro apoyo pasando de la prevención al respaldo económico cubriendo los costos de los tratamientos para VIH/SIDA de los familiares de los trabajadores con derecho a los Servicios de Salud de la Empresa, asumidos en un 85% en caso de que se presente la enfermedad. Para el caso de los trabajadores y contratistas el tratamiento es asumido por las respectiva EPS, con el apoyo logístico de Medicina del Trabajo de Bavaria.

Estos últimos años hemos trabajado en nuestro Programa Preventivo que se proyecta cada vez más hacia dos focos: el trabajo con comunidades socioeconómicamente vulnerables o aquellas cuya ubicación es



cercana a nuestros centros de operación y la detección temprana de personas con perfil de alto riesgo de contraer enfermedades de transmisión sexual, con el objetivo de intervenir de manera oportuna con información clara y sencilla sobre actitudes de riesgo.

En 2011 beneficiamos a más de 3.000 personas en Bogotá, Manizales, Pereira, Santa Marta, Sincelejo, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Cúcuta con actividades como conferencias, talleres, entrega de

material preventivo y entrega de condones. Dentro de nuestros beneficiarios contamos con jóvenes en protección de derechos y adolescentes judicializados, con quienes trabajamos actividades lúdicas preventivas.

La labor que hemos desarrollado desde hace más de 20 años se refleja en la gratitud de las personas que hemos apoyado en iniciativas de prevención y que nos impulsan a fortalecer la gestión que realizamos para ampliar el alcance y aportar desde nuestra organización al cumplimiento de uno de los Objetivos del Milenio.





La pandemia de VIH/SIDA genera en el mundo y en Colombia graves consecuencias socioeconómicas que afectan no sólo a quienes la padecen, sino a sus familias, sus comunidades y la sociedad entera, por esto organizaciones transnacionales, gobiernos, empresas e individuos trabajan arduamente para prevenir y mitigar esta grave enfermedad.

En Bavaria asumimos el VIH/SIDA como una de nuestras prioridades de desarrollo sostenible, enfocándonos en la prevención por esto continuamos ampliando y fortaleciendo el programa preventivo en Salud Sexual y Reproductiva que hace énfasis en el VIH/SIDA, otras enfermedades de transmisión sexual y la prevención del embarazo adolescente.

El desarrollo de estos programas comprende todas las esferas de nuestra cadena de valor involucrando a nuestros colaboradores, sus familias, nuestros proveedores y contratistas y la comunidad en general.

Audencias

Comunidad

Proveedores y contratistas

Proveedores y contratistas

Familiares

Empleados

133



GRI





Tenemos principios claros sobre el tratamiento que reciben los trabajadores que tiene VIH/SIDA:

- » Los derechos de todos nuestros empleados serán respetados.
- » Toda la información médica se tratará con la mayor confidencialidad.
- » Los empleados que sean portadores del VIH o tengan SIDA no serán discriminados.
- » La Compañía tratará el asunto de VIH/SIDA según sus políticas y procedimiento respetando la legislación nacional.

Adicionalmente si algún familiar de un trabajador tiene VIH o SIDA y es beneficiario de los servicios médicos que prestamos directamente, Bavaria asume el costo de los tratamientos y hace un acompañamiento permanente a la situación.



ACTIVIDADES

Con información directa, clara, adaptada a los diferentes contextos socio culturales, rangos de edad, ubicación geográfica y otras consideraciones sobre los públicos a los que llegamos, la Gerencia de Servicios de Salud entrega a cada audiencia la información pertinente por medio de charlas directas, actividades lúdicas que refuerzan los mensajes preventivos, material escrito y conferencias – talleres que tratan:

- » Factores de riesgo para enfermedades de transmisión sexual
- » Desmitificación de la sexualidad
- » Autoestima
- » Respeto a la pareja sexual
- » Uso adecuado de los preservativos
- » Protección dual consistente en el uso adecuado del condón y anticoncepción hormonal
- » Responsabilidades e implicaciones del embarazo no planeado en adolescentes e impacto del embarazo adolescente en el incremento de los índices de pobreza del país

En 2011 realizamos actividades que llegaron a 9 ciudades y 15 sedes, incluyendo los centros de distribución, a éstas asistieron trabajadores, sus familias y los adolescentes pertenecientes a las comunidades de nuestras áreas de influencia.

Cubrimiento del programa Prevención VIH/SIDA, enfermedades de transmisión sexual y embarazo adolescente

15 sedes a nivel nacional

2.916 trabajadores

345 adolescentes de la comunidad y familiares de trabajadores





ACTIVIDADES ESPECIALES 2011

En el baile de la vida tu mejor REGGAETÓN es el del NO al VIH/SIDA, ETS y al embarazo adolescente, baila seguro por tu salud y tu futuro.

A través de mensajes preventivos a ritmo de reggaetón llegamos a la comunidad de adolescentes del Colegio San José de Castilla, vecino a las instalaciones del Complejo Industrial de Techo. En esta actividad se entregó material escrito sobre prevención de VIH/SIDA, ETS y embarazo adolescente no planeado, presentamos un taller práctico sobre el uso adecuado del preservativo y la anticoncepción hormonal, con la presencia de 160 adolescentes.

El mejor cuento de nuestras vidas, no al VIH/SIDA

Buscando generar impactos sobre poblaciones de alta vulnerabilidad sicosocial y económica, llegamos a la Escuela de

Trabajo La Linda, Manizales, que alberga a adolescentes niños y niñas judicializados o en protección de derechos. Con la colaboración de la comunidad religiosa que dirige este correccional alcanzamos a llevar el mensaje a 185 adolescentes a través de cuenteros, conferencia/taller práctico, entrega de material escrito y suministro de condones y anticonceptivos orales e inyectables suministrados al área médica del establecimiento.

Día mundial de la prevención del VIH/SIDA

El primero de diciembre de 2011, se conmemoró esta fecha en simultánea nacional cubriendo 15 Sedes de la Empresa. En ellas a cada trabajador se le hizo entrega de material escrito sobre prevención del VIH/SIDA, conductas de riesgo, otras enfermedades de transmisión sexual y uso correcto del condón, también se hizo entrega de preservativos como parte de la campaña.





09

RESPECTO POR LOS DERECHOS HUMANOS



Amigos de los trabajadores

Colaboradores

Salarios

Derechos de los trabajadores

Medicina prepagada

Préstamos otorgados

Contratación y promoción de talento

Salud y seguridad

Prevención de enfermedades

Pensiones

Performance management

Planes individuales de desarrollo (PDI)

Formación

Orientación de carrera

Bienestar laboral

136



GRI





AMIGOS DE LOS TRABAJADORES



EL RESPETO POR LOS DERECHOS LABORALES: LA CLAVE DEL ÉXITO DE BAVARIA

Concebir ambientes de trabajo en los que prevalezcan los derechos humanos ha sido una de las prioridades de nuestra organización. Entendemos que la responsabilidad de una empresa va mucho más allá de las necesidades económicas propias y que es esencial fomentar el bienestar de los empleados.

Del buen trato de una compañía con sus empleados depende en gran medida su éxito. Es por eso que los esfuerzos de las organizaciones deben encaminarse hacia la consolidación de políticas internas que propendan por el progreso individual y el respeto a los derechos de los trabajadores. Bavaria, acudiendo a su responsabilidad frente a ellos, ha afianzado programas que

incentivan a sus proveedores y contratistas al cuidado de los derechos laborales y apuntan a impulsar el crecimiento y desarrollo social.

En Bavaria hemos construido procesos avanzados en el manejo de las relaciones de la Compañía con sus empleados directos; nuestra prioridad en ese sentido siempre se ha enfocado hacia la búsqueda del buen ambiente laboral en cada uno de los sectores de la Organización, al respeto y equidad individual y a la protección irreversible de los derechos de los trabajadores, quienes se han constituido en la base fundamental de lo que hoy somos como empresa.

Las dinámicas del mercado nos han conducido al fortalecimiento de convenios con otras corporaciones que han respaldado nuestras diversas tareas productivas y han configurado una comunidad de





proveedores compacta y con objetivos comunes, entre ellos, el respeto hacia los derechos y necesidades laborales. El reto al que hemos apostado ha sido asegurar mediante programas de acompañamiento y evaluación, que nuestros contratistas y proveedores no sólo conocen y aplican los derechos de todos sus empleados, sino que cumplen con sus obligaciones laborales. Todo esto en aras de tener vínculos más sólidos y sostenibles entre organizaciones.



Persiguiendo el objetivo de lograr que -más que una obligación-, los derechos laborales sean una convicción y un compromiso de nuestra empresa, contratistas y proveedores con sus empleados, hemos buscado la creación y fortalecimiento de iniciativas que pretenden la generación de empleos dignos y mejorar las buenas prácticas en lo referente al bienestar de los trabajadores, lo que conllevará por vía segura a la construcción de tejidos sociales consistentes dentro y fuera de la organización y al crecimiento individual de nuestros colaboradores.

Uno de estos proyectos ha estado orientado a los Urban contractors, quienes son los contratistas de empresas que se dedican a la distribución, encargados de las flotas que entregan nuestros productos a clientes en todo el territorio nacional y que forman parte de uno de los eslabones más críticos de nuestra operación. La iniciativa surgió en 2010 y su objetivo ha sido concreto: acompañar, asesorar y evaluar a los contratistas en sus procesos de buenas prácticas laborales (contratación laboral de



los empleados, seguridad social, pagos por jornadas dominicales, promoción de respeto y protección infantil, cuidado y garantía a las mujeres embarazadas y la no permisión del trabajo forzado).





El programa ha implicado un esfuerzo grande de Bavaria en la medida en que son 105 Urban contractors en todo el país a cargo de cerca de 2.000 triuplantes empleados (dependiendo el tamaño del sector que atienden tienen un número determinado de camiones de reparto con sus tripulaciones correspondientes: 3 ó 4 personas por camión), pero también ha requerido el compromiso y exigencia de los contratistas, pues si en los procesos de acompañamiento y evaluación son halladas situaciones graves que vulneran los derechos laborales de los trabajadores, son bloqueados y sus contratos con nuestra organización quedan cancelados. Por supuesto la meta que nos hemos trazado apunta a que mediante nuestra intervención logremos reducir el número de incumplimientos de los contratistas frente a sus empleados en todo el país y lograr así avances de alto alcance.

En 2011 evaluamos y analizamos indicadores cuantitativos en los que medimos el cumplimiento de los Urban contractors con sus obligaciones laborales, y que se

ponderaron en mayor o menor relevancia. En esa dirección, clasificamos las diferentes obligaciones de los contratistas en tres grupos básicos: las relacionadas con suscripción y finalización de contratos, los que tratan sobre pago de salarios y horas extra y los que hacen referencia a los temas de seguridad social y seguridad industrial de los trabajadores. Cada uno de los aspectos que se revisaron en estos tres grandes ámbitos fueron calificados con los valores 1, 2 ó 3 (donde 1, no cumple; 2, cumple parcialmente o 3, cumple).

El programa ha implicado un esfuerzo grande de Bavaria en la medida en que son 105 Urban contractors en todo el país a cargo de cerca de 2.000 triuplantes empleados





Historia

Según esos parámetros de evaluación concluimos que algunos de los indicadores que mayores resultados satisfactorios arrojaron en términos de cumplimiento de los contratistas fueron el de “Pago oportunamente de salarios”, “Está al día con el pago de los aportes a seguridad social”, “Paga intereses sobre cesantías” y “Paga de primas de servicio”. La meta es que durante el 2012 los promedios de calificación sean superiores en cada indicador a los dados hasta ahora.

Nuestro deber como organización ha sido fomentar el cumplimiento de los proveedores y contratistas en sus obligaciones laborales con los empleados, esto como base del entendimiento en las relaciones entre compañías. Ahora bien el interés y preocupación por las necesidades de los trabajadores no ha sido unilateral. Son ellos mismos (contratistas y proveedores) quienes a través de su compromiso con los derechos de sus colaboradores han forjado la aplicación de nuestros programas de derechos laborales dentro de sus prioridades organizacionales y colectivas.

Por medio del apoyo decidido de nuestra área de Distribución -con sus directores, gerentes, coordinadores y empleados-, las iniciativas propuestas desde el interior de Bavaria para consolidar el respeto y la protección hacia los trabajadores por parte de proveedores y contratistas, se han convertido en procesos de validación gradual y desarrollo progresivo desde las cuales se han gestionado oportunidades de mejora en las condiciones de trabajo decente. De esta manera, nuestra ambición es promover no sólo en el sector empresarial, sino en la sociedad colombiana en general conductas como la no discriminación laboral de los individuos por razones de raza, género, ideologías o religión.

Para cumplir con estos fines hemos realizado campañas de sensibilización sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones laborales y de los derechos de los trabajadores. En éstas han participado más de 100 Urban contractors y proveedores, y posteriormente logramos dar inicio a un proceso de visitas a operadores logísticos (Sedial) y empresas de servicios de temporales, de los cuales haremos valoraciones y estudios durante el 2012.





Historia



Con respecto a la evaluación y verificación de los procedimientos que llevan a cabo nuestros proveedores y contratistas en lo relacionado al cumplimiento de sus derechos laborales, nos hemos acogido a los principios de derechos humanos establecidos por SABMiller, cuyas posiciones en ese aspecto son exigentes y específicas y propenden por crear escenarios de trabajo enmarcados por la diversidad, la tolerancia y el respeto. Dentro de ese panorama, durante los procesos de acompañamiento hacemos visitas e interactuamos con nuestros contratistas y con el área de Desarrollo de Proveedores de la vicepresidencia de Cadena de Abastecimiento para supervisar

que se estén cumpliendo sus objetivos y obligaciones con los empleados.

Las inspecciones a los proveedores y contratistas para determinar el grado de cumplimiento de sus deberes laborales con empleados son rigurosas y en determinados casos pueden causar sanciones a quienes los desacaten. Si en medio del procedimiento de asesoría y verificación nuestros funcionarios encuentran que hay una falla que tiene oportunidades menores de solución, se retoma el proceso hasta que logre los ajustes necesarios. De lo contrario, si los riesgos laborales son altos o existen faltas graves, los contratos son rescindidos.

Consideramos que es vital para el crecimiento de Bavaria el que no sólo sus trabajadores directos, sino también sus colaboradores por contacto de terceros, -es decir los de nuestros proveedores y contratistas-, sean respetados y valorados desde la perspectiva de sus derechos. Una empresa como la nuestra debe procurar ser referente y ejemplo de conducta y accionar dentro del sector empresarial colombiano y con estas iniciativas apuntalamos nuestros compromisos y responsabilidades de frente a la sociedad colombiana. Los derechos humanos de quienes hacen grande a esta empresa son una prioridad inquebrantable y nos proyectamos para cumplirlos con firmeza cada año. ♥





Cuando decimos que nuestros trabajadores son nuestra ventaja más duradera, ponemos de manifiesto el compromiso que tenemos de fomentar el talento humano, entregando las mejores condiciones laborales posibles, acompañadas de oportunidades de crecimiento y un profundo respeto por la diversidad y los derechos que asisten a todos nuestros colaboradores.

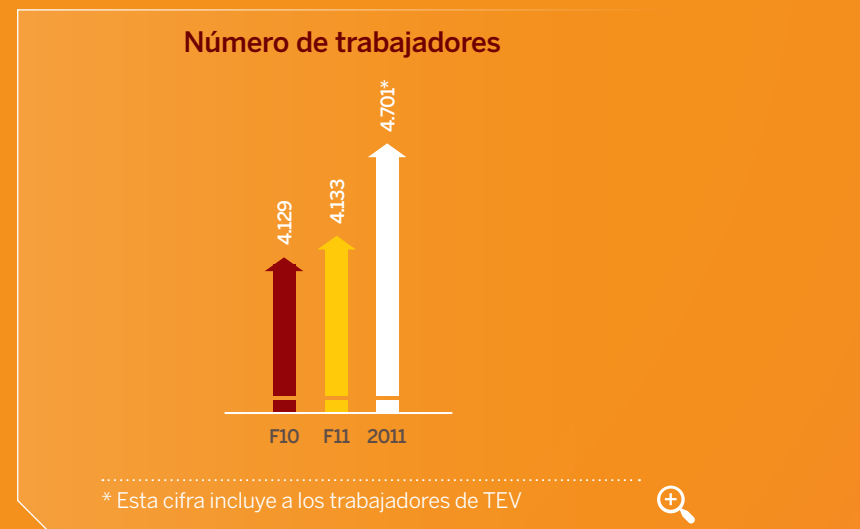
COLABORADORES

Todos nuestros procesos laborales son transparentes y se definen a partir de las competencias laborales de quienes participan de éstos, no tenemos en cuenta características o condiciones que pertenezcan al ámbito personal.

142

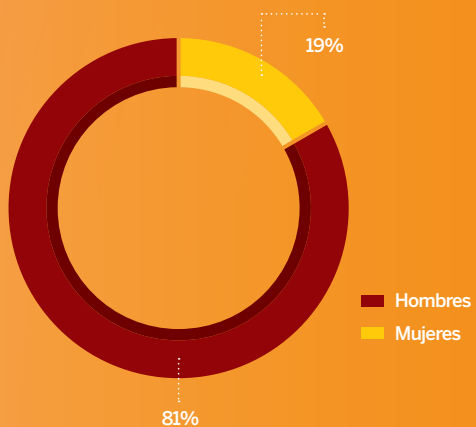


GRI



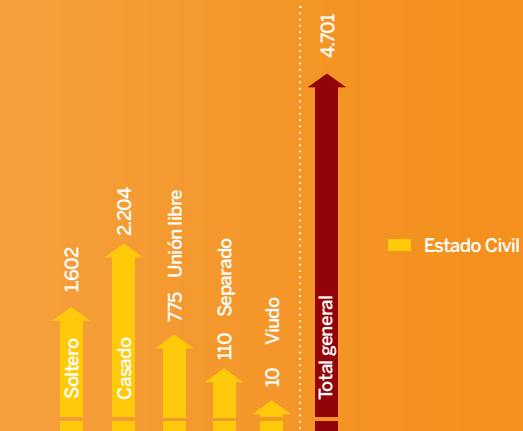


Colaboradores por género

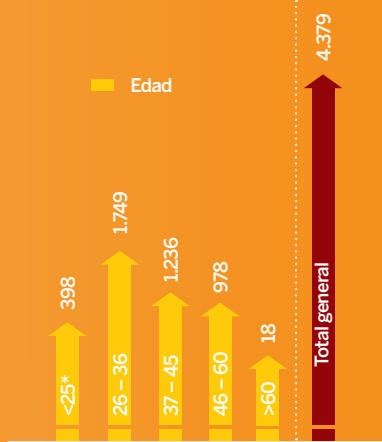


Esta cifra incluye a los trabajadores de TEV

Trabajadores por Estado Civil



Trabajadores por rango de edad

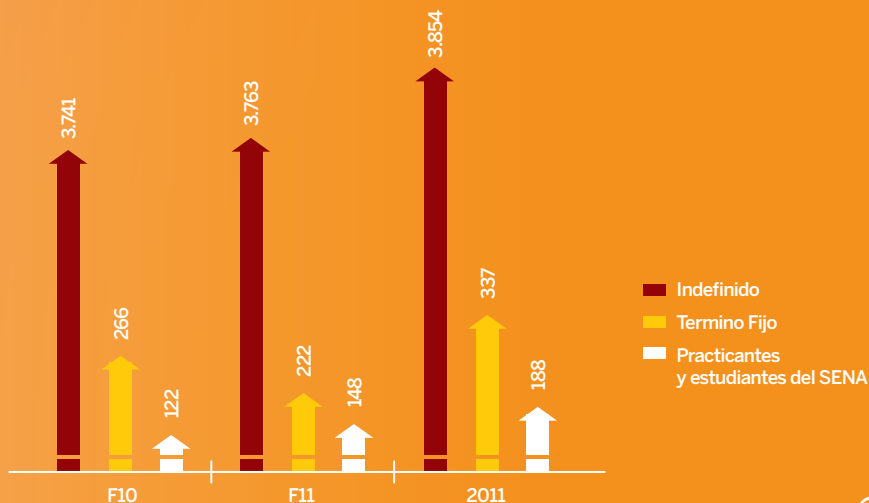


* Los trabajadores que tienen menos de 18 años tienen contratos de aprendizaje del SENA

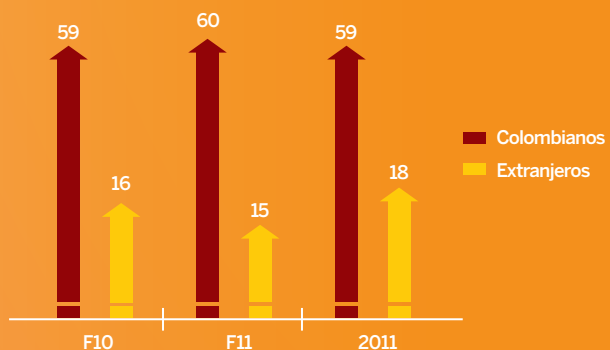




Trabajadores por tipo de contrato



Composición de la alta dirección



Trabajadores por sedes

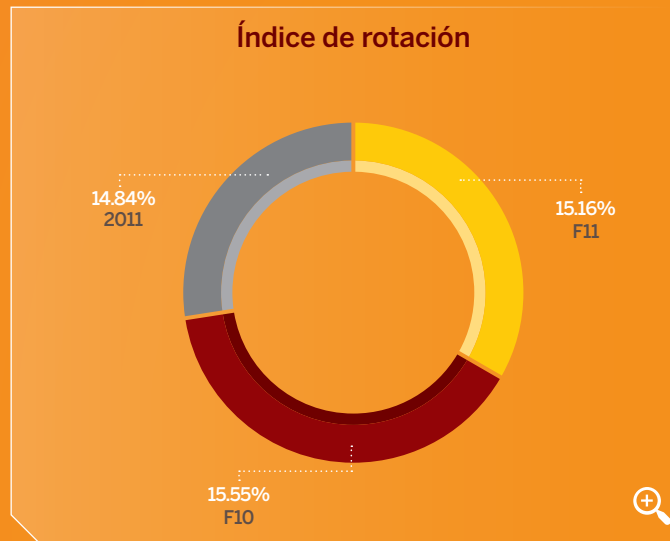
No. de trabajadores	F10	F11	2011
Águila Barranquilla	549	587	640
Bavaria Bucaramanga	377	346	381
Bavaria Bogotá	552	77	3
Bavaria Boyacá	152	208	272
Bavaria Dirección	/	1063	1029
Bavaria Tocancipá	580	550	640
Regional Valle	417	446	498
Maltería Tropical	69	67	76
Maltería Tibitó	75	76	76
Unión Medellín	561	550	599
Impresur	/	163	165
TEV	/	/	322

144



GRI





Índice de rotación

	Número de empleados que salieron		Rango de edad				
	Hombres	Mujeres	18 – 25	26 – 36	37 – 45	46 – 60	>60
Antioquia	54	14	8	42	11	6	1
Bogotá y Dirección	97	56	14	69	39	28	3
Central	201	8	44	117	38	9	1
Costa	45	12	11	28	10	6	2
Occidente	50	19	12	38	11	6	2
Oriente	46	7	21	23	4	5	0
Total	493	116	110	317	113	60	9

Salarios

La asignación de los salarios se hace de acuerdo al desempeño, el sistema a través del cual se regulan los montos salariales rige a todos nuestros colaboradores y permite una mayor transparencia y equidad en el proceso.

La escala salarial inicia con el grupo operativo 1 (oficios varios), el salario diario para este grupo fue de \$48.869 entre el 1º de enero y el 30 de junio de 2011, a partir del 1º de julio se aumentó a \$50.428 lo que representa un salario mensual de \$1'512.840. Si tenemos en cuenta que el salario mínimo legal vigente en Colombia estaba en \$535.600, el salario mínimo de Bavaria es casi tres veces más alto.

Estamos convencidos de que pagar salarios justos que permitan una mejor calidad de vida a todos nuestros trabajadores redundará en beneficio de sus familias, su entorno y por supuesto el crecimiento de la Compañía.





DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

Nuestros trabajadores tienen en Bavaria un aliado para sus derechos laborales, entendemos las negociaciones colectivas como una parte importante de la relación que sostenemos con nuestros colaboradores, es así que contamos con pactos colectivos, convención con sindicato y extensión de beneficios para las plantas en las que no se cuenta con ninguno de los anteriores.

En 2011 adelantamos el proceso de indagación sobre necesidades y expectativas de los trabajadores de Cervunión que hacen parte del sindicato, de cara a la negociación de la convención colectiva a realizarse en

Pacto Colectivo	» Cervecería de Barranquilla	» Cervecería del Valle
	» Cervecería de Tocancipá	» Cervecería de Boyacá
	» Cervecería de Bucaramanga	» Maltaría de Tibitó
Convención Colectiva con Sindicato	» Cervecería Unión	
Régimen legal	» Maltería Tropical	» TEV
	» Impresur	

2012. Para este proceso se facilitaron ayudas en especie a la asamblea del sindicato y se otorgaron los tiempos necesarios para que se pudiera adelantar con total normalidad.

El pacto contempla los siguientes beneficios:

- » Clubes sociales y deportivos
- » Préstamos para estudios universitarios
- » Servicio de transporte
- » Auxilio por natalidad
- » Seguro de vida
- » Servicio médico o medicina prepagada para familiares
- » Préstamos por calamidad doméstica y necesidad urgente
- » Restaurante (85% del valor es cubierto por la empresa)
- » Primas extralegales
- » Préstamos para vivienda
- » Auxilios educativos para hijos y cónyuges
- » Beneficios pensionales
- » Auxilio a las familias por muerte de trabajador
- » Auxilio al trabajador por muerte de familiares





Medicina prepagada

Dentro de los beneficios contemplados en el pacto colectivo prestamos servicios de salud integrales a los familiares que dependen económicamente de los trabajadores y los beneficiarios de los pensionados, en 2011 se beneficiaron 3.281 personas. Del total del costo que ascendió \$12.899.048.340, Bavaria asume el 85%, es decir \$10'964.191.089 y los trabajadores el 15% restante, que se descuenta por nómina sin que se exceda el 10% del salario de la persona.



Medicina prepagada

Costo total	Costo Asumido por Bavaria	Número de beneficiarios
\$12.899.048.340	\$10.964.191.089	3.281

Préstamos otorgados

Tipo de préstamo	F9	F10	F11	2011
Calamidad	154.100.207	255.483.053	90.213.143	134,228,656.67
Estudio	295.457.730	270.849.459	380.191.257	275,115,219.00
Vehículo	2.160.589.547	1.257.865.724	1.747.179.380	1,229,224,271.00
Vivienda	6.944.416.171	8.138.411.922	9.072.730.238	5,431,356,844.00
Personales	247.394.153	265.461.180	269.176.214	93,670,784.00
Total	9.801.957.811	10.188.071.340	11.559.490.232	7,163,597,785.67

En 2011 se beneficiaron 3.281 personas, donde Bavaria asumió el 85% y los trabajadores el 15% del costo total de la medicina prepagada





CONTRATACIÓN Y PROMOCIÓN DE TALENTO

Atraer y retener el talento es fundamental para que Bavaria se mantenga como una empresa líder en el país. Nuestras convocatorias laborales tienen como prioridad promover el talento interno, de ahí que la mayoría de procesos se cubran con el mismo personal de la empresa.

Nuestras convocatorias laborales tienen como prioridad promover el talento interno

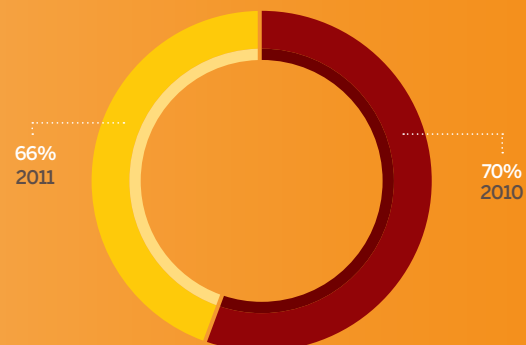
148



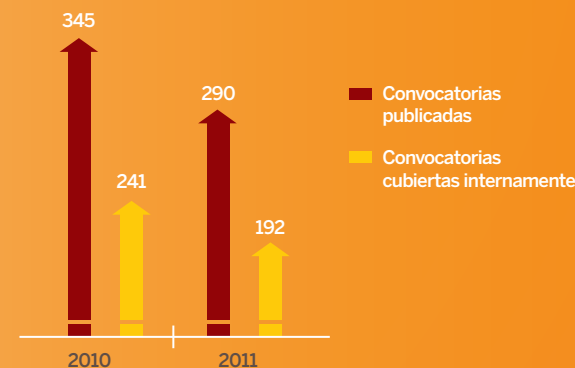
GRI



Porcentaje de convocatorias cubiertas internamente



Convocatorias laborales





SALUD Y SEGURIDAD

Nuestras operaciones tienen como ejes fundamentales la salud y la seguridad de nuestros colaboradores, entendemos que contar con unas condiciones de trabajo adecuadas no sólo beneficia al trabajador, también hace parte del éxito de Bavaria. Nuestros esfuerzos por reducir los riesgos existentes en las operaciones se evidencian a través de los programas de salud ocupacional y seguridad industrial que adelantamos, en estos damos a nuestros trabajadores las herramientas y conocimientos necesarios para evitar accidentes y enfermedades relacionados con su actividad laboral.

Todas nuestras plantas cuentan con la certificación OHSAS 18001, esto demuestra la seriedad de nuestro compromiso con los colaboradores, contribuyendo a su bienestar y productividad.

En los asuntos de seguridad hicimos especial énfasis en la cultura del autocuidado a través del programa Vivo Sano Trabajo Seguro, en el que se observaron comportamientos y se analizaron los riesgos de cada tarea con el fin



de permitir que los trabajadores identifiquen las conductas riesgosas que pueden generar accidentes prevenibles.

A pesar de los programas e iniciativas que adelantamos para prevenir accidentes, en diciembre de 2011 tuvimos un incidente fatal que involucró a un operario de la planta de Tocancipá. La respuesta de los brigadistas y el servicio de atención primaria fueron inmediatos, se tramitó el traslado a la clínica, pero dada la seriedad de las heridas no se pudo preservar la vida.



Tras el incidente, hemos apoyado a los familiares a través de acompañamiento psicológico continuo y la realización de los trámites necesarios para obtener la pensión que les corresponde. En cuanto a los trabajadores de Bavaria hemos dispuesto asesorías psicológicas para las personas que prestaron la atención primaria al trabajador involucrado, conferencias de manejo del duelo para todos los trabajadores de la planta y el cierre de operaciones el día del sepelio como parte del procesamiento del duelo.





Este tipo de incidentes representan un duro revés frente a nuestros esfuerzos diarios por cuidar de los colaboradores, por lo que se está adelantando una investigación que nos permita identificar las causas y tomar las acciones pertinentes para evitar que esto vuelva a ocurrir. Mientras se publican los resultados de la investigación, hemos reforzado la intensidad de los programas y mensajes de autocuidado.

Ausentismo

Tipo	F10		F11		2011 (a Diciembre de 2011)	
	Eventos	Días	Eventos	Días	Eventos	Días
Accidentalidad Industrial	171	1441	130	1087	129	7070*
	Incapacidades		Incapacidades		Incapacidades	
Enfermedad Común	2281	10995	2317	11638	2454**	13509**

* En incremento en el total de días se debe a un accidente fatal a un trabajador directo ocurrido en la Planta de Tocancipá, caso que suma 6000 días cargados para el cálculo del índice de severidad, **El incremento de casos por enfermedad común corresponde a casos de cáncer y trauma no laboral principalmente en Cervecerías de Barranquilla, Tocancipá y Valle. Por ser casos crónicos el aumento de días de cada incapacidad es mayor.

Enfermedad profesional



En 2011 se incluyeron dos casos que iniciaron proceso de calificación en 2010.



RESPECTO POR LOS DERECHOS HUMANOS



Indicadores accidentalidad Industrial	F08	F09	F10	F11	2011
Índice Frecuencia	4.85	4.38	3.59	3.07	3.66
Índice Severidad	38.75	44.70	30.23	25.68	212.18

Nota: En el mes de diciembre de 2011 se presentó un accidente fatal en la planta de Tocancipá, hecho ocurrido a un trabajador directo de la Compañía. Este caso carga 6000 días al índice de severidad calculado como la cantidad de días perdidos por cada 2000 horas trabajadas.

Integración de los COPASO

Dependencia	Representantes de los Trabajadores	Representantes de la Empresa	Total de miembros
Barranquilla	6	6	12
Bogotá	6	6	12
Boyacá	4	4	8
Bucaramanga	4	4	8
Calí, Cervecería del Valle	4	4	8
Tocancipá	4	4	8
Tibitó	4	4	8
Cervecería Unión	3	3	6
Impresur	4	4	8
Maltería Tropical	4	4	8
Total	43	43	86





Prevención de enfermedades

A través de la división médica promovemos entre nuestros trabajadores la importancia de la prevención de enfermedades que pueden afectar seriamente su calidad de vida. En 2011 dimos inicio al programa Vivir Mejor una apuesta por un estilo de vida saludable y el buen manejo de las situaciones tensionantes que enfrenta cada persona en el día a día.

El programa, con una gran aceptación en las plantas, incluye un taller de sensibilización de líderes, taller básico, refuerzo individual para casos necesarios y fase de mantenimiento con sesiones semanales o quincenales en los grupos de trabajo, para el refuerzo de los aspectos más relevantes para el control de la tensión. Este programa permite un manejo de las situaciones en el hogar y el lugar de trabajo, lo que permite que cada persona pueda mejorar integralmente su calidad de vida.

En 2011 dimos inicio al programa Vivir Mejor una apuesta por un estilo de vida saludable y el buen manejo de las situaciones tensionantes

Planta	Programa Vivir Mejor	Prevención Osteomuscular	Prevención Trauma deportivo	Prevención Diabetes**
Barranquilla	336	130	1015	0
Bogotá / Central*	622	628	264	373
Boyacá	351	138		43
Bucaramanga – Oriente	33	312	182	137
Cervecería del Valle	447	165		42
Tocancipá	119	146	95	38
Tibitó	75	68	41	30
Cervecería Unión (Medellín)	180	265	73	28
Impresur (Yumbo Valle)	189	126	0	26
Maltería Tropical	130	43	520	0
Total	2482	2021	2190	713
			Total actividades preventivas	7410

* Consolidado Total Bogotá: Incluye Planta Techo, HUB Calle 76, Calle 28, Calle 94, Calle 90.

** Éste es el único programa que incluye a las familias de los trabajadores.





PENSIONES

Nuestros pensionados hacen parte fundamental de los grupos de interés con los que nos relacionamos, por esto estamos en permanente búsqueda de alternativas que les faciliten el cobro de sus mesadas. Durante 2011 estos pagos se realizaron en cuatro oficinas estratégicamente ubicadas en Bogotá, adicionalmente se abrió la opción de consignar los montos pertinentes en cuentas personales de cada pensionado sin importar a qué entidad bancaria pertenecieran; el objetivo es que las consignaciones llegaran a las oficinas cercanas a los pensionados para evitarles grandes traslados.

En 2011 tuvimos 3.011 pensionados a quienes se les pagaron \$30.997.230.573 pesos. Adicionalmente quienes están 100% a cargo de Bavaria tuvieron el beneficio del servicio médico cuyo costo anual fue de \$5.145.374.633.



En 2011 tuvimos 3.011 pensionados a quienes se les pagaron \$30.997.230.573 pesos.





PERFORMANCE MANAGEMENT

Revisar el desempeño de nuestros colaboradores desde una perspectiva que nos ayuda a valorar qué se hizo y cómo se hizo, nos permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora existentes para alcanzar nuestras metas de forma efectiva y eficiente.

Es por esto que el área de Performance Management apoya el plan de negocios planteado por el comité ejecutivo a través de un soporte de orientación, desde allí se aportan elementos para la definición de metas, priorización y calidad por medio de un proceso de comunicación en cascada que involucra a todos los niveles de la Organización.

Desde las metas fijadas para cada área y cargo se realizan reuniones de seguimiento mensuales entre el jefe y el colaborador, en éstas se observan los objetivos y el cumplimiento de los mismos para analizar el qué. El cómo se evalúa por medio de una encuesta realizada con el jefe directo al final del periodo fiscal, la valoración de dos pares del evaluado y los reportes entregados.

Esta información da una visión global del rendimiento y la clasifica según una escala de 1 a 6 donde 1 es lo más bajo y 6 lo más alto. En caso de que haya una calificación de bajo desempeño se realiza un trabajo directo con el colaborador en el que se le dan herramientas para mejorar su desempeño y posteriormente validar las mejoras realizadas.

Periodo	Operarios	Auxiliares	Profesionales	Gerentes	Directores	TOTAL	no realizadas*
Enero a Septiembre de 2011**	1417	550	1437	262	67	3733	79
F11	1260	553	1386	247	64	3510	243
F10	1226	582	1329	245	65	3447	171

*Estas evaluaciones no se realizaron debido a que las personas a evaluar estaban incapacitadas, en licencia o ausentes por otros motivos en el momento de la evaluación.

** Esta información corresponde al primer semestre del año fiscal (abril- septiembre), estas evaluaciones se complementan con las que se realizan al cierre marzo de 2012.

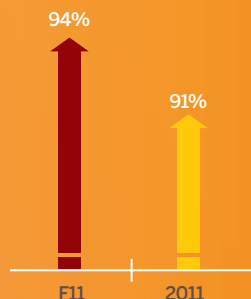




PLANES INDIVIDUALES DE DESARROLLO (PDI)

En Bavaria las personas que pertenecen al nivel ejecutivo (vicepresidentes, directores, gerentes) cuentan con los PDI para alcanzar nuevas metas laborales e impulsar su crecimiento profesional. En 2011 se implementó el acompañamiento por parte de un grupo de apoyo de Recursos Humanos que facilitó como coaching la elaboración de los PDI, IDP's para esta población, se realizó la actualización para quienes ya conocían la metodología y se adelantó el entrenamiento para la población que iniciaba su proceso.

Ejecutivos y gerentes que elaboraron su PDI



FORMACIÓN

La importancia de contratar y retener el talento es fundamental para el crecimiento permanente de Bavaria, por esto dedicamos importantes esfuerzos a la capacitación de nuestros colaboradores. En 2011 realizamos una inversión en formación de más de nueve mil millones de pesos y más de 34 horas/ trabajador.



Inversión en Capacitación

Mes	Presupuesto	Ejecución
Enero	444.109.400	181.996.578
Febrero	686.227.995	435.572.200
Marzo	821.004.200	1.108.681.479
Abril	1.072.254.400	984.722.355
Mayo	1.725.695.200	1.617.309.441
Junio	1.587.595.400	1.252.684.759
Julio	479.287.100	347.366.244
Agosto	754.958.000	844.873.614
Septiembre	496.743.800	711.612.775
Octubre	1.419.157.600	1.043.033.533
Noviembre	568.812.400	671.870.694
Diciembre	199.528.700	322.673.112
Total	10.255.374.195	9.522.396.785





Horas/trabajador invertidas en formación

Horas Hombre	training hh/head
Enero	2,0
Febrero	3,0
Marzo	3,1
Abril	3,3
Mayo	4,3
Junio	3,9
Julio	2,9
Agosto	2,4
Septiembre	3,2
Octubre	2,4
Noviembre	2,3
Diciembre	1,7
Total	34,4

- » Estado de derecho, democracia y derechos humanos.
- » Las Empresas y la globalización de los derechos humanos
- » Derecho internacional humanitario
- » Protección de los derechos humanos y las libertades fundamentales contra el terrorismo
- » Violación de los derechos humanos por acción, por omisión y por exclusión.

En 2001 se capacitaron 130 personas, tanto de personal interno como de outsourcing

Disponemos de capacitaciones en derechos humanos para nuestro personal de seguridad para que tengan elementos de juicio que les permiten tomar decisiones informadas en sus labores diarias. En 2001 se capacitaron 130 personas, tanto de personal interno como de outsourcing, los temas tratados en estas sesiones fueron:





Orientación de carrera

Con el soporte de las gerencias de RH de todas las sedes, se ha establecido un plan de trabajo, que permitirá a los Jefes definir planes de carrera acordes a las necesidades de la organización y al potencial de nuestros trabajadores.

Con este programa que ya se inició en la VP técnica, se espera fomentar la retención del talento, factor indispensable para alcanzar nuestras metas corporativas. Adicionalmente este programa nos permite alcanzar la certeza de contar con las personas correctas en los cargos correctos.



PASOS DEL PROCESO

Preparación



Realización



Ejecución y seguimiento

Paso 1 Definir cargos críticos

Paso 2 Identificar posibles sucesores (nombres), de acuerdo con los criterios de potencial

Paso 3 Definir plan de cobertura (Consolidar nombres para cada cargo)

Paso 4 Elaborar IDP`s

Paso 5 Incluir en las metas





BIENESTAR LABORAL

En Bavaria contamos con un ambiente laboral sano, en el que cada colaborador se sienta valorado integralmente, por eso apalancamos el bienestar de nuestros trabajadores en el acercamiento y la participación. Buscamos generar unas excelentes relaciones entre los trabajadores y sus jefes, reforzar positivamente el buen desempeño e involucrar a las familias en actividades lúdico/deportivas.



Nuestros rituales corporativos

» Premios Excelencia

Este año los premios se enmarcaron en el desarrollo de la cultura, es decir, en el fortalecimiento de la cultura organizacional bajo el concepto de colaboración para hacernos más competitivos en el mercado.

En 2011 premiamos a 202 trabajadores a nivel nacional.

» Los Mejores Estudiantes

En 2012 se cumplen 10 años del programa que reconoce la excelencia académica de los hijos de nuestros trabajadores que en su novena edición premió a 156 niños – hijos de trabajadores, en primaria, secundaria y universidad.

» Fiesta de fin de año

Este espacio de integración está planteado dentro del esquema de reconocimiento a los trabajadores y sus familias quienes son nuestros invitados, en 2011 se invitó a los

terceros permanentes de ventas y aseo quienes asistieron con sus familias.

Entre el 26 de noviembre y el 11 de diciembre se realizaron las celebraciones de todas las sedes, a las que asistieron 14.672 personas.

» Sedes vacacionales

Contamos sedes de recreo en Cali, Bucaramanga, Tibasosa y Santa Marta, dando a nuestros empleados la posibilidad de contar con espacios para sus vacaciones a costos muy bajos. En cada una de estas sedes existen espacios deportivos en donde realizamos cursos de destrezas manuales y escuelas de formación deportiva.

» Actividades familiares

Con el objetivo de crear un vínculo entre las familias de los trabajadores y su trabajo en Bavaria, celebramos el día de la familia, el día del niño, tenemos vacaciones recreativas, caminatas y otras actividades.





10

TRANSPARENCIA Y ÉTICA



Amigos de la Ética

Bavaria y su legado de ética empresarial

El Foro de Ética Empresarial
se vuelve asunto nacional

Gestión Ética

Política anti soborno
Capacitación
Capacitaciones
Línea ética
Conflictos de intereses
Control interno

Grupos de interés

Servicio al cliente

Dialogos

Consumo responsable de alcohol

Económico

Ambiental

Social

Materialidad

Ponderación de asuntos



AMIGOS DE LA ETICA

BAVARIA Y SU LEGADO DE ÉTICA EMPRESARIAL

La ética para Bavaria es una convicción profunda que soporta cada una de sus conductas empresariales. El deseo de gestar comportamientos que orienten a Bavaria hacia la responsabilidad, coherencia e integridad, nos ha alentado al fortalecimiento y promoción de estos valores dentro de la vida corporativa y social. Hemos ambicionado de forma irrevocable hacer de la ética y la transparencia necesidades fundamentales de cara a la construcción de Colombia.

A través de la consigna, "Nuestra reputación es indivisible", Bavaria ha propendido por reafirmar la ética como valor transversal e inherente a las acciones, que dirige la Compañía y ha buscado fortalecer una cultura de transparencia en el seno de la organización y fuera de ella. En 2006 formalizamos y

Bavaria quiere hacer extensivo su compromiso de transparencia a los sectores corporativos del país y a todos los colombianos mediante el Foro de Ética Empresarial.

consolidamos una Política Ética que se encaminó justamente a la generación de líneas de comportamiento para empleados y proveedores y forjamos un programa Integral de Ética que las ha reforzado.

Es así como cada uno de nuestros quehaceres como organización ha estado apoyado en parámetros de buenas conductas empresariales, que hemos querido difundir y masificar.





Dentro de ese contexto y focalizados en la necesidad de hacer visible la transparencia en nuestras formas de actuar, hemos construido canales y espacios que permitan a nuestros grupos de interés (empleados, proveedores, clientes y público en general) poder conocer a qué objetivos le apunta nuestra organización y de qué forma lo hace: acceso a información sobre nuestro desempeño, evaluación de avances, oportunidades de mejora y comunicación de inquietudes.

Motivados por el objetivo de generar confianza hacia Bavaria hemos procurado hacer de la cultura ética no una meta, sino un proceso continuo de la empresa, que pueda

trascender y transmitir un mensaje concreto y certero hacia los sectores empresariales y sociales del país. Durante más de un siglo Bavaria ha buscado ser paradigma de responsabilidad empresarial en Colombia y ahora quiere trasladar su capital ético; a eso le apunta. Es por esto que creamos hace ya cinco años el Foro de Ética Empresarial, un evento anual cuyo fin ha sido precisamente poner en discusión y reflexión la importancia de la ética, la responsabilidad y las buenas conductas dentro del entorno organizacional.

En septiembre de 2007 nuestra organización lideró la Primera Cumbre para la Alianza por la Ética Corporativa realizada en Bogotá con la

presencia de representantes de 47 empresas de todo el país. En este evento que desde el comienzo resultó exitoso y atractivo para el sector corporativo colombiano, se abordaron temáticas del ámbito de la transparencia empresarial en ponencias como “Ética en los negocios: un viaje por el mundo” dirigida por Sue Clark, directora de Asuntos Corporativos de SABMiller plc, (con sede en Londres) y “Ética en los negocios: Fundamentos para la gestión empresarial en un mundo globalizado”, realizada por el director ejecutivo del Centro de Negocios de Ética del Bentley College (Waltham Estados Unidos), Michael Hoffman.





Luego de dialogar y discutir sobre asuntos relacionados con la importancia de la configuración de conductas éticas en el mundo empresarial contemporáneo y de explorar cómo en la actualidad los intereses corporativos han trascendido los planes económicos, los representantes de las compañías participantes del foro firmaron la Alianza por la Ética Corporativa, compromiso que los exhorta a promover el desarrollo de prácticas éticas en cada uno de sus negocios.

Los gratos resultados de la primera edición del Foro Empresarial y el anhelo de Bavaria por transmitir su legado de ética y transparencia al sector, forjaron la realización de la segunda cumbre, que se llevó a cabo en agosto de 2008. En ese año el objetivo fue seguir abriendo un espacio en las agendas de las empresas participantes para lograr la consolidación de sus políticas de ética y asimismo orientarlas a través de diálogos hacia el fortalecimiento de sus valores.

En ese año el objetivo fue seguir abriendo un espacio en las agendas de las empresas participantes para lograr la consolidación de sus políticas de ética

Con la presencia de Margareth Flórez de la Corporación Transparencia por Colombia -quien presidió la ponencia "Corrupción y Ética Corporativa"- y Ángela Rivas de la Fundación Ideas para la Paz -que coordinó la charla sobre "Trabajar en zonas de difícil gobernabilidad, Derechos Humanos y sindicalismo"- la Segunda Reunión de Ética Empresarial hizo énfasis en los posibles obstáculos que enfrentan las empresas para cumplir con sus compromisos éticos en coyunturas adversas o de hostilidad, y en las formas de encararlos.



Durante el Tercer Foro de Ética Empresarial, adelantado en octubre de 2009 en Bogotá, 27 representantes de las compañías asistentes firmaron el **“Compromiso para la puesta en marcha de los principios éticos del empresariado colombiano”**, otra de las iniciativas que busca fomentar la ejecución de prácticas éticas dentro de las organizaciones participantes. En ese mismo marco, las empresas que ya contaban con programas de ética garantizaron que los mantendrán en altos niveles de calidad.

La agenda académica en esa edición del Foro Empresarial fue diversa y enriquecedora. Eduardo Schmidt Masterson

SJ (Perú), doctor en Sagrada Teología de la Facultad de Teología Pontificia y Civil de Lima y magíster en Relaciones Sociales e Industriales en Loyola University de Chicago, lideró la ponencia sobre **“Formación ética participativa, un camino para institucionalizar la ética”**, mientras que Hugo Alberto Niño Caro doctor en Ciencias Matemáticas de la Universidad de Roma y director académico del Instituto Latinoamericano de Liderazgo-ILL, dirigió la charla de **“Medición de Valores Éticos”**. Y la exposición concerniente a **“La ética empresarial, factor clave en el desarrollo”** fue presentada por Hans Picker (Estados Unidos), doctor en Planeación,

Administración y Política Social de la Universidad de Harvard y socio fundador, presidente y consultor senior del Corporate Education Center International.

La agenda académica en esa edición del Foro Empresarial fue diversa y enriquecedora. Eduardo Schmidt Masterson SJ (Perú)

El Foro de Ética Empresarial se vuelve un asunto nacional

Uno de los grandes logros de estos foros de Ética Empresarial es que además de que se consigue que los empresarios se comprometan a adherirse a los acuerdos de conductas y prácticas éticas, hay permanente retroalimentación de diferentes sectores corporativos frente a los temas de responsabilidad y transparencia organizacional.

Pero además hemos logrado en el Cuarto Foro de Ética Empresarial –con el apoyo de las cámaras de comercio locales- expandir el alcance de este evento hasta llevarlo a 12 ciudades más del país: Ibagué, Bucaramanga, Pereira, Medellín, Villavicencio, Barranquilla, Duitama, Cartagena, Cúcuta, Pasto, Neiva y Cali, lo cual da una dimensión de las pretensiones de esta iniciativa.

El objetivo es descentralizar estos eventos académicos y cooperar con empresarios de todo el país para fortalecer las políticas de ética. **“La importancia estratégica de los valores”**, fue el tema que convocó entre julio y septiembre de 2010, a los representantes

de varias organizaciones de las ciudades nombradas.

Hugo Alberto Niño Caro –quien había sido ponente en 2009- se desempeñó como director académico de la cuarta edición del Foro y presentó su ponencia sobre **“Contextos y fundamentos de la ética en la empresa”**. Junto a él, otros estudiosos de la Ética Empresarial compartieron algunos temas de su experticia: Jorge Yarce, doctor en Filosofía y Letras de la Universidad de Navarra y presidente del Instituto Latinoamericano de Liderazgo-ILL, y Carlos Bernal Quintero, especialista en Gerencia para el Desarrollo Sostenible de la Fundación ZERI y la Universidad de las Naciones Unidas quien es director general del Instituto Latinoamericano de Liderazgo-ILL, hablaron de **“La ética del empresario y su proyección social”**.

Mientras que la argentina Patricia Debeljuh, doctora en Filosofía de la Universidad de Navarra y directora académica de la Asociación Latinoamericana de Ética,



Negocios y Economía se refirió al **“Direccionamiento estratégico de los valores en la empresa”**.

Otro de los resultados satisfactorios del Foro realizado en 2010 en distintas ciudades colombianas estuvo relacionado con la adhesión de 708 empresarios al “Compromiso para la puesta en marcha de los principios éticos del empresariado colombiano”. Además en ese año el evento contó con la asistencia de 1.249 asistentes, pertenecientes a 1.206 empresas de diversos sectores económicos del país.



Entre tanto, en el último Foro de Ética Empresarial realizado hasta hoy, la iniciativa continuó con su curso de consolidación. En esta ocasión Jorge Yarce fue el director académico y contó con el apoyo de Hugo Alberto Niño Caro y Carlos Bernal Quintero.

El Quinto Foro de Ética Empresarial sirvió como escenario para fortalecer la alianza con el Instituto Latinoamericano de Liderazgo-ILL y contó con la participación de ponentes internacionales como el español Joan Fontrodona, (doctor en

Filosofía y magíster en Dirección de Empresas de la Universidad de Navarra), el mexicano Franchi Raúl Martínez Moreira (doctor en Ética de la Empresa y magíster en Ciencias Humanísticas y Ética del Instituto Tecnológico de Monterrey) y Alberto M. Ballvé (magíster en Economía y Administración por el IESE de la Universidad de Navarra y director del Ballvé Group de Argentina).

El evento se realizó en ocho ciudades colombianas (Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Medellín, Montería y Santa Marta) y gracias al apoyo de las cámaras de comercio locales tuvo un balance de 1.408 asistentes, de los cuales 909 firmaron la Carta Ética; iniciativa respaldada por el Instituto Latinoamericano de Liderazgo-ILL, que tiene como finalidad promover prácticas que permitan asegurar la productividad y el desarrollo de capital ético.

Los temas de esta edición del foro llevada a cabo en septiembre de 2011 fueron: **“La Ética en la comunidad y en el sistema social”**,

“La empresa como comunidad ética” y “El compromiso ético del directivo empresarial”.

Esta quinta edición del Foro de Ética Empresarial representó una oportunidad única, en la que Bavaria estrechó lazos con los empresarios de diversos sectores económicos del país, los cuales fomentarán la construcción de relaciones de negocio basadas en la confianza y la transparencia.

Nuestro interés de incentivar a los sectores productivos a actuar con la ética como base de todos los quehaceres empresariales se fundamenta en que consideramos que una sociedad cuyas problemáticas son tan complejas, debe pensar en rehacer sus formas de cohesión y convivencia en todos sus sectores.

Para nosotros el eje de toda conducta individual o colectiva debe ser la ética. En ese sentido creemos que sembrando en las comunidades empresariales y sociales colombianas, la necesidad de comportarse en torno a unos códigos de transparencia concretos, podremos orientar al país por el camino de la responsabilidad.



En Bavaria consideramos que la ética es el principio que debe liderar todas nuestras operaciones y relaciones con nuestros grupos de interés, para ellos disponemos de una serie de canales que les permiten estar al tanto del desarrollo del negocio, de sus oportunidades de participación y abren la puerta para recibir las sugerencias o quejas que puedan tener, la **ética es la marca de nuestras marcas**.

GESTIÓN ÉTICA

En todas las áreas y procesos de Bavaria, la ética y la transparencia son los pilares que fundamentan nuestra conducta individual y corporativa, tanto a nivel interno como en la forma en que nos relacionamos con nuestros proveedores, clientes y consumidores.



En Bavaria consideramos que la ética es el principio que debe liderar todas nuestras operaciones y relaciones con nuestros grupos de interés



Política anti soborno

El 2 de noviembre de 2011, nuestra Junta Directiva aprobó la adopción de la Política Antisoborno de SABMiller, la cual junto al Código de Conducta y Ética Empresarial, tiene como finalidad dar cumplimiento a la Ley Antisoborno promulgada por el Parlamento del Reino Unido de Gran Bretaña, conocida como Bribery Act 2010, la ley está vigente desde el 1º de julio de 2011.

Por lo anterior, esta nueva directriz contiene las pautas a seguir para mitigar cualquier conducta relacionada con un acto de soborno o corrupción. Su contenido es el siguiente:

- » Disposiciones generales.
- » Apéndice I. Guía sobre Regalos, Entretenimiento y Hospitalidad.
- » Apéndice II. Guía sobre Donaciones Políticas y de Caridad.
- » Apéndice III. Guía sobre Contratación de Agentes e Intermediarios.
- » Apéndice IV. Guía sobre Interacción con Funcionarios Políticos.
- » Apéndice complementario. Guía sobre las normas antisoborno vigentes en Colombia.

En todos los talleres de ética realizados durante el último trimestre del año con nuestros colaboradores, incluimos la presentación de la nueva Política Anti soborno de SABMiller.

Dicha Política y sus Apéndices fueron entregados en documentos impresos a todos los colaboradores de la Compañía, a través de separatas semanales incluidas en El Diario; adicionalmente están disponibles en la Intranet, la página WEB corporativa y el Portal de Proveedores. También hemos informado sobre este tema a nuestros principales grupos de interés a través de la revista Haciendo Amigos, y a los clientes y tenderos mediante la revista Don Próspero.



Capacitación

Estamos convencidos de que la ética debe ser un asunto fundamental para Bavaria y por eso tenemos la convicción de hacer que su importancia se extienda a toda la sociedad. Hemos propiciado espacios de debate y retroalimentación en torno a los temas relacionados con la ética corporativa, tales como el Programa Rumbo Empresas Íntegras y Transparentes, destinado a proveedores, y el Foro de Ética, evento que cuenta con la participación de entidades estatales, ONG's, comunidades universitarias y de integrantes de los sectores productivos y empresariales.



En todos los talleres de ética realizados durante el último trimestre del año con nuestros colaboradores, incluimos la presentación de la nueva Política Anti soborno de SABMiller.





Capacitaciones

Grupo	Iniciativas
Personal de nómina	<p>Con nuestros colaboradores desarrollamos talleres prácticos, en los cuales explicamos los aspectos fundamentales de las Políticas de Conducta Empresarial. Para el personal operativo, esta capacitación incluye la proyección de videos educativos sobre sus riesgos éticos. Así mismo a todas las personas que ingresan a la Bavaria les presentamos un taller de ética en el proceso de inducción.</p> <p>Por otro lado, la Alta Dirección (Presidente, Vicepresidentes y Directores) ha participado en cinco talleres internos liderados por la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, en los que se realiza una ponencia sobre ética corporativa y se analizan los casos más representativos tratados por el Comité de Ética durante el respectivo año. La versión más reciente la llevamos a cabo durante el mes de septiembre de 2011.</p> <p>En octubre realizamos una simultánea nacional, en la que desarrollamos unos talleres de ética a los conductores, tripulantes y personal administrativo de Transportes TEV S. A., la cual permitió dar a conocer los principales aspectos que deben tener en cuenta a nivel ético, al momento de cumplir sus funciones</p>
Personal outsourcing inhouse	<p>Los trabajadores que hacen parte de este grupo han sido invitados a los talleres de ética que se han realizado en su respectiva ciudad.</p>





Capacitaciones

Grupo	Iniciativas
Proveedores	<p>Durante 2011, 60 proveedores de Bogotá, Barranquilla y Medellín participaron en la tercera versión del Programa 'Rumbo Empresas Íntegras y Transparentes', liderado por la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, con el apoyo de la Vicepresidencia de Cadena de Abastecimiento y en alianza con la Corporación Transparencia por Colombia.</p> <p>El principal propósito de esta iniciativa es contribuir a un cambio de cultura organizacional en los proveedores, a través del apoyo en la implementación de un programa de ética y anticorrupción empresarial, ajustado a sus necesidades, que les permita fomentar el desarrollo de capital ético; incrementar la productividad y competitividad, y contribuir en la construcción de sectores de negocios más transparentes y abiertos a la sana y justa competencia</p>
Hogares de nuestros colaboradores	<p>Anualmente elaboramos un calendario de ética para los hogares de nuestros colaboradores, en 2011 tratamos el tema de las 'Prácticas Éticas y Transparentes' a través de ilustraciones en donde se reflejan las conductas que nuestros trabajadores, proveedores, clientes y personal contratista deben propiciar en su lugar de trabajo.</p> <p>Este calendario también se entrega en las oficinas de la Compañía a nivel nacional.</p>

170



GRI





Capacitaciones

Grupo	Iniciativas
<p>Sector empresarial, Universidades, ONG y Gobierno.</p>	<p>Durante el mes de septiembre de 2011, la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos llevó a cabo el Quinto Foro de Ética Empresarial en ocho ciudades del país (Santa Marta, Barranquilla, Medellín, Montería, Bucaramanga, Armenia, Cali y Bogotá).</p> <p>El evento denominado 'Ética empresarial en acción', tuvo como finalidad propiciar un espacio para el análisis y el debate en torno a los siguientes temas: La ética en la comunidad y en el sistema social, La empresa como comunidad ética y El compromiso ético del directivo empresarial.</p> <p>En total, el recorrido del Quinto Foro de Ética Empresarial generó, con el apoyo de las cámaras de comercio locales, un balance de 1.408 asistentes, de los cuales 909 firmaron la Carta Ética, una iniciativa que tiene como objetivo promover prácticas que permitan asegurar la productividad y el desarrollo de capital ético.</p> <p>Adicionalmente, dentro del Programa Integral de Ética de Bavaria S.A., apoyamos diversos eventos empresariales y académicos con conferencias sobre ética, tales como:</p> <p>La Ética en el Ejercicio Profesional de la Contaduría Pública. Día del Contador, celebrado por la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales. Programa de Contaduría Pública de Las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS). Institución de Educación Superior de Bucaramanga. Bucaramanga. 1 de marzo de 2011.</p> <p>La Ética en los Negocios Inmobiliarios. XXV Día del Inmobiliario Colombiano. Bucaramanga. 23 de septiembre de 2011.</p>





Capacitaciones

Grupo	Iniciativas
<p>Sector empresarial, Universidades, ONG y Gobierno.</p>	<p>Ética y Liderazgo en la Universidad de Santander. Semana del Humanismo y Tecnología. Bucaramanga. 23 de septiembre de 2011.</p> <p>Construcción de una Cultura Ética Empresarial. Congreso de Pacto Global y Responsabilidad Social. Bogotá, D.C. 18 de octubre de 2011.</p> <p>Ética y Responsabilidad Social Empresarial. Día del Administrador Ascolfa (Asociación Colombiana de Facultades de Administración). Bucaramanga. 4 de noviembre de 2011.</p> <p>Ética Empresarial en Acción. Universidad Francisco de Paula Santander – Ocaña. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Ocaña. 15 de noviembre de 2011.</p> <p>Ética Empresarial en Acción. Fundación Universitaria de San Gil. San Gil. 17 de noviembre de 2011.</p> <p>La Ética en la Función Pública. Dirección Seccional de Impuestos y Aduanas de Montería. Montería, 5 de diciembre de 2011.</p>
<p>Conductores, tripulantes y personal de los operadores logísticos presentes en Centros de Distribución.</p>	<p>Durante 2011 adelantamos talleres sobre la ética aplicada a la Operación de Distribución, para ellos trabajamos con videos basados en valores como el carácter, la responsabilidad, integridad, honestidad, solidaridad y la cooperación. Esta actividad se realizó en 29 Centros de Distribución de la Organización, en los cuales llevamos a cabo 123 sesiones, con la asistencia de 4.034 personas.</p>





Personal capacitado durante año 2011

Taller	Personal capacitado
Primer Taller de Ética Para Tripulantes, Conductores y Personal De apoyo de los Operadores Logísticos de Distribución	4034
Primer Taller de Ética para Operarios	151
Primer Taller de Ética para persona administrativos	265
Taller de Ética para Inducción	624
Taller de Ética para Transportes TEV S. A.	188
Total	5254

173



GRI



Línea ética

Uno de los canales de los que disponen nuestros grupos de interés es la Línea Ética, por medio de ésta recibimos los reportes de comportamientos antiéticos y las consultas sobre temas relacionados con el Código de Ética de Bavaria.

Los números disponibles para acceder a este servicio son: 01 8000 51 99 66 ó el (1) 611 18 52. También pueden escribir a comite.etica@bav.sabmiller.com

Desde su creación, el 22 de agosto de 2006, hasta el 31 de diciembre de 2011, se han recibido 924 reportes, los cuales han sido investigados y, en los casos que se ha requerido, se han tomado las medidas correctivas y/o las sanciones pertinentes.



Reportes a la Línea Ética

Temas reportados	Número de reportes
Maltrato/acoso laboral	59
Asuntos Administrativos	12
Manejo irregular de activos	15
No pago de horas extras	2
Conflictos de intereses	5
Irregularidades en la contratación	21
Consumo irresponsable de alcohol	1
Acoso sexual	4
Otros	47
Total	166

Conclusión de las investigaciones

Decisión	Número de reportes
Finalizado con alguna medida o acción	65
Finalizado sin ninguna medida o acción	74
Bajo investigación	15
Asunto Administrativo	12
Total	166



174



GRI





Conflictos de intereses

Otra de las medidas que buscan asegurar la transparencia en las relaciones de negocio, internas y externas, es la declaración de los conflictos de intereses, la cual debe ser realizada por parte de nuestros colaboradores al Comité de Ética.

Los conflictos de intereses deben declararse por escrito en forma oportuna, completa y veraz, antes de iniciar un proceso de licitación, contratación, supervisión o pago, o inmediatamente se identifiquen, con el fin de que el Comité de Ética pueda velar por reducir el impacto de los mismos.

Consolidado de conflictos de intereses 2011

1.011 Empleados con conflictos de intereses

3.247 Empleados sin conflictos de intereses

4.258 Empleados que presentaron su declaración

Nivel de impacto de los conflictos de intereses

2 Alto impacto

198 Medio impacto

1.153 Bajo impacto

1.353 Total conflictos de intereses



Control interno

El control interno es una necesidad, una obligación y un compromiso de la administración de Bavaria. La División de Auditoría y Control Financiero es uno de los agentes que contribuye a mantener un saludable ambiente de control interno, su objetivo principal es agregar valor haciendo recomendaciones de calidad mediante un enfoque sistemático y disciplinado para mejorar la eficacia de los procesos, la gestión de riesgos, control y gobierno.

Durante el año se ejecutó un plan de auditoría basado en riesgos, el cual es realizado de acuerdo a los lineamientos de la metodología "GIA - Global Internal Audit Methodology", diseñada por SABMiller con base en las Normas Internacionales de auditoría generalmente aceptadas. Dicha metodología fue actualizada durante 2011, algunos de los cambios más relevantes fueron la ampliación del esquema de evaluación de reportes de auditoría en donde se pasó de tres opciones de calificación a cinco; la periodicidad y alcance de los procedimientos de seguimiento a las acciones de mejora

El control interno es una necesidad, una obligación y un compromiso de la administración de Bavaria.

acordadas con la gerencia y el ciclo de vida de los reportes de auditoría.

En 2011 se realizaron diez auditorías con la metodología anterior y 30 a partir de la nueva metodología, por cada una de éstas se emitió un informe que incluyó la identificación de oportunidades de mejora del sistema de control interno, en su mayoría evaluadas como de mediano o bajo impacto.

Aunque la Compañía no se encuentra listada en la Bolsa de valores de Nueva York, actualmente se tiene implementada la normatividad exigida para las empresas que sí lo están, denominada Sarbanes Oxley "Act 404", lo que favorece un saludable ambiente de control financiero y aporta transparencia y confiabilidad a los estados financieros.





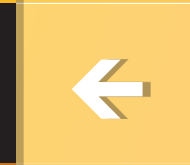
GRUPOS DE INTERÉS

A partir de la identificación de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible como los ejes de nuestra gestión de responsabilidad, trabajamos con nuestros grupos de interés para alcanzar nuestras metas, escuchar sus inquietudes y aprovechar las oportunidades de mejora que se puedan presentar.

El relacionamiento con estos grupos se realiza a través de unos canales permanentes de comunicación y los diálogos que se adelantan cada año con el fin de profundizar sobre algunos temas importantes para Bavaria y sus Gl.

Grupos de Interés

Accionistas	Empleados	Gobierno - ONG - Gremios - Expertos	Clientes	Proveedores	Comunidad
<p>» Informe de gestión semestral</p> <p>» Página web - sección de estados financieros</p> <p>» Línea ética</p> <p>» Revista Haciendo Amigos</p>	<p>» Informe de gestión semestral</p> <p>» Carteleras informativas</p> <p>» Correo interno</p> <p>» Portal corporativo</p> <p>» El Diario</p> <p>» Revista Premium</p> <p>» Línea ética</p> <p>» Línea de quejas y reclamos</p>	<p>» División de asuntos de gobierno e industria</p> <p>» Vicepresidencia de recursos humanos</p>	<p>» Línea de servicio</p> <p>» Revista Don Próspero: dirigida a tenderos</p> <p>» Portal de tenderos</p> <p>» Portal de distribuidores</p>	<p>» Reuniones con proveedores por sectores</p> <p>» Convención anual de proveedores estratégicos</p> <p>» Portal de proveedores - plataforma tecnológica</p> <p>» Sistemas, Aplicaciones y Productos (SAP)</p> <p>» Premicación anual de proveedores</p> <p>» Revista Haciendo amigos</p>	<p>» Comités de UN12</p> <p>» Red de emprendedores Bavaria</p> <p>» Sección Comunidades de la página web</p>





Servicio al cliente

Nuestros clientes son un eslabón fundamental de todas las operaciones que desarrollamos, por eso estamos interesados en mantener con ellos unas relaciones cercanas, amables, en las que sus necesidades tengan respuesta y puedan encontrar en Bavaria un aliado para su propio crecimiento.

Contamos con un Call Center para la atención de sugerencias, quejas y reclamos, al que hacemos un seguimiento constante, verificamos su rendimiento y ajustamos los procesos para prestar cada vez un mejor servicio. En 2011 el 92% fueron atendidas efectivamente por un asesor de servicio

Contamos con un Call Center para la atención de sugerencias, quejas y reclamos, al que hacemos un seguimiento constante



<p>Número de llamadas que pasaron a un asesor de servicio</p>	<p>Cantidad de llamadas recibidas en la línea de servicio al cliente que después de pasar por IVR (respuesta interactiva de voz) fueron enviadas a un asesor</p>	<p>F10 166.143</p>	<p>F11 358.642</p>	<p>2011 358.642</p>
<p>Número de llamadas contestadas por un asesor de servicio</p>	<p>Cantidad de llamadas que fueron atendidas por un asesor después de pasar por el IVR</p>	<p>F10 151.115</p>	<p>F11 327.842</p>	<p>2011 346.943</p>
<p>Número de llamadas abandonadas</p>	<p>Llamadas colgadas antes de que un asesor responda o antes de realizar una selección en un IVR</p>	<p>F10 15.028</p>	<p>F11 30.800</p>	<p>2011 30.475</p>
<p>Porcentaje de nivel de servicio</p>	<p>Porcentaje de llamadas que fueron atendidas dentro del tiempo acordado para dar respuesta. El tiempo de respuesta definido actualmente es de 20 segundos y el porcentaje de llamadas que deben ser contestadas en este tiempo es del 80%</p>	<p>F10 80%</p>	<p>F11 79%</p>	<p>2011 346.943</p>
<p>Porcentaje de eficacia</p>	<p>Porcentaje de llamadas contestadas del total de llamadas recibidas</p>	<p>F10 91%</p>	<p>F11 92%</p>	<p>2011 92%</p>





Porcentaje de tasa de ocupación

Porcentaje de tiempo que un asesor utilizó para hablar con un cliente y/o documentar procesos

F10

65%

F11

62%

2011

60%

Porcentaje de solicitudes, quejas y reclamos solucionados en el mes

Solicitudes, quejas y reclamos que fueron solucionadas en el plazo máximo establecido (mes)

F10

92%

F11

97%

2011

97%

Porcentaje de solicitudes, quejas y reclamos solucionados en el tiempo establecido

Solicitudes quejas y reclamos que fueron atendidos dentro de los acuerdos de nivel de servicio establecido (horas)

F10

58%

F11

80%

2011

78%

Nivel de satisfacción del usuario

Calificación dada por el cliente a la atención recibida por el asesor. La consolidación se realiza semestralmente

F10

**74% -
80%**

F11

**72% -
76%**

2011

95%



Además de analizar nuestro desempeño internamente, nos comparamos con otras de las compañías líderes en Colombia, obtener estos resultados a nivel regional y nacional nos da un panorama más claro de la efectividad de nuestros programas y contribuye a que sigamos siendo una empresa de talla mundial.

En 2011 alcanzamos un logro importante al obtener el primer puesto con el puntaje histórico más alto de esta medición 87.45, lo que representa una diferencia de 1.22 puntos frente al segundo lugar. Nuestra meta es aumentar nuestra calificación y aumentar la diferencia a 3.35 puntos sobre el segundo competidor.



Ranking 2011		
COMPAÑÍA	S1F12	Ranking S1F12
Bavaria	87.45	1
Alpina	86.23	2
Coca – Cola	84.08	3
Licorera	85.95	4
Postobón	83.57	5

En 2011 alcanzamos un logro importante al obtener el primer puesto con el puntaje histórico más alto de esta medición 87.45, lo que representa una diferencia de 1.22 puntos frente al segundo lugar.

Diálogos

En 2011 realizamos nueve diálogos en cinco ciudades de Colombia, en ellos se trataron asuntos relacionados con nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

Diálogos 2011

Asunto	Ciudad
Consumo Responsable	Bogotá
10 Prioridades de Desarrollo Sostenible	Bogotá
Desarrollo de las comunidades	Barranquilla
Desarrollo de las comunidades	Bucaramanga
Desarrollo de las comunidades	Cartagena
Gestión ambiental	Medellín
Agua	Medellín
Proveedores	Medellín
Consumo Responsable	Medellín

En estos diálogos se capturaron las expectativas que los asistentes tienen frente al desempeño de Bavaria frente al core de nuestro negocio representado por nuestra primera prioridad de Desarrollo Sostenible: Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol, pero también frente a asuntos ambientales, sociales, laborales y económicos (este ámbito representado por los proveedores) de nuestra gestión.

Consumo responsable de alcohol

- » Medición del tráfico de la página www.talkingalcohol.com.
- » Medidas contra tenderos que vendan alcohol a menores de edad.
- » Trabajo con otras compañías del sector para promover el consumo responsable.
- » Obtención y socialización de resultados concretos de los programas.
- » Alianzas publico-privadas para replicar los programas de erradicación de consumo en menores y promoción de las mismas.
- » Coherencia entre la política de Bavaria y la publicidad.
- » Ampliación de programas a otras zonas del país
- » Aumentar la cantidad y la cobertura de programas dirigidos a evitar que las personas conduzcan bajo los efectos del alcohol.

Económico

- » Comunicación más eficiente entre la empresa y los proveedores.
- » Bavaria debe tener en cuenta la gestión de los proveedores en materia de sostenibilidad.
- » Acompañamiento de los proveedores en la implementación de buenas prácticas.
- » Adelantar iniciativas conjuntas con los proveedores para reducir el impacto ambiental.
- » Revisar y ampliar el tema de negocios inclusivos.



Ambiental

- » Compromiso empresarial con el tema de producción más limpia.
- » Las empresas no deben limitarse a cumplir la legislación, deben verificar la afectación real del recurso hídrico.
- » Medición de la huella hídrica.
- » Relacionamiento entre los recicladores, la empresa y la comunidad para que el esquema funcione.
- » Gestión de recolección de otros componentes de los envases.
- » Hacer extensiva a los proveedores la medición de la huella de carbono.
- » Manejo de los envases postconsumo en la Amazonía.

Social

- » Comunicar más y de mejor manera el desarrollo de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.
- » Promoción de una relación más cercana entre la empresa y las comunidades.
- » Generación de proyectos de intervención social que traten las problemáticas sociales más arraigadas en cada comunidad.
- » Ampliar la cobertura de los programas que propenden por el bienestar de niños y jóvenes.
- » Capacitación a los inversionistas de la red de Ángeles Inversionistas sobre emprendimiento.
- » Replicar el modelo de alianza con otras fundaciones.

Comunicar más y de mejor manera el desarrollo de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

Materialidad

En los diálogos realizados en Bucaramanga, Medellín, Barranquilla y Cartagena se trataron asuntos relevantes para nuestra Gestión y se ponderaron según la importancia que los asistentes consideran que deberían tener para nuestra gestión. Según escala los asuntos ponderados se dividían en nada importantes, poco importantes, importantes, muy importantes y esenciales, en las dos primeras categorías no se ubicó ningún asunto.





PONDERACIÓN DE ASUNTOS

COMUNIDADES

Muy importante

- » Emprendimiento
- » Voluntariado empresarial
- » Microcréditos / créditos blandos
- » Creación de alianzas
- » Acompañamiento a las comunidades que apoya
- » Aportes al deporte
- » Difusión de proyectos sociales

Importante

- » Disminución de la pobreza
- » Trabajo social y ambiental con comunidades y tenderos
- » Aporte a la educación

CONSUMO RESPONSABLE

Muy importante

- » Investigaciones y trabajo con expertos
- » Generación de una cultura del consumo responsable con empleados.
- » Trabajo en alianza con otras organizaciones
- » Trabajo con establecimientos

Importante

- » Promover políticas de prevención (alianzas con gobiernos)
- » Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol
- » Comunicación y publicidad responsable.
- » Trabajo con padres de familia
- » Programas que promuevan no conducir cuando se ha consumido alcohol
- » Prevención del consumo en menores de edad
- » Comunicación y publicidad responsable

PROVEEDORES

Esencial

- » Fortalecimiento de la capacidad de gestión de proveedores
- » Apoyo a proveedores pequeños

Muy Importante

- » Difundir valores de desarrollo sostenible entre proveedores
- » Abastecimiento responsable
- » Fortalecimiento de la relación con proveedores
- » Apoyo a agricultores locales
- » Contratación local





PONDERACIÓN DE ASUNTOS

AGUA

Esencial

- » Comunicación de las iniciativas y campañas de difusión
- » Trabajo con comunidades aledañas a las plantas

Muy Importante

- » Ahorro de agua en toda la cadena
- » Recuperación y conservación de fuentes
- » Eficiencia en el uso del agua
- » Tratamiento de agua residual
- » Alianzas para la conservación del recurso

MEDIO AMBIENTE

Esencial

- » Incentivar alianzas para favorecer la disponibilidad de gas natural

Muy Importante

- » Fomentar el uso responsable de la energía
- » Liderar programas de manejo adecuado de residuos peligrosos en la industria
- » Socializar a la industria mejores prácticas en materia de producción sostenible

Importante

- » Fomentar el uso responsable de la energía
- » Dar un manejo adecuado a los residuos peligrosos
- » Incentivar alianzas para optimizar el uso de los envases postconsumo
- » Generación de cultura interna sobre producción sostenible
- » Investigaciones y trabajo con expertos
- » Promover en las empresas el enfoque preventivo
- » Fomentar las alianzas con gobiernos

