



Diez Prioridades. Un Futuro.



Haciendo una diferencia a través de la cerveza

Informe de Desarrollo Sostenible 2012

Bavaria.

Informe de Desarrollo Sostenible 2012

Coordinación

Vicepresidencia de Asuntos Corporativos

Asesor externo

CREO, Constructores de Responsabilidad y Ética Organizacional

Verificación

Ernst & Young

Diseño y diagramación

Gatos Gemelos Comunicación

Fotografía

Angélica Borrás Santos 2012

Contáctenos

Comuníquese con la División de Desarrollo Sostenible

Juan Carlos Hoyos

Gerente de Desarrollo Sostenible,

juan.hoyos@bav.sabmiller.com

Tel. +57 1 638 9000

Comuníquese con la Fundación Bavaria

Bernardo Saíz

Gerente de Comunidades y Cadena de Valor,

bernardo.saiz@bav.sabmiller.com

Tel. +57 1 638 9000

Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web

www.bavaria.co, y síganos en

[facebook.com/amigosBAVARIA](https://www.facebook.com/amigosBAVARIA)

[facebook.com/DonChuchoBavaria](https://www.facebook.com/DonChuchoBavaria)

twitter.com/BAVARIA_SA



Contenido

1	Acerca del Informe	4
	● Memorando de verificación externa	5
	● Memorando de calificación de GRI, certificando el informe A+	8
	● Alcance y cobertura	9
	● Definición de los contenidos	10
2	Sobre Bavaria	11
	● Misión, visión y valores	12
	● Ubicación plantas y marcas	13
	● Nuestra calidad	15
	● Innovación	17
	● Manufactura de Clase Mundial	20
	● Premios	23
	● Certificaciones y asociaciones	25
3	Carta del Presidente	26
4	Gobierno Corporativo	27
	● Estándares de Gobierno Corporativo	28
	● Nuestros Accionistas	30



5	Desempeño económico	32
	● Valor generado y distribuido	32
	● Inversiones ambientales	32
	● Proveedores	33
	● Pagos a trabajadores	33
6	Sobre la Fundación Bavaria	34
7	Nuestras 10 prioridades	
	● Resultados en matriz de sostenibilidad	35
	● Progreso de nuestras 10 prioridades	36
	Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol	40
	Producir más cerveza usando menos agua	51
	Reducir nuestra huella de energía y de carbono	60
	Materiales de empaque, reúso y reciclaje	73
	Trabajar para que las operaciones tengan cero desperdicios	83
	Incentivar el desarrollo empresarial en nuestras cadenas de valor	88
	Beneficiar a las comunidades en las que operamos	104
	Contribuir con la reducción del VIH/SIDA	120
	Respetar los derechos humanos	123
	Transparencia y Ética	142
	Testimonios	159
8	Tabla GRI	161



1

Acerca del Informe

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Memorando de verificación externa



A la Gerencia de BAVARIA S.A.

Alcance

A solicitud de BAVARIA S.A., efectuamos un compromiso de aseguramiento sobre el "Informe de Desarrollo Sostenible 2012" de BAVARIA S.A. (en adelante el Informe). El objetivo de este compromiso es obtener un nivel limitado de aseguramiento sobre la exactitud de las aserciones y datos relacionados con el desempeño de la sostenibilidad y la cobertura de los respectivos asuntos de importancia dentro del Informe.

Nuestra responsabilidad al realizar las actividades de aseguramiento es únicamente con la gerencia de BAVARIA S.A. por lo tanto, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad respecto de cualquier otro propósito o frente a cualquier otra persona u organización.

La gerencia de BAVARIA S.A. es responsable de la preparación del Informe y de su información. Esta responsabilidad incluye diseñar, implementar y mantener controles internos relevantes a la preparación de un informe que esté libre de errores de importancia, seleccionar y aplicar principios de reporte apropiados y utilizar métodos de medición y estimaciones que sean razonables en las circunstancias. Nuestra responsabilidad es emitir un informe de verificación independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

En el Anexo adjunto se incluye una relación de los indicadores incluidos en nuestro alcance de verificación correspondientes al Informe de Desarrollo Sostenible 2012 de BAVARIA S.A.

Limitaciones de nuestro compromiso de aseguramiento

Las limitaciones de nuestro compromiso de aseguramiento son las siguientes:

- Las declaraciones independientes hechas por terceros dentro del texto del Informe relacionado con el desempeño de la sostenibilidad de BAVARIA S.A. no se incluyeron en el alcance de nuestro compromiso de aseguramiento;

- El alcance de nuestro trabajo se limitó a aplicar pruebas a los datos suministrados por BAVARIA S.A., que son el resultado de los procedimientos propios de BAVARIA S.A. a nivel Nacional.

Criterios de la declaración de aseguramiento

Evalúamos el Informe frente a las Directrices de Información de la Sostenibilidad G3, expedido por el GRI (Global Reporting Initiative) en su versión 3, y los principios de información de la sostenibilidad de BAVARIA S.A. Consideramos que estos criterios son apropiados, dado el propósito de nuestro compromiso de aseguramiento.

Estándares y procedimientos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma de verificación ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements 3000), establecida por el International Auditing and Assurance Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la guía para la elaboración de informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 3.

Nuestros procedimientos fueron diseñados con el objeto de:

- Determinar que la información y los datos presentados en el Informe estén debidamente respaldados por evidencia.
- Determinar que BAVARIA S.A. haya elaborado su Informe conforme a los indicadores de desempeño y los principios de la Guía GRI en su versión 3.
- Confirmar el nivel de aplicación declarado por BAVARIA S.A. a su Informe, según la Guía GRI en su versión 3.
- Verificar la trazabilidad de la información reportada por BAVARIA S.A. en su Informe.

Los procedimientos de verificación desarrollados fueron los siguientes:

- Reuniones con líderes informantes de BAVARIA S.A. para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Análisis de la estructura y contenidos del Informe a los estándares del GRI.



- Análisis de la metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores de BAVARIA S.A.
- Comprobación mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Análisis de la razonabilidad de los criterios utilizados para la consideración como "no aplicables" o "no disponibles" de los indicadores.

El alcance de esta verificación es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Conclusiones:

Basados en los procedimientos realizados y de acuerdo con los criterios del compromiso de aseguramiento, manifestamos las siguientes conclusiones sobre el Informe, las cuales deben leerse en conjunto con el objetivo y las limitaciones del compromiso de aseguramiento según se describe anteriormente:

- No tenemos conocimiento de aspectos relativos al desempeño de la Sostenibilidad de BAVARIA S.A. que se haya excluido del Informe, para los indicadores verificados.
- No tenemos conocimiento de aspectos de importancia excluidos de los juicios de BAVARIA S.A. sobre el contenido del Informe.

- No tenemos conocimiento de errores de importancia en las aseveraciones efectuadas por la gerencia de BAVARIA S.A. en el Informe respecto al desempeño de la sostenibilidad.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información y los datos publicados en el Informe de BAVARIA S.A. no estén presentados de forma correcta.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de BAVARIA S.A. no haya sido elaborado en conformidad con la versión 3 de la guía para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del GRI.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el nivel de aplicación A+ declarado por BAVARIA S.A. no cumpla con los requisitos para tal nivel como están establecidos en la Guía GRI versión 3.



María Conchita James
Partner Advisory Services
Ernst & Young Ltda.

Bogotá, D.C., Colombia
28 de Febrero de 2012

Anexo: Indicadores verificados a conformidad para el Informe de Desarrollo Sostenible 2012 de BAVARIA S.A.

Dimensión	Sub-Dimensión	Indicador	Dimensión	Sub-Dimensión	Indicador	
Económico	Desempeño económico	EC1	Derechos Humanos	Prácticas de Inversión y Abastecimiento	HR1	
		EC2			HR2	
		EC3			HR3	
		EC4			HR4	
	Presencia en el Mercado	EC5			Libertad de Asociación	HR5
		EC6			Trabajo Infantil	HR6
		EC7			Trabajos Forzados	HR7
	Impacto económico indirecto	EC8			Prácticas de Seguridad	HR8
		EC9			Derechos de las indígenas	HR9
Ambiental	Materiales	EN1	Societari	Comunidades Locales	SO1	
		EN2			SO2	
	Energía	EN3			Comunicación	SO3
		EN4				SO4
		EN5			Política Pública	SO5
		EN6				SO6
		Agua	EN7	Comportamiento de competencia desleal	SO7	
	EN8		Cumplimiento normativo		SO8	
	Biodiversidad		EN9	Responsabilidad sobre productos y servicios	Salud y seguridad en cliente	PR1
			EN10			PR2
		EN11	Boicoteo de productos y servicios			PR3
		EN12	PR4			
		EN13	PR5			
		EN14	Comunicación y Marketing			PR6
	Emisiones	EN15	PR7			PR8
		EN16	Privacidad del Cliente			PR9
		EN17	Cumplimiento Normativo			LA1
		EN18	Empreo	LA2		
		EN19		LA3		
		EN20		LA4		
	Vertimientos	EN21	Relaciones Empresa y Trabajadores	LA5		
	Residuos	EN22		LA6		
	Químicos	EN23		LA7		
	Residuos peligrosos	EN24	Salud y Seguridad	LA8		
		EN25		LA9		
	Vertimientos	EN26		Formación y Educación	LA10	
	Productos y servicios	EN27	LA11			
	Componente Normativo	EN28	LA12			
	Transporte	EN29	Diversidad e igualdad de oportunidades	LA13		
		EN30		IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
General	EN30	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	LA14		
				IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	LA14	

Memorando de calificación de GRI, certificando el informe A+



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que Bavaria S.A. ha presentado su memoria "Informe de Desarrollo Sostenible 2012" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 22 Marzo 2013

Nelmar Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative

Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque Bavaria S.A. ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.



Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del mundo para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizadas en el mundo y sigue mejorando y aumentando su aplicación a escala mundial. La Guía de esta asociación los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social: www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contiene enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo se aplica al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 22 Marzo 2013. No incluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Alcance y cobertura

Este informe cubre el periodo de enero 1 a diciembre 31 del 2012. Desde el 2011 reportamos años calendario, en lugar de cambios fiscales (F); debido a este cambio, las cifras no tienen la misma periodicidad y se utilizan tanto los años fiscales como los años calendario. Existen tres formas de mostrar los datos:



1

2012 y 2011 en la mayor parte de los indicadores.

2

F11 - 2011-2012 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 obtener los datos 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.

BAVARIA

Definición de los contenidos

El contenido del informe parte de nuestra estrategia de sostenibilidad en Bavaria, la cual se desarrolla a partir de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible, desde éstas priorizamos los temas objeto de este reporte.



Con este informe buscamos dar cuenta de las iniciativas que adelantamos en 2012, la continuidad con respecto a programas implementados en periodos anteriores, los nuevos proyectos y los resultados obtenidos en cada uno de ellos.

El reporte está basado en los lineamientos de la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI), cumpliendo con los requisitos para

alcanzar un informe de nivel A+. Alcanzar el nivel más alto de clasificación dentro de GRI, nos posiciona como una de las empresas más transparentes a la hora de informar nuestra gestión y prácticas, demostrando la importancia que le damos al desarrollo sostenible dentro de Bavaria y nuestro compromiso con un proceso de mejora y de relacionamiento continuo con nuestros grupos de interés.

En Bavaria adherimos el Pacto Global de las Naciones Unidas en 2007, iniciativa a través de la cual este organismo busca promover prácticas más sostenibles dentro del sector privado. Hemos interiorizado las directrices del Pacto en todas nuestras prácticas, respondiendo a nuestros compromisos por medio del respeto y promoción a los principios del pacto; en este informe damos cuenta de los avances alcanzados.

No se utiliza el suplemento de Procesamiento de Alimentos pues se realizó un análisis de materialidad y al ser una empresa productora de cerveza, no de alimentos, se considera que no es material, atendiendo la razón expuesta por el mismo suplemento cuando dice que no está específicamente diseñado para empresas de bebidas alcohólicas.

2

Sobre Bavaria



▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Ser una de las empresas más grandes del país implica un interés permanente por nuestra gente, un portafolio de productos elaborados bajo los mejores estándares, unas prácticas ambientales de clase mundial y un compromiso efectivo con el desarrollo del país.





Misión

Crecer en el mercado a un consumo per cápita anual 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 la ventaja más duradera
- La responsabilidad es clara e individual
- Trabajamos y ganamos en equipo
- Comprendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores
- Nuestra reputación es indivisible

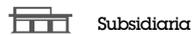


Ubicación Plantas y Marcas

Lugares en los que Bavaria tiene plantas o subsidiarias



Contamos con ocho plantas de producción ▶▶



Subsidiaria



Planta de Bavaria S. A.



Impresora del Sur S. A.

Impresora del Sur se encarga de la impresión de las etiquetas, y desde el 2011 entró en operación Transportes Especiales del Valle (TEV), que se encarga de la distribución de los productos.



▶ Cervecería del Valle S.A.



▶ Maltería Tropical S.A.



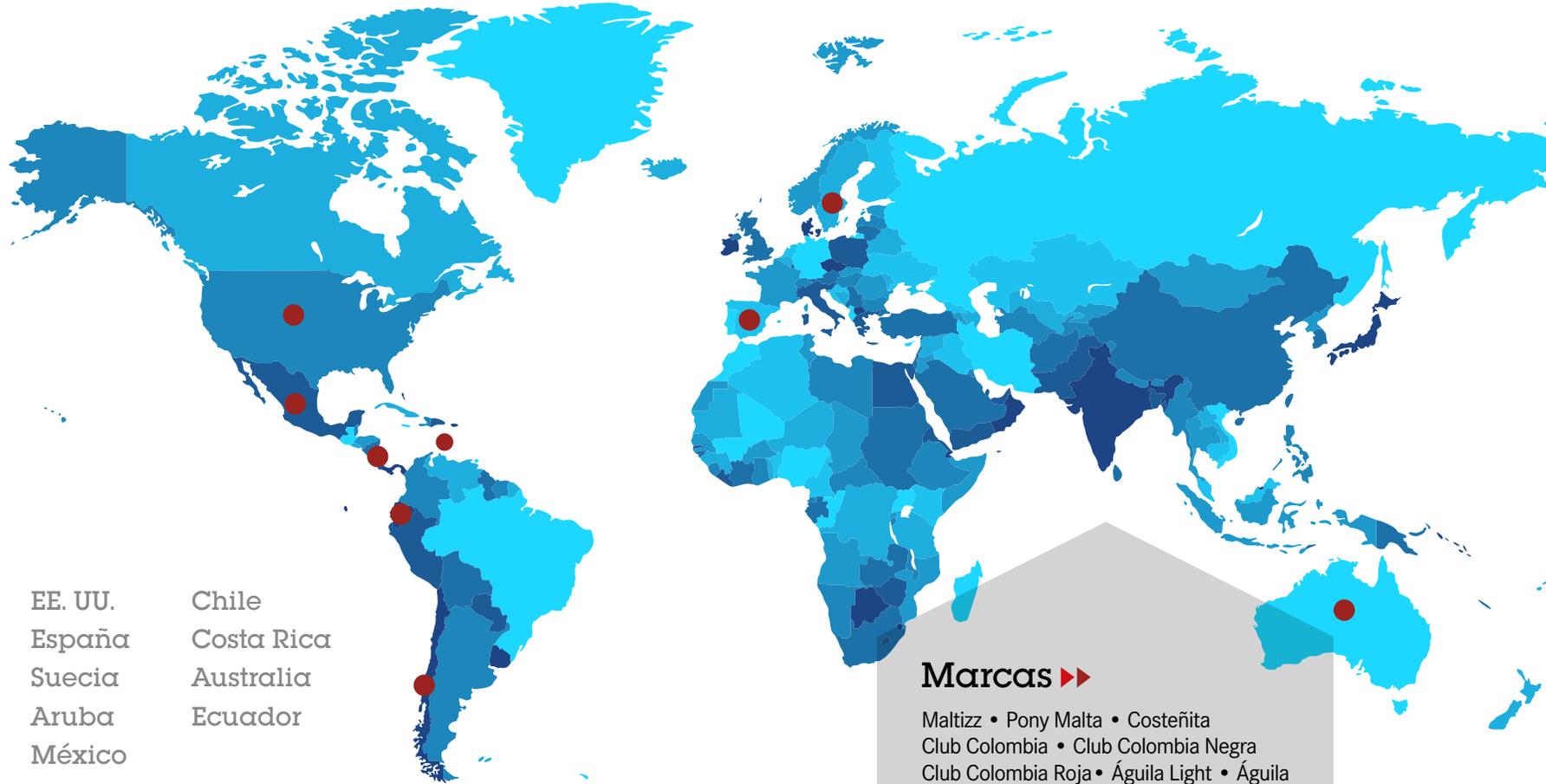
▶ Cervecería de Barranquilla



▶ Cervecería de Tocancipá

Países a los que exporta

- ▶▶ EE. UU.
España
Suecia
Aruba
México
- Chile
Costa Rica
Australia
Ecuador



Marcas ▶▶

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



▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Nuestra calidad

Poseemos un Sistema de Gestión de Calidad certificado, que nos permite tener procesos, prácticas y un sistema de validación que garantiza la entrega de productos de la mejor calidad a nuestros consumidores, elaborados bajo los más exigentes estándares internacionales por personal altamente capacitado.



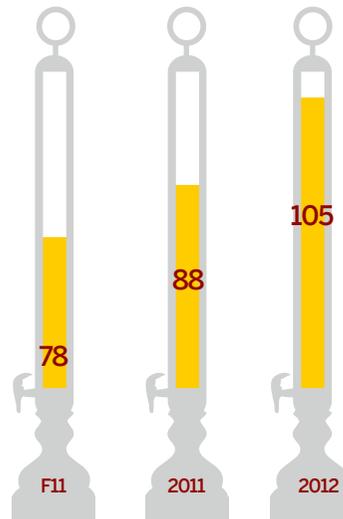
Durante el año 2012 nuestro foco estuvo en mantener las características sensoriales y de estabilidad del sabor de los productos durante su vida útil:

- » La evaluación sensorial se realiza a través de paneles de catadores debidamente entrenados y avalados por una entidad externa especialista en el tema.
- » En el caso de la estabilidad del sabor, se evalúa utilizando equipos con tecnología de punta, a través del indicador *lag time*.

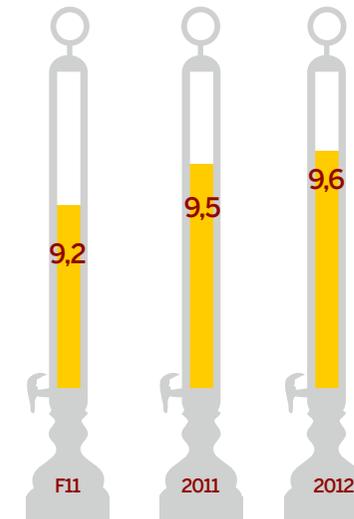
Al obtener unos buenos resultados en estos indicadores, podemos asegurar que **nuestros productos cumplen los perfiles sensoriales establecidos para cada marca**, y sus propiedades se conservan durante el periodo de vida útil de los mismos.



Lag time ►►



Evaluación sensorial ►►



▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co

Innovación

Todas las innovaciones adelantadas en Bavaria son consistentes con nuestras políticas y lineamientos corporativos, por lo cual evitamos la creación de productos alcohólicos que resulten atractivos para menores de edad o sugieran un consumo excesivo de los mismos.

Dentro de los productos innovadores que lanzamos al mercado en 2012, se destacan Pilsen Night, Club Colombia y Águila Imperial, entre otros.



Pilsen Night

Objetivo

Incrementar el consumo de productos Pilsen en Antioquia, en ocasiones de fiesta, fortaleciendo la salud de la Marca.

Resultados

- El volumen esperado en los primeros 3 meses de implementación de la iniciativa, superó la meta propuesta en un 54%.
- Se presentaron incrementos sustanciales en los indicadores de salud de marca:
- Awareness y adopción se obtuvieron resultados de 3pp y 1pp respectivamente, sobrepasando la meta establecida.
- Los consumidores ocasionales de la familia Pilsen, obtuvieron una calificación de 3pp.



Club Colombia 900ml

Objetivo

Reforzar el posicionamiento de Club Colombia como la marca Premium apropiada para ocasiones especiales en la temporada Navideña.

Resultados

- Logramos participar con sus 3 variedades en la vendimia, exhibida junto a los vinos.
- Alcanzamos una visibilidad mayor en los puntos de venta con exhibiciones especiales.
- 200.000 Botellas (1.400 hl)



Águila Imperial

Objetivo

Relanzar la legendaria Águila Imperial como nuestra edición especial de Navidad, perfecta para celebrar e incrementar el share de Premium y traer un revenue adicional a la Compañía.

Resultados

- 14.000 HL vendidos

Mirando hacia el futuro en el 2013

Cervezas ▶▶



Experience



Vessel

Club Colombia
Special Edition



Sessionable



Glow

Miller Lite

Wheel



Affordability



Jumbo
Expansion



Near Beer



Redds Dry

Berlin

Maltas ▶▶



RB Pony
Large Pack



Magic



Rainbow

▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Manufactura de Clase Mundial

El programa de Manufactura de Clase Mundial (MCM) es parte importante de la estrategia técnica de Bavaria para lograr la excelencia operacional que caracteriza sus operaciones.



Bavaria se ha convertido en una de las operaciones líderes de SABMiller en el mundo, por sus resultados operativos.

MCM contribuye con la implementación de elementos de mejora continua, que refuerzan:

1

La responsabilidad hacia la calidad consistente de los productos y desempeño de los procesos.

2

Los niveles de servicio adecuados hacia el mercado (*Speed to market*) y otras áreas de la organización (iniciativas *cross* funcionales).

3

La disminución de costos a través de la identificación y eliminación de pérdidas y desperdicios y optimización de los procesos.

4

La sostenibilidad de la operación.

5

La salud y seguridad para empleados y contratistas.

6

La selección y desarrollo de proveedores.

7

El respeto y desarrollo continuo de competencias de los empleados en todos los niveles.

8

La colaboración, compartir el conocimiento y trabajo en equipo, a través de las *task force*, equipos de proyectos y centros de competencias por procesos.

9

El *benchmark* interno y externo para aprender de otros.

10

El orgullo por nuestras plantas y marcas.



Gracias al liderazgo, la búsqueda de las mejores prácticas, una cultura de mejora continua, el anclaje del programa de Manufactura de Clase Mundial y nuestra gente, Bavaria se ha convertido en una de las operaciones líderes de SABMiller en el mundo, por sus resultados operativos.

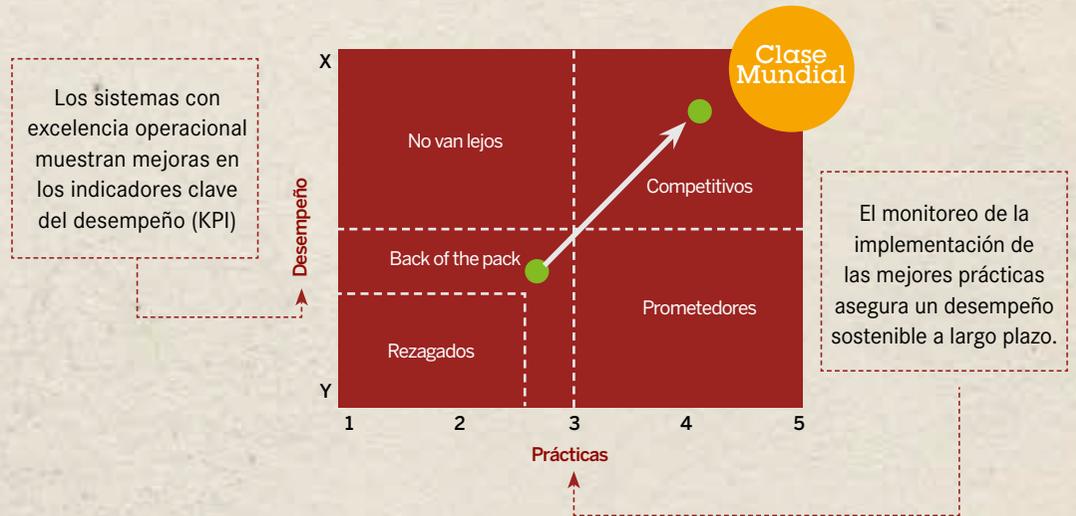


Ranking de las plantas entre las 88 operaciones de SABMiller

Boyacá	2	Bucaramanga	7
Valle	9	Tocancipá	14
Medellín	17	Barranquilla	30

Ranking de las malterías entre las doce operaciones de SABMiller

Maltería Tropical	1	Maltería Tibitó	6
-------------------	---	-----------------	---



Nuestro compromiso es de mejoramiento continuo, para satisfacción de nuestros consumidores, accionistas, gobierno y entidades nacionales. Las prácticas de Manufactura de Clase Mundial son la plataforma que nos permite avanzar en este camino hacia la excelencia.



Premios

▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co

Marcas



- Monde Selection Gold Club Dorada
- Monde Selection International High Quality Trophy Club Dorada ITQI
- International taste and Quality Institute 3 stars (Gold) Club Dorada ITQI
- Monde Selection Gold Club Roja
- International taste and Quality Institute 2 stars (silver) Club Roja ITQI
- Monde Selection Gold Club Negra
- International Taste and Quality Institute 2 stars (silver) Club Negra ITQI
- International Taste and Quality Institute 1 star (bronze) Águila light
- 3 stars (Gold) Águila ITQI



PÓKER: Mejor campaña del año.
El amigo que une a los amigos.

Premio Mercatus Regional:
a Póker por crear
el día de los amigos,
campaña *El amigo que
une a los amigos.*



Águila: Mención especial.
Premio Mercatus
Campaña Patrocinio Fútbol 2012

Cervecerías

Cervecería del Valle ganó,
en la categoría de Gran Empresa,
el Premio a la Excelencia
Ambiental Empresarial en la
zona del Valle del Cauca.



Certificaciones

Durante el año 2012 se ratificaron, por parte del Icontec, las siguientes certificaciones:



- ISO 9001: Sistema de Gestión de Calidad
- ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental
- OHSAS 18001: Sistema de Gestión en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
- ISO 22000: Sistema de Gestión de Inocuidad

Las tres primeras aplican a las seis cervecerías, las dos malterías e Impresora del sur, mientras que la última aplica a las seis plantas de cervecería.

Asociaciones

Durante el 2012 fuimos miembros de:



Carta del Presidente

Richard Rushton



En 2012 nos reafirmamos como una de las empresas más queridas del país, no sólo por la excelencia de nuestros productos, sino por nuestro compromiso por alcanzar una gestión responsable y sostenible.

Durante este periodo comunicamos la forma en la que hacemos uso del agua. Hemos logrado descensos importantes del consumo gracias a la implementación de buenas prácticas y solamente, entre 2008 y 2012, redujimos este consumo en más de dos millones de hectolitros por año. En consecuencia, luego del proceso productivo vertimos menos agua residual y mejoramos su calidad, antes de descargarla en los ríos.

Adicionalmente, y desde hace años, nos hemos involucrado con diferentes iniciativas de conservación de cuencas que buscan proteger el recurso hídrico más allá de los límites de nuestra operación, con lo que contribuimos a proteger los ecosistemas asociados y las fuentes de las cuales se proveen comunidades de varias regiones del país.

Continuamos luchando por disminuir el consumo irresponsable de alcohol en el país. Seguimos entregando consejos prácticos de moderación, promoviendo alternativas de regreso seguro a casa y protegiendo a los menores de edad frente a la venta y el consumo de alcohol. También lo hacemos a través de nuestros programas con tenderos, pues por su naturaleza, ellos son líderes multiplicadores al interior de sus comunidades.

El presente reporte hace énfasis en el apoyo entregado a nuestros tenderos. A través de nuestros programas de la Fundación Bavaria, les hemos facilitado el acceso a recursos de crédito por cerca de \$22 mil millones de pesos a más de 7.000 tenderos, generando como resultado la generación de más de 1.000 empleos. En cuanto al apoyo educativo, podemos decir con orgullo que más de 1.000 jóvenes, hijos y nietos de tenderos, han podido acceder a educación técnica superior gracias a nuestras iniciativas.

En el aniversario número 100 de nuestra principal marca, Águila, y próximos a celebrar nuestros 125 años como empresa, seguimos consolidándonos como un actor clave de nuestra sociedad y como principal contribuyente de la economía. Sólo durante el año 2012, Bavaria llegó a tributar cerca dos billones de pesos en materia de impuestos. Además, por concepto de donaciones, Bavaria desembolsó alrededor de 85 mil millones.

De la mano de nuestros trabajadores nos hemos trazado importantes retos en materia de impacto sobre la sociedad y sobre nuestro entorno, y bajo esta premisa continuaremos trabajando por el desarrollo del país y por el bienestar de los colombianos.

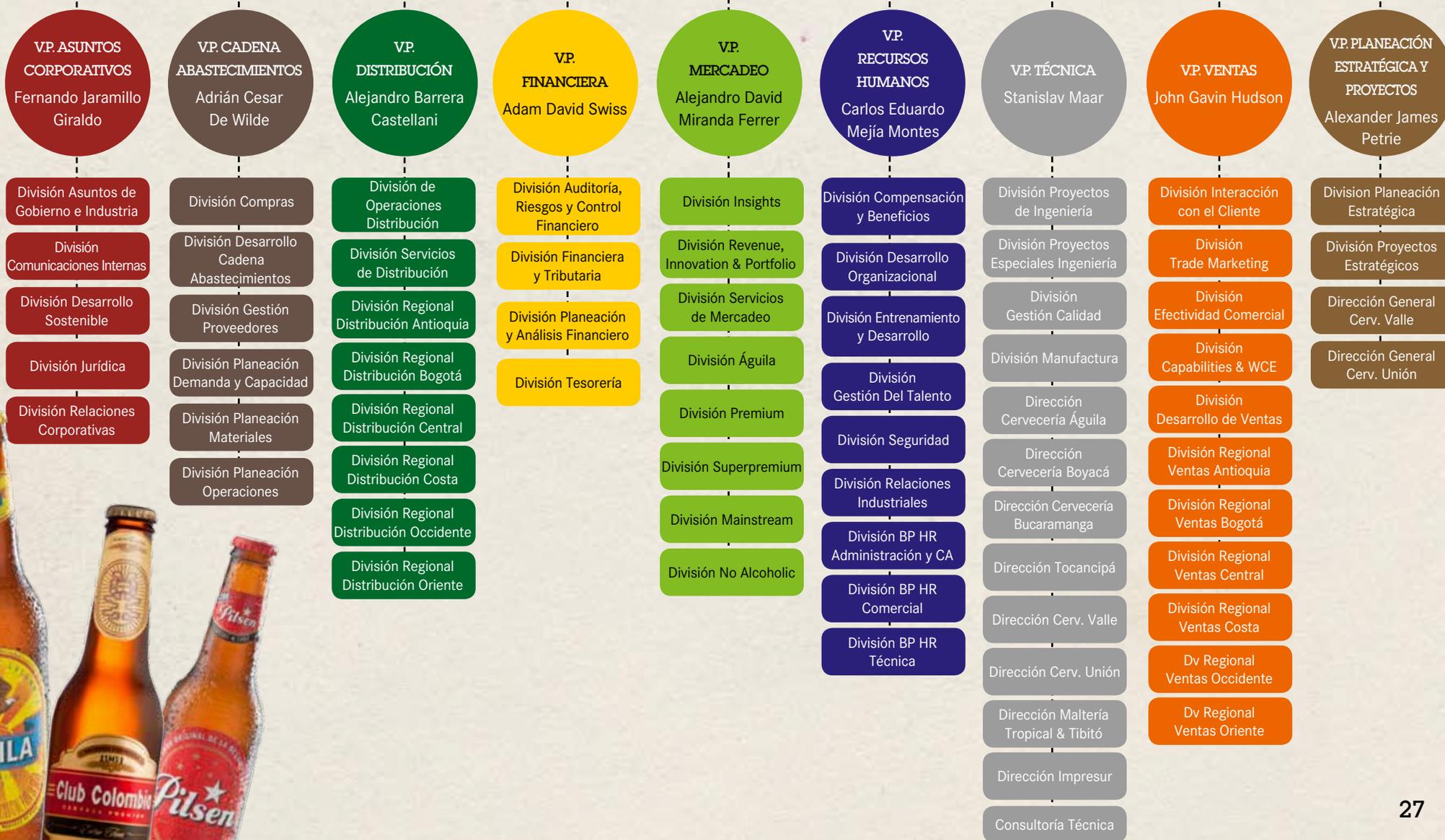
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Richard Rushton'.

4

Gobierno Corporativo

▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co

PRESIDENCIA
Richard Mark Rushton



Composición de la Junta Directiva

- » De acuerdo con los estatutos sociales, la Junta Directiva de la sociedad está integrada por diez 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 2012, 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.

2012-2014

Vigencia

Número de reuniones anuales y promedio de asistencia

- » La Junta Directiva sesionó cinco veces en el año 2012, cuatro de manera presencial (28 de febrero, 18 de mayo, 28 de agosto y 14 de noviembre) y una mediante el mecanismo de voto escrito (18 de octubre).

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 acerca de 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.

Entrenamiento para los directores

- » 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 del 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 del 2010, dispuso que el Comité de Auditoría esté conformado por seis (6) directores, cuatro (4) de ellos los directores independientes.
- » La Junta Directiva, en su sesión del 2 de noviembre del 2011, ratificó dicha conformación del Comité de Auditoría, y designó a Jonathan Solesbury en reemplazo de Mauricio Restrepo. En consecuencia, al 31 de diciembre del 2012, 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 2012 el Comité de Auditoría se reunió cuatro veces: el 27 de febrero, el 24 de abril, el 24 de agosto y el 30 de octubre, con la asistencia de todos sus miembros en dichas reuniones.

- » -El código de buen gobierno fue aprobado por la Junta Directiva de Bavaria desde el 8 de abril del 2002.
- » - Este código tiene como finalidad asegurar, en Bavaria S.A., 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

Regulación interna de la Junta Directiva

Valoración de la gestión anual de la Junta Directiva y del Comité de Auditoría

Comités de la Junta Directiva

- » 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.

- » La Asamblea general ordinaria de Accionistas, en sus reuniones del 27 de marzo y del 25 de septiembre del 2012, 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\$ 36.000.000, 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\$ 9.000.000 por cada reunión del Comité de Auditoría a la que asistan.

Estándares de gobierno corporativo

Gestión 2012, Asamblea de Accionistas

Número de accionistas presentes o representados, y canales de participación

Durante el año 2012 llevamos a cabo dos Asambleas generales de Accionistas.

1. A la primera, del 27 de marzo del 2012, asistieron nueve accionistas titulares de 11.766 acciones, y cinco representantes de accionistas con 244.068.690 acciones, para un total de 244.080.456 acciones y catorce accionistas.
2. A la segunda, del 25 de septiembre del 2012, asistieron ocho accionistas, titulares de 14.069 acciones, y cuatro representantes de accionistas, con 244.068.206 acciones, para un total de 244.082.275 acciones y doce accionistas.

Relación número de acciones, número de votos

Por cada acción que posee el accionista, le corresponde un voto en la Asamblea general.

Tasa de asistencia

El porcentaje de asistencia a las asambleas generales ordinarias de accionistas efectuadas el 27 de marzo y el 25 de septiembre del 2012, fue del 99,11% del capital social en circulación, en cada una de ellas.

Toma de decisiones

De acuerdo con los estatutos, en las Asambleas de Accionistas las decisiones se toman por mayoría de los votos presentes, salvo las excepciones legales estatutarias, que exigen un quórum especial.

Nuestros Accionistas ▶▶

Bavaria S. A.

Nombre accionista	Número acciones	%
SAB Colombia S. A. S.	233.720.606	94,9000
Axin y Cía. Ltda.	9.718.012	3,9459
Inversiones Nixa S.A.	619.588	0,2516
Accionistas minoritarios	2.222.728	
Total en circulación	246.280.934	



Accionistas Cervecería del Valle S. A. ▶▶

	Número de acciones	%
Bavaria S. A.	57.150.090	94,46
Cervecería Unión S. A.	3.100.000	5,12
Maltería Tropical S. A.	100.000	0,17
Impresora del Sur S. A.	100.000	0,17
Inversiones Maltería Tropical S. A.	49.910	0,08
Total	60.500.000	100

Accionistas Cervecería Unión S. A. ▶▶

	Número de acciones	%
Bavaria S. A.	5.661.683	80,12
Maltería Tropical S. A.	1.343.455	19,01
Total grupo	7.005.138	99,13
Otros	61.480	0,87
Total	7.066.618	100,00

Accionistas Maltería Tropical S. A. ▶▶

	Número de acciones	%
Impresora del Sur S. A.	11.158.000	35
Inversiones Maltería Tropical S. A.	11.158.000	35
Sociedad Portuaria Bavaria S. A.	200	0,00
Bavaria S. A.	200	0,00
Cervecería Unión S. A.	9.563.600	30
Total	31.880.000	100



5

Desempeño económico

Valor generado y distribuido ▶▶
(Miles de pesos)

	2010	2011	2012
Ventas brutas	▶ 6.043.619.533	6.329.300.985	6.825.674.511
Descuentos	▶ -60.368.452	-62.324.976	-115.205.342
Ventas netas	▶ 5.983.251.081	6.266.976.009	6.710.469.169
Ingreso por regalías	▶ 561.520	1.481.562	2.167.197
By Product Income	▶ 8.125.524	10.211.509	9.499.178
Ganancia o pérdida por disposición de activos	▶ 2.522.183	3.150.378	-8.498.131
Valor económico creado	▶ 5.994.460.308	6.281.819.458	6.713.637.414

	2010	2011	2012
Pago a proveedores	▶ -1.467.916.267	-1.568.533.654	-1.619.865.165
Pago al gobierno	▶ -1.781.185.255	-1.824.144.912	-1.940.018.158
Royalties pagados	▶ -3.417.244	-3.927.150	-3.853.506
Salarios y beneficios sociales	▶ -409.243.884	-375.880.196	-409.182.701
Donaciones	▶ -85.218.337	-82.552.166	-84.178.000
Valor económico distribuido	▶ -3.746.980.986	-3.855.038.078	-4.057.097.529

Inversiones ambientales ▶▶



Proveedores ▶▶



Pagos a trabajadores



Estas cifras incluyen

sueldos, salarios, jornales, prestaciones legales y extralegales, bonificaciones por retiro voluntario, bonificaciones, indemnizaciones, auxilios, parafiscales, servicio transporte, servicio restaurante, servicio médico, medicina prepagada, comisiones ventas, horas extras.

No incluye

dotaciones, gastos por capacitación, gastos escuelas deportivos, gastos clubes, embajadores de marca, consumos internos.

6

Sobre la Fundación Bavaria

En el 2012 continuamos trabajando con la Fundación Bavaria, nuestro aliado estratégico desde el 2005, a través de la cual desarrollamos programas de inversión social tendientes a la generación de empleo y de ingresos, la disminución de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las comunidades de influencia y de nuestra cadena de valor, y así incidimos en el progreso y desarrollo

sostenible en Colombia. Con el fin de garantizar su permanencia en el tiempo y el mayor impacto social posible, compartimos las experiencias y conocimientos con nuestros grupos de interés.

La Fundación Bavaria opera dentro de nuestro marco de sostenibilidad, con base en las Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible de la Compañía, por medio de

tres líneas de acción: Emprendimiento, Educación y Desarrollo de las Comunidades, a partir de dos dimensiones principales, programas tendientes al alivio de la pobreza y programas para el desarrollo económico.

Junto con los programas mencionados, en el 2012 centramos nuestros esfuerzos en fortalecer las iniciativas de apoyo en la cadena de valor:



Para conocer más de la Fundación Bavaria ingrese a http://www.bavaria.co/5-499/fundacion_bavaria_ds/

1 Ampliamos la cobertura del programa de educación, Oportunidades Bavaria, a las poblaciones aledañas a nuestras plantas de producción.

2 Se firmó una alianza con el Sena/Fenaltendas, con el fin de iniciar la ejecución de un programa de formación integral al tendero.

3 Realizamos aportes importantes para fortalecer y fomentar el cultivo de cebada cervecera en el país.

1

2

3

7

Resultados en matriz de sostenibilidad

Entendemos que el crecimiento de nuestras operaciones solo es posible si trabajamos paralelamente por el desarrollo de las comunidades con las que laboramos, permitimos el crecimiento económico del país y hacemos un uso razonable de los recursos naturales.

Desde estas premisas y gracias a un trabajo adelantado con diferentes grupos de interés de SABMiller, se creó la estrategia de sostenibilidad, que comprende Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible (PDS), las cuales se identifican como relevantes para el negocio de la Compañía. Al ser una filial, en Bavaria hemos adoptado esta estrategia como parte de todo lo que hacemos.

Dadas las características particulares de nuestro país, ponemos énfasis en combatir el abuso del alcohol, promover el desarrollo de nuestra cadena de valor, contribuir al crecimiento de las comunidades en las que operamos y hacer un uso adecuado de los recursos hídricos.

▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Sustainability Assessment Matrix

La evaluación del desempeño frente a cada una de las diez prioridades se realiza dos veces al año, por medio de la herramienta SAM (Sustainability Assessment Matrix), en la que a través de una serie de descriptores se obtiene una calificación entre 1 (estándar mínimo) y 5 (frontera de liderazgo).

El proceso de mejora continua frente al desarrollo sostenible nos ha llevado a pasar de una calificación de 2,9 en el 2007 a una de 3,90 en 2012, y esperamos cerrar 2013 con una calificación global de 4.

En el 2012 tuvimos mejoras importantes frente a desincentivar el consumo irresponsable de alcohol, el desarrollo de la cadena de valor y el manejo de empaques.



Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol



Producir más cerveza usando menos agua



Reducir nuestra huella de energía y carbono



Material de empaque, reuso y reciclaje



Trabajar para que las operaciones tengan cero desperdicios



Incentivar el desarrollo empresarial en nuestras cadenas de valor



Beneficiar a las comunidades



Contribuir a la reducción del VIH/SIDA



Respetar los derechos humanos



Transparencia y ética



Comunicación
interna de las
Diez PDS



Campaña Barranquilla - Energía



Campaña Boyacá - Comunidades



Campaña Bucaramanga - Desperdicios



Campaña calle 94 - **Derechos Humanos**



Campaña TIBITO - **VIIH**



Campaña CERVEUNION - **Empaques**



Campaña Tocancipá - **Alcohol**



Campaña Tropical - ÉTICA



Campaña VALLE - Agua

En el 2012, entre julio y septiembre, hicimos el relanzamiento de la campaña “Diez prioridades, un futuro”, a través de la cual se desarrollaron piezas de comunicación y se realizaron actividades lúdicas en cada planta, alrededor de cada prioridad. Posicionamos dos prioridades por semana, una por planta. Hacia el final de la campaña se puso énfasis en la comunicación de las actividades desarrolladas por la Fundación Bavaria acerca de la prioridad “Beneficiar a las comunidades en las que operamos”, y por la División de Gestión de Proveedores sobre la prioridad “Desarrollo empresarial y cadena de valor”.





Desincentivar
el consumo
irresponsable de
ALCOHOL

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol

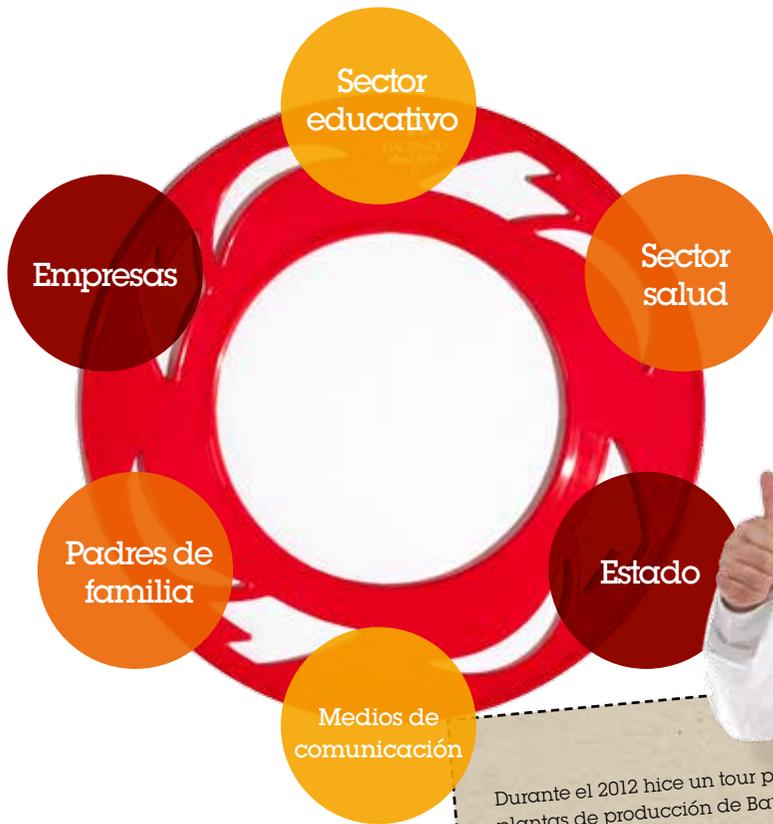
Esta es nuestra primera prioridad de desarrollo sostenible, por lo que nuestra estrategia se realiza a través de programas destinados a erradicar la ingestión de bebidas alcohólicas en menores, la moderación del consumo en adultos y la prevención de prácticas como beber y conducir.

Erradicación del consumo en menores

En Bavaria estamos comprometidos con la niñez y la juventud en Colombia, a través de una política de cero tolerancia con el consumo de alcohol por parte de menores de edad, la cual adelantamos mediante estrategias puntuales tendientes a la prevención y la educación.



Reconocemos que la tarea de erradicar estas prácticas, velar por el sano cumplimiento de los derechos de los menores y su bienestar, es responsabilidad de la sociedad en su conjunto. Por ello, propendemos por involucrar otros actores sociales, que nos ayuden a potencializar el impacto y alcance del programa



Encuentre más información sobre la estrategia de alcohol en:
<http://www.bavaria.co/consumoresponsable>
<http://www.hablemosdealcohol.com>

Durante el 2012 hice un tour por las plantas de producción de Bavaria a nivel nacional, e invité a nuestros trabajadores para que sean ejemplo y líderes positivos en sus familias y comunidades; además, celebré con mis amigos el Día del Tendero en Bogotá, y compartí mi mensaje de consumo responsable con más de 20 mil personas.



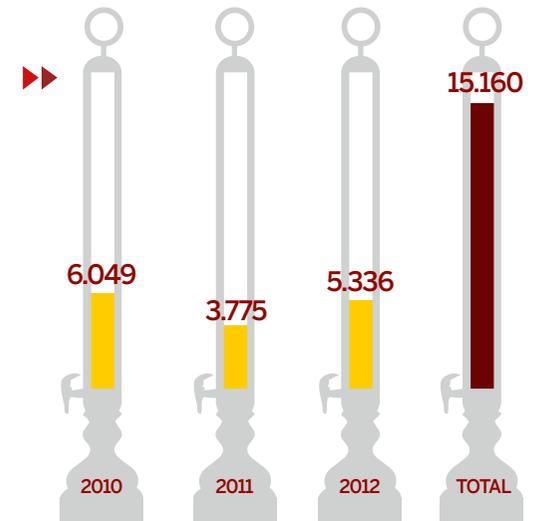
La campaña se enfoca en la prevención de la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, e invita a todos los involucrados en su expendio a asumir el rol de guardianes de los niños y adolescentes, promocionando un ambiente sano y seguro.

En el 2012 “Todos podemos ser padres” se vinculó a la **Feria Escudos del Alma**, organizada por **Red Papaz**, que visitó a Pereira, Cali, Medellín y Bogotá, donde se presentaron iniciativas que buscan la protección de los menores de edad contra diversos riesgos, entre ellos el consumo de alcohol. Nuestro aporte incluyó material para padres de familia y educadores, que promueve consejos prácticos para hablar con los menores de edad sobre el alcohol.

Presentamos la campaña en el marco del foro “Consumo de sustancias psicoactivas” en Manizales, y llegamos con nuestro mensaje a Valledupar, Cali, Pereira, Medellín, Bogotá, Fusagasugá, Facatativá, El Rosal, Mocoa, Cartagena, Tunja, Ibagué, Neiva, Villavicencio, Chía, Tibasosa, Barranquilla, Bucaramanga, La Mesa, Anapoima y Anolaima. La Alcaldía y Secretaría Municipal del Rosal, en Cundinamarca, y la Alcaldía de Mocoa, en el Putumayo, exaltaron el apoyo de Bavaria con esta campaña.



Visitas a nuestras plantas (tenderos, administradores y dueños), que promueven la venta responsable de alcohol



Sanamente

Este programa trabaja en el desarrollo integral de los estudiantes entre los 9 y los 12 años, promoviendo actitudes positivas, reflexivas y críticas frente a la vida, asumiendo un rol activo respecto a su realidad, de modo que su contacto con el alcohol suceda en la edad adulta. También este programa revela el rol preventivo de la familia, promoviendo factores protectores.

En alianza con el Colectivo Aquí y Ahora, fundación enfocada en el tema de adicciones, formamos docentes que comparten temas fundamentales para los niños, como los peligros potenciales del alcohol para su organismo, así como la influencia que tiene la familia, sus amigos y las instituciones sociales en las conductas y valores individuales.



Qué hicimos en el 2012



Llegamos a Medellín, Bogotá y Manizales, y al municipio de Palestina, Caldas.

Se beneficiaron 4.000 niños nuevos en Bogotá, 4.000 niños en Medellín y 1.000 niños en Manizales y Palestina.

Dimos inicio al proceso de virtualización de la iniciativa, que permitirá ampliar la cobertura gracias a una herramienta online.

Incorporamos el segundo proceso de evaluación integral del programa, llevado a cabo por la Corporación Centro Cita Salud Mental.



Bienestar Futuro

En alianza con la Fundación Santa Fe, la Corporación Nuevos Rumbos y Red PaPaz, desarrollamos nuestro programa Bienestar Futuro, por medio del cual trabajamos en pro de la prevención y tratamiento del consumo de alcohol y sustancias psicoactivas en menores.

El proyecto reconoce el papel fundamental que desempeña la

comunidad médica en la materia, brindando un protocolo basado en la herramienta Crafft/Carlos, que permite a los médicos identificar el grado de riesgo en que se encuentran los niños, niñas y adolescentes, así como desarrollar habilidades para dirigirse a las familias, con el fin de evitar este consumo.



Se finalizó la fase de pilotaje del programa y la primera fase de implementación en cuatro instituciones médicas de Bogotá y del municipio de Madrid, en Cundinamarca: Hospital Universitario Fundación Santafé, Fundación Cardio Infantil, Hospital Pablo VI - Bosa, Centro ambulatorio Gustavo Escallón - Madrid.

Renovamos nuestro convenio con los aliados de la iniciativa, con una nueva donación de 80 millones de pesos, destinados a dar continuidad al proceso de implementación.

Adicionalmente, adelantamos el ciclo de conferencias "Detección del consumo de alcohol y otras SPA en menores de 18 años", con la presencia del Dr. John Knight, Augusto Pérez, Orlando Scopetta, expertos en investigación y desarrollo de programas para la prevención del consumo de SPA.

Se está implementando en instituciones universitarias que se han vinculado activamente en el proceso de formación, involucrando a los estudiantes de áreas de la salud: Universidad de Antioquia, Universidad del Bosque, Universidad del Rosario.

Qué hicimos
en el 2012

Moderación

En Bavaria somos conscientes de la responsabilidad con nuestros consumidores, en quienes fomentamos una cultura responsable de consumo de alcohol basada en la moderación y en patrones de vida saludables.



Saber Vivir, Saber Beber

Creamos este programa para promocionar comportamientos saludables en nuestros consumidores y así fomentar el consumo responsable y moderado de bebidas alcohólicas en los adultos, a fin de evitar impactos negativos en sus familias, amigos o estilo de vida.

Con el apoyo de la Universidad Nacional de Colombia y la ONG canadiense Educ'alcohol, lanzamos el programa en junio del 2010, en zonas en donde se presentan

altos índices de consumo, liderando una campaña de socialización y de acciones pedagógicas tendientes a contribuir a la concientización de nuestros consumidores. De la misma manera, lideramos una campaña dirigida a las personas que hacen parte de los establecimientos, como los dueños, meseros, administradores y el personal de logística, entrenándolos en el manejo adecuado del tema, evitando situaciones que puedan poner en riesgo su integridad y la de los consumidores.

“Tenemos un amigo en común que Sabe Vivir y Sabe Beber”

En alianza con Caracol Social continuamos con nuestra campaña, que busca invitar, con mensajes de moderación en diferentes emisoras del país, a los colombianos a planear la rumba, y brinda consejos prácticos para el antes, durante y después. Hasta marzo del 2012, la alianza facilitó la difusión de los mensajes en las emisoras de Caracol Radio, en el marco de las principales ferias y fiestas a nivel nacional.

La campaña se ha desarrollado en emisoras juveniles con cobertura



nacional, en las cuales sus locutores, quienes cuentan con un acercamiento mayor al público joven, transmiten regularmente mensajes de un consumo moderado y de una cultura de vida saludable.



Desplegamos esta iniciativa a 420 empresarios de Villavicencio, Santa Marta y Cartagena, con el apoyo de la Secretaría de Gobierno de Villavicencio, la agremiación de comerciantes Undeco y las alcaldías de Cartagena y Santa Marta.

Sumamos 1.170 establecimientos entrenados a nivel nacional.

Qué hicimos en el 2012

Comunicación Comercial Responsable

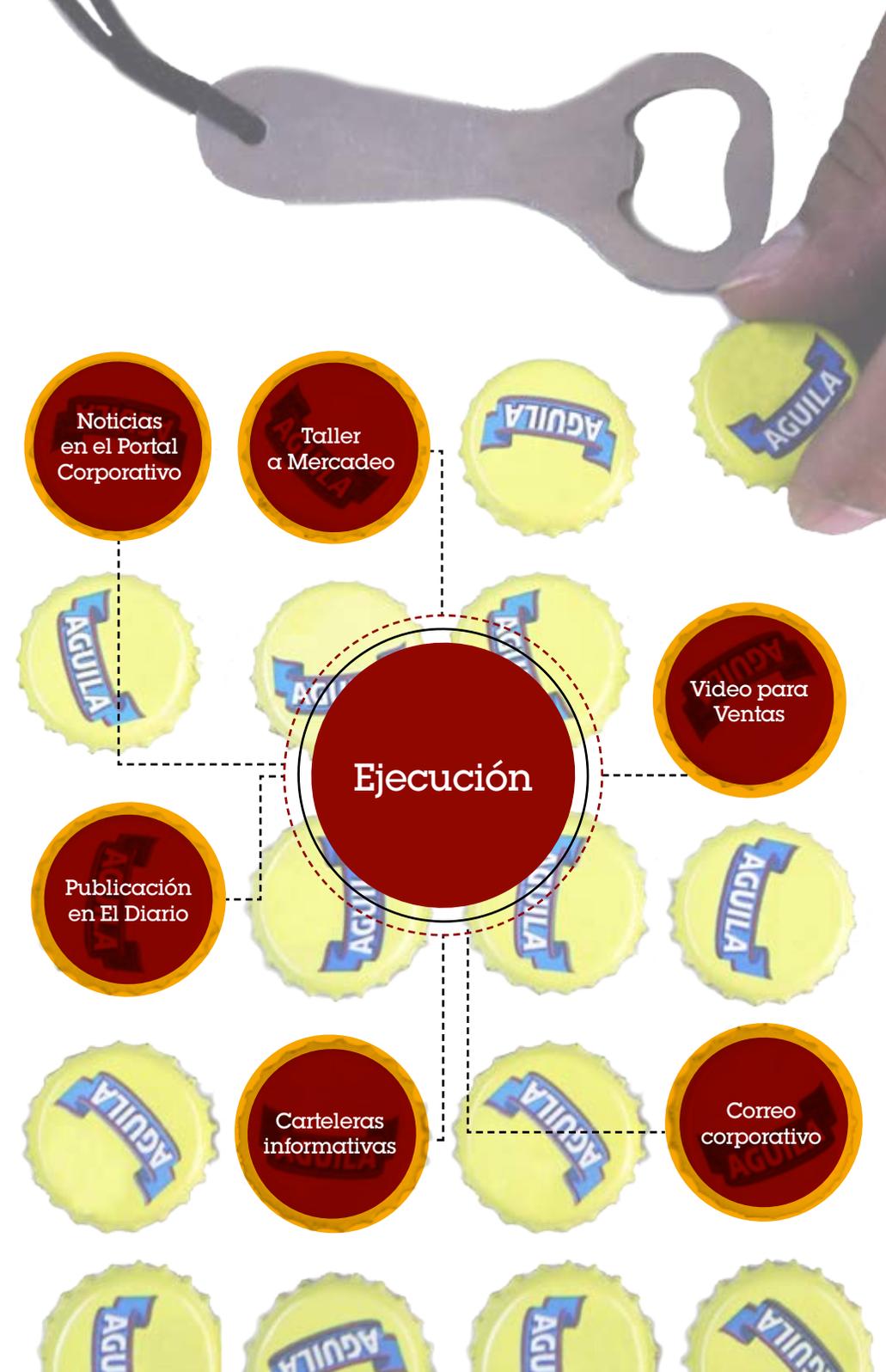
Las comunicaciones comerciales de Bavaria no pueden contener imágenes que asocien el éxito social o sexual al consumo de nuestros productos, contenidos que involucren imágenes de violencia o que afecten a algún grupo cultural, étnico o religioso, los cuales están regulados o expresamente prohibidos, dentro del marco de las buenas prácticas que promueve SABMiller para todas sus operaciones a nivel mundial.



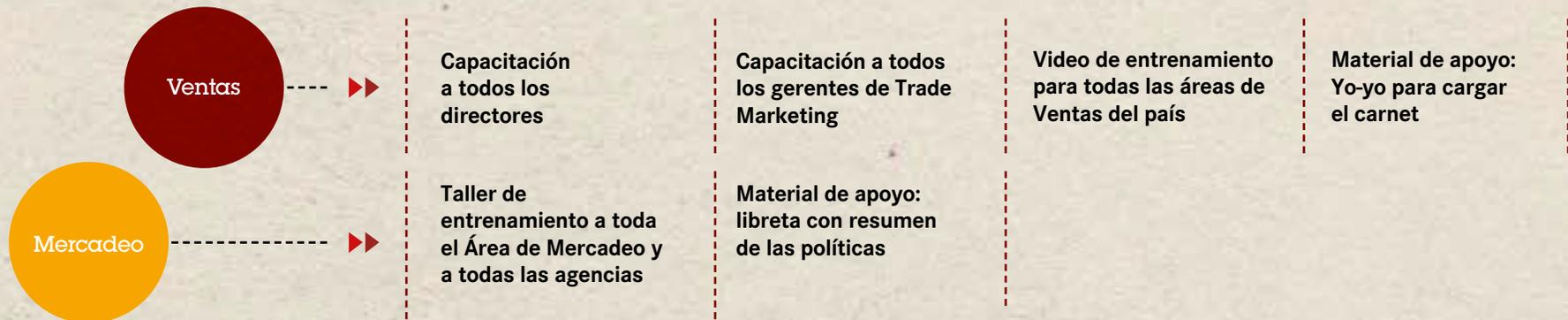
Contamos con la Política de Alcohol, que regula nuestro accionar en el interior de la Compañía, en materia de comunicación comercial, ventas, promociones y mercadeo.

Las directrices que componen esta política están en continua transformación, renovándose a partir de las innovaciones de la sociedad.

En el 2012 publicamos las actualizaciones de nuestra Política de Alcohol, así como la nueva Guía de Cumplimiento para Colocación de Medios en nuestro Sistema de Gestión Documental, para garantizar que cada uno de nuestros colaboradores tenga acceso a dicha información. Adicionalmente, llevamos a cabo una serie de acciones dirigidas a los empleados, encaminadas a lograr su involucramiento en los cambios de la Política de Alcohol.



Acciones tendientes a capacitar a nuestros empleados



Con miras a garantizar la mayor transparencia con nuestros grupos de interés, así como para incentivar su participación en la autorregulación de nuestra publicidad y mercadeo de bebidas alcohólicas, transmitimos nuestra Política de Comunicación Comercial en www.bavaria.co/consumoresponsable.

En el 2012 actualizamos nuestra Política de Comunicaciones Digitales (POCC), por medio de la cual regulamos el contenido de la información que puede ser compartida a través de pautas publicitarias, así como la aprobación de las redes sociales en las cuales participamos, cerciorándonos de que incluyan validaciones de edad.

El Comité de Comunicación Comercial (por sus siglas en inglés "SMCC") reportó la verificación de 166 campañas comerciales durante el año 2012, de las cuales 101 fueron aprobadas, 29 se requirieron con modificaciones y 36 fueron rechazadas, por no cumplir con los requerimientos de las políticas. Asimismo, 28 agencias de publicidad, de investigación de mercados, de colocación de pauta en medios o agencias digitales recibieron los procesos de inducción o actualización de las políticas, con la participación de 146 personas.



Caso ▼	Asunto ▼	Respuesta ▼	Acciones adoptadas ▼
<p>Promoción LG & Club Colombia</p>	<p>Promoción en internet de las dos marcas, que tenía un concurso relacionado con el producto, y la imagen de apoyo era una familia, incluido un menor de edad.</p>	<p>Se revisó la pieza y se encontró que la petición es procedente.</p>	<p>El comité solicitó a la marca el ajuste inmediato de la pieza. La marca eliminó al menor de edad de la pieza publicitaria, ubicó las leyendas legales e hizo explícito que la promoción es exclusivamente para mayores de edad.</p>
<p>Póker “el amigo que une a los amigos”</p>	<p>Se expresó preocupación por el lema “Póker el amigo que une a los amigos”, por abrir la posibilidad de relación con la bebida como una forma de amistad.</p>	<p>El comité revisó la campaña, y considera respetable la opinión de quien coloca la queja; sin embargo, entiende que la campaña presenta la cerveza como una opción para compartir con amigos y socializando.</p>	<p>Se revisó la pieza comercial y se consideró que aunque la opinión es totalmente respetable, la cerveza es una bebida de bajo contenido alcohólico, que puede acompañar los momentos de socialización entre adultos. La Compañía asegura que no promueve el consumo abusivo entre adultos y el compromiso es claro: Cero Tolerancia con el Consumo de Alcohol para Menores de Edad. El comité tomó la decisión de mantener la aprobación del concepto comercial.</p>
<p>Promoción 21 millonaria Póker</p>	<p>En Youtube hay un comercial de la promoción 21 Millonaria Póker, que no hace explícito que la promoción está dirigida a mayores de edad con cédula.</p>	<p>El comité establece que el comercial de la promoción tiene correctamente las leyendas legales; sin embargo, en materia de autorregulación publicitaria, en la aprobación previa del comercial se solicitó a la marca que llevara explícito que era una promoción para mayores de edad. El comercial que salió al aire en televisión lleva la advertencia; sin embargo, en el canal de Youtube quedó una copia anterior, que contiene solo las leyendas legales; se solicitó actualizarla por la pieza que contiene la advertencia adicional que se usó en medios.</p>	<p>El comité revisó la queja y estableció que el comercial que salió al aire cumplía con los requerimientos de ley, y a su vez que la denuncia era procedente, porque la pieza colgada en Youtube no tenía la advertencia de que era para mayores de edad, que se está incluyendo como auto-regulación. La queja es procedente, se toman los correctivos necesarios y se procede a dar respuesta.</p>





Caso ▼	Asunto ▼	Respuesta ▼	Acciones adoptadas ▼
Degustación Club Colombia en Carulla	Denuncia sobre la degustación de Club Colombia en Carulla de la calle 100 con carrera 17 en Bogotá, en la que menores de edad recibieron la bebida.	La Compañía emitió desde el 1° de abril del 2011 el protocolo para control de degustaciones y activaciones, el cual fue socializado con las agencias que realizan dicha actividad; allí se establece que las degustaciones serán dirigidas exclusivamente a mayores de 18 años, y que en caso de existir duda sobre la edad, se deberá exigir la cédula para poder entregar la degustación. Se adjuntó una foto, en la que no es posible establecer la edad de la persona que recibe la degustación, y el protocolo empleado por la persona que la entrega; sin embargo, la Compañía, en su proceso de mejoramiento, incluyó una cláusula legal en los contratos con las agencias, que le permitirá sancionar económicamente o con la terminación del contrato a aquellos operadores que no cumplan de manera estricta con las políticas de Bavaria.	La Compañía contacta al área encargada de la degustación, para establecer si se ha entregado el protocolo a las agencias respectivas. Igualmente, el área Jurídica involucra en los nuevos contratos de las agencias la cláusula que exige el cumplimiento de las políticas, y las sanciones que se podrían implementar en caso de comprobada falta. Adicionalmente, la Compañía incorporará un proceso de auditoría interna para establecer si las actividades programadas están cumpliendo con el protocolo, para garantizar que el producto solo llegue a mayores de edad.
Publicidad de Pilsen en “Feria de las Flores”	La denuncia hace referencia a la transmisión de publicidad de la marca Pilsen en franja familiar, durante la transmisión de la Feria de las Flores por los canales regionales Telemedellín y Teleantioquia.	El comité de cumplimiento hace la verificación de la denuncia, y encuentra que la pauta de la referencia está enmarcada dentro de las disposiciones del acuerdo 001 de la Comisión Nacional de Televisión, en los artículos 3° y 4°, en lo que respecta a publicidad promocional.	Se verifican los términos legales, se establece la legalidad de la pauta mencionada, se emite la respuesta y se adjunta la reglamentación que establece la legalidad de la pauta en mención.

Don Chucho

“Soy un tendero, pero ante todo soy un papá y un amigo en común que se preocupa por cuidar a sus amigos. No vendo alcohol a menores de edad y trabajo con padres, educadores, establecimientos, ONG y entidades gubernamentales en concientizar a los tenderos y a la comunidad adulta sobre la importancia de promover un consumo de alcohol seguro, responsable y moderado. En el 2012 acompañé a Bavaria en varios eventos, para ampliar el alcance de nuestros principios y prioridades a lo largo del país”.

Eventos nacionales

En el 2012 contamos con el acompañamiento de Don Chucho en los eventos celebrados a lo largo del país; nos aproximamos a los equipos de ventas, a los cuales les repartimos abanicos y folletos sobre moderación y regreso seguro. Adicionalmente, realizamos una ronda de medios de comunicación, dos días antes de la celebración del evento, en la cual contamos la ejecución y acompañamiento de Bavaria en este.



Facebook Don Chucho

En el 2012 habilitamos el Facebook de Don Chucho; publicamos todos los eventos en los cuales participa y mantuvimos a todos nuestros grupos de interés informados sobre sus mensajes e iniciativas.

▶▶ [facebook.com/DonChuchoBavaria](https://www.facebook.com/DonChuchoBavaria)



Vinculamos la Feria Escudos del Alma Red Papaz en las ciudades de Pereira, Cali y Medellín.



Participamos en el Foro de Consumo de Sustancias, junto a la Alcaldía de Manizales, la Gobernación de Caldas, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito y el Ministerio de Salud y Protección Social.



Realizamos una campaña con nuestros trabajadores de las plantas de Tocancipá, Unión, Boyacá y Cali, con el fin de que estos se conviertan en multiplicadores del mensaje de consumo responsable de la compañía.



Celebramos el Día del Tendero en Bogotá, en Corferias. Establecimos a Don Chucho como la “voz de la conciencia” para todos los tenderos a nivel nacional.



El ejemplo comienza en casa

En el marco de la Feria de las Flores versión 2012, 24 trabajadores de Cervecería Unión salieron a las zonas de rumba para entregar a los consumidores asistencias de conductor elegido gratuitas y garantizar su regreso seguro; asimismo, entregaron mensajes de moderación.

Mirando hacia el futuro

- ▶▶ Ampliar la cobertura de los programas a otras zonas del territorio nacional.
- ▶▶ Recibir los resultados de los programas adelantados para continuar realizando ajustes que nos permitan mejorar los impactos que logramos.
- ▶▶ Encontrar aliados estratégicos para llevar los mensajes a más personas.
- ▶▶ Trabajar en alianza con FENALCO, para incluir en la formación de tenderos los asuntos relacionados con prácticas de venta responsable.

Actividades destacadas ▶▶

Menores

Tropezones
Camisetas +18 PV
Stickers +18 Retailers
Ronda de Medios
Cartillas para padres
Pony Feria

Consumo responsable

Volantes
Agua
Alianza comida
Stickers no me excedo
Cartillas Saber Vivir, SB

Regreso seguro

Conductores elegidos
Alianzas Taxi Seguro
Equipo Logística
Voluntariado trabajadores





Producir más
cerveza usando
menos **AGUA**

Producir más cerveza usando menos agua

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



La escasez de agua se perfila como una problemática de trascendencia global, y representa un riesgo potencial para la Compañía, nuestros proveedores agrícolas e incluso para la generación de la electricidad requerida por nuestras plantas.

Teniendo en cuenta esto, continuamos ejecutando una estrategia para reducir el consumo en nuestros procesos, aumentar la reutilización del agua y el reciclaje, el óptimo control de vertimientos, la conservación de las fuentes hídricas y el monitoreo continuo de los riesgos de escasez en las cuencas donde operamos.



Conservación

En la actualidad existen diversas amenazas sobre las cuencas hídricas en varias regiones del país, algunas de las cuales se originan a raíz de las dinámicas productivas de las comunidades asentadas en sus alrededores.

A través de nuestra iniciativa de protección de cuencas, implementamos acciones

tendientes a la restauración, y a la eliminación de los factores limitantes y tensionantes, con el fin de garantizar la continuidad de estas áreas como generadoras de bienes y servicios imprescindibles e insustituibles, como la regulación del agua, del clima y de los gases de efecto invernadero.

En el 2012 adelantamos las siguientes actividades, en el marco de nuestra iniciativa:

Protección de los ecosistemas existentes.

Fortalecimiento de los aspectos sociales, culturales y ambientales de las comunidades adyacentes a las cuencas, para generar en estas un sentido de pertenencia y apropiación de los ecosistemas.

Favorecimiento del crecimiento de especies nativas en las zonas afectadas por los factores tensionantes.

Mantener la continuidad y la aplicación de correctivos y mejoras tendientes al logro de los objetivos de restauración, preservación y/o conservación.

Cuenca alta del río Cauca, Cauca

Cuenca alta del río Suratá, Santander

AGUA SOMOS, parques naturales de Chingaza, Sumapaz y cuenca alta del río Bogotá

Arroyo Guayepo, Cartagena

¿Qué es?

Proyecto adelantado en alianza con el Fondo del Agua para la Vida y la sostenibilidad. Liderado por Asocaña, Corpopaló y los resguardos indígenas de Tacueyó, Toribío y San Francisco.

Proyecto adelantado en alianza con la CDMB, en el municipio de Vetas, área incluida en la zona declarada Parque Natural regional del páramo de San Turbán, con el fin de garantizar la preservación y la restauración pasiva de áreas generadoras de agua.

Fondo de agua constituido por la EAAB, TNC (The Nature Conservancy), Parques Nacionales Naturales y Bavaria para preservar las fuentes de agua de la región capital.

El proyecto fue desarrollado con la Fundación Planeta y Vida y Syngenta, a través de su programa Ecoaguas.

Indicadores de desempeño

Se hizo un aporte de 100 millones de pesos, ejecutado en:

- 15 km de aislamientos ribereños
- 6 nacimientos de agua protegidos
- 12 hectáreas de bancos de proteínas para ganadería sustentable
- 12 huertas caseras para seguridad alimentaria
- 21 hectáreas aisladas para regeneración natural
- 6.000 árboles sembrados en cerca viva y/o repoblación del bosque
- 22 bebederos sustitutos de agua para ganado
- Seguimiento y acompañamiento técnico a 26 fincas.
- 40 familias de la etnia NASA se vieron beneficiadas de manera directa.

- Se aportaron 25 millones de pesos, a través de los cuales aislamos 175 hectáreas en el área lagunar del predio de Cuntas.
- Celebramos una alianza con GIZ (agencia de corporación Alemana) y Corponor, mediante la cual desarrollamos las estrategias sociales para soportar la solicitud de la declaratoria del páramo como Parque Natural; aportamos 50.000 dólares.
- En el 2012 logramos el 70% de los estudios técnicos requeridos para declararlo un área protegida; completamos en un 25% nuestro objetivo de generar conciencia pública sobre la importancia del proyecto y alcanzamos un 40% de apoyo por parte de entidades públicas de las zonas influenciadas, directa o indirectamente, por el páramo.

- Identificación de proyectos de restauración ecológica participativa y de mejoramiento de condiciones ambientales, los cuales es prioritario ejecutar en municipios alrededor del área de acción de Agua Somos.
- Culminación del proyecto piloto que definió el protocolo de planeación e intervención en la cuenca del río Chisacá, el cual identificó las zonas de conservación, restauración, recuperación y uso sostenible.
- Acercamiento a las autoridades ambientales que tienen injerencia en el territorio, Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca - CAR, Corporación Autónoma Regional del Guavio - Corpoguavio, Gobernación de Cundinamarca.

- Reforestamos 17.000 árboles en el arroyo Guayepo, zona norte de Cartagena, con plántulas cultivadas en los viveros comunitarios del barrio Policarpa.
- Invertimos 28 millones de pesos.
- Capacitamos a los líderes comunitarios para que les entreguen a las comunidades el cuidado de los árboles cuando alcancen una altura de 1,20 metros.



Reducción

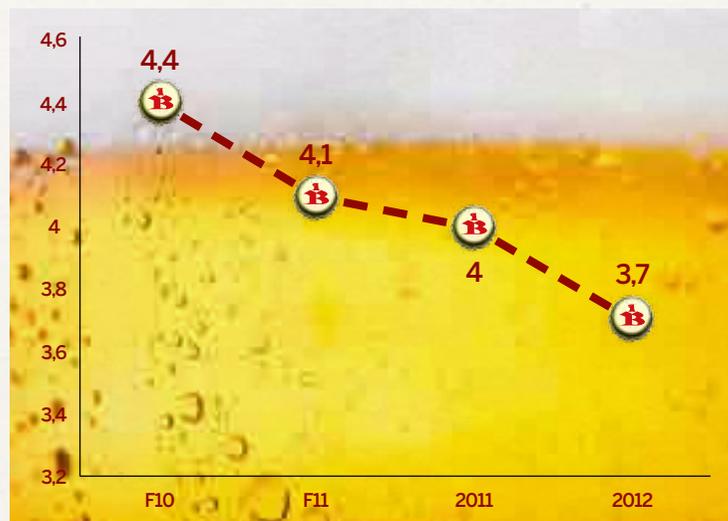


En los últimos años hemos reducido el consumo de agua en nuestras operaciones, gracias al compromiso del personal y a la promoción de buenas prácticas técnicas y culturales, lo cual ha contribuido a la preservación de este recurso.

Las principales reducciones en consumo de agua, entre el 2011 y el 2012, están localizadas en las áreas de cavas y embotellado, en las que a pesar de no haber renovación en la tecnología, han presentado grandes avances en el uso eficiente del agua.

Área	Consumo de hectolitro de agua/hectolitro de cerveza		Principales acciones
	2011	2012	
Cavas	0,63	0,53	Estandarización procesos CIP, mejora en sistemas de automatismo
Embotellado	0,90	0,84	Instalación sistemas de recirculación y enfriamiento de agua en las bombas de vacío, balances térmicos para reducir flujos de vapor y agua

Índice de consumo de hectolitro de agua/hectolitro de cerveza envasado en la elaboración de cerveza de todas nuestras operaciones



-●- Bavaria

Consumo de agua por fuentes de suministro (M3) en la elaboración de cerveza y cebada malteada



M3	F10	F11	2011	2012
Total de agua consumida	10.636.383	9.189.944	9.651.113	9.317.546
Total de agua consumida de fuentes de agua superficial	8.154.466	8.809.866	9.289.204	8.832.657
Total de agua consumida de empresas de servicios públicos	2.481.917	380.078	361.709	484.889



Reciclaje

Gracias a nuestro proceso de tratamiento de agua residual, implementado en Tocancipá, en el 2012 alcanzamos la calidad de agua que se requiere para los procesos de lavado, limpieza, operación de bombas de vacío, lavado de cajas, compensación de pasteurización y áreas de servicio; con este proceso reciclamos el 8,09% del volumen

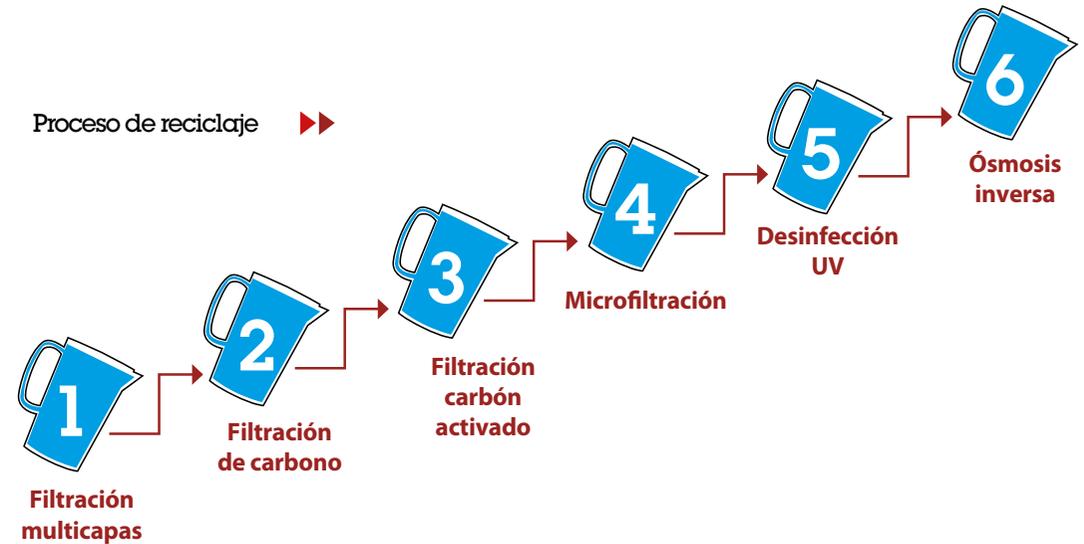
de agua consumida por la cervecera para su operación.

Entendemos la importancia que tiene el reciclaje en cuanto a la conservación del recurso hídrico; por esto, se tienen planes para poder replicar el modelo de Tocancipá en todas las plantas con las que contamos en el país.



Planta de ósmosis inversa para el reciclaje de agua en la Cervecera de Tocancipá

Proceso de reciclaje ▶▶



Volumen de agua recuperada en Tocancipá ▶▶
(todas las unidades en metros cúbicos)

Periodo	Agua recuperada	Volumen de agua consumida	% de agua reciclada
2010	246.461	2.857.098,63	8,6
2011	258.026	3.604.752	7,5
2012	273.135	3.366.729	8,09

El aumento del volumen nominal de agua recuperada y del consumo de agua en la cervecera de Tocancipá se explica por la ampliación de la capacidad de producción a 9,4 mill HI/año en el 2012.

Vertimientos

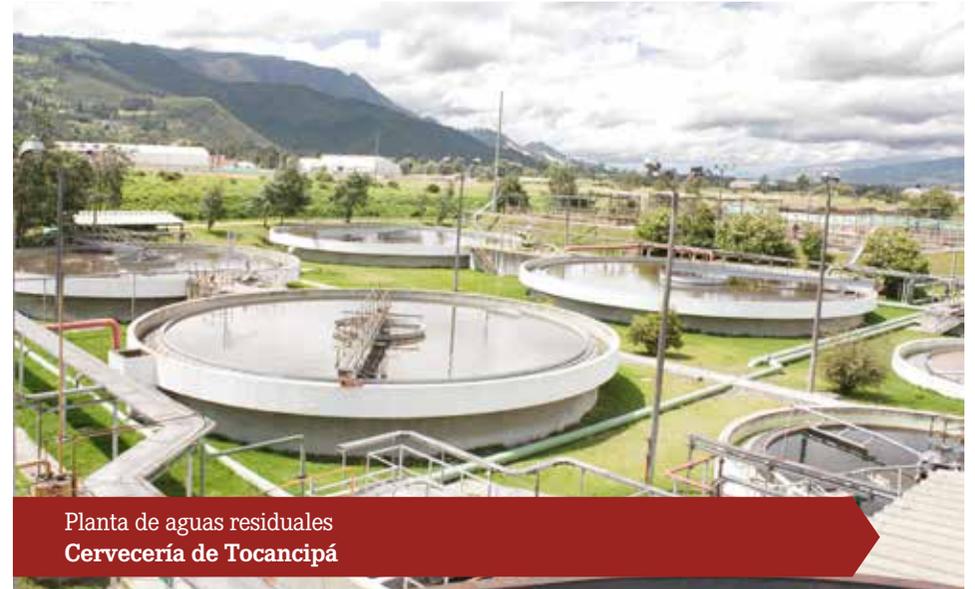
En las plantas de Tocancipá y Tibitó contamos con un esquema completo de tratamiento de agua residual, el cual se ha estandarizado para que cuente con un tratamiento primario, sistemas anaerobio y aerobio, y pulimento fisicoquímico, los cuales son un objetivo propuesto por SABMiller para alcanzar valores de DQO inferiores a 70 partes por millón, estándar más exigente en algunos casos que la norma local.

En la planta de Medellín no contamos con una planta de tratamiento de aguas residuales; en cambio, tenemos una planta de neutralización, la cual dirige el agua al alcantarillado del municipio para que posteriormente sea tratada por la planta municipal; en nuestras plantas de Boyacá, Bucaramanga y Maltería Tropical el proceso de tratamiento llega hasta la etapa anaerobia. En la Cervecería del Valle y la Cervecería de Barranquilla disponemos del proceso hasta el sistema aerobio.

Durante el 2012 se inició la ejecución del proyecto de reducción de DQO en las cervecerías del Valle, Barranquilla y Bucaramanga. En las dos primeras se realizó una actualización de los reactores aerobios a tecnología MBBR (Mobile bed bio reactor), y en Bucaramanga se instaló un reactor con tecnología MBBR. Se espera tener estas plantas de tratamiento en plena operación en el 2013.



Planta de aguas residuales
Cervecería del Valle



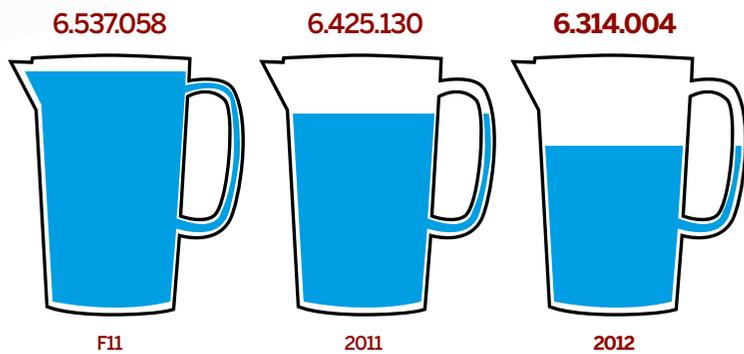
Planta de aguas residuales
Cervecería de Tocancipá



Laboratorio planta de aguas residuales
Cervecería de Tocancipá

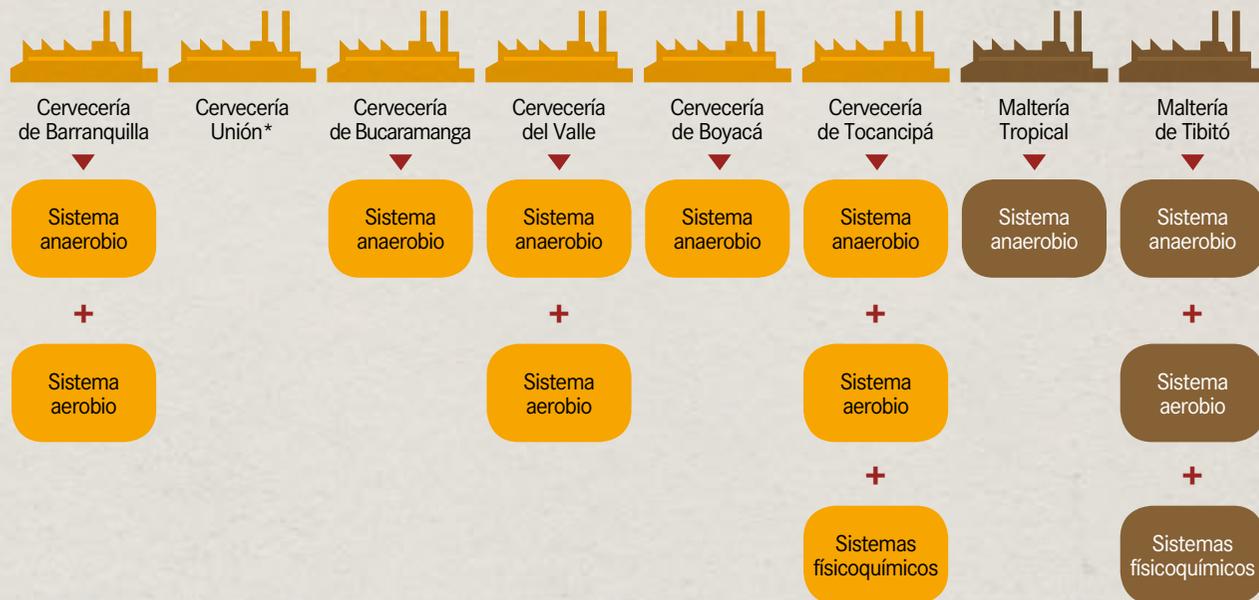


Agua vertida, m³ ▶▶



Nota: Se ajusta la cifra reportada de agua vertida por la industria en el F11, porque se cometió un error de unidades en el cálculo del volumen total.

En nuestras cervecerías y malterías, las plantas de tratamiento de aguas residuales cuentan con los siguientes sistemas: ▶▶



*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.



DQO promedio en el punto de descarga ▶▶



■ Partes por millón

La DQO se ha incrementado en las plantas del Valle y Barranquilla, ya que durante el año hemos estado en el proyecto de complementación de las PTAR dentro del proyecto de reducción de DQO.



Mirando hacia el futuro

Nos hemos impuesto unas metas ambiciosas frente al consumo de agua para los próximos años:

(HI de agua/hl de cerveza)	F13	F14	F15	F16
Barranquilla	3,80	3,65	3,50	3,40
Boyacá	3,33	3,30	3,27	3,20
Bucaramanga	3,50	3,40	3,30	3,25
Medellín	3,70	3,60	3,50	3,45
Tocancipá	3,60	3,50	3,44	3,35
Valle	3,40	3,14	3,10	3,10
Colombia	3,58	3,48	3,39	3,31

Definir el plan de cumplimiento para todas nuestras plantas de tratamiento de aguas residuales, una vez que sean formalizados los nuevos estándares de vertimientos contemplados en la resolución 3930.

Al final del año 2014 lograr una DQO promedio de la industria del agua vertida entre 125 y 100 partes por millón.

En el 2014 completar el relacionamiento con las seis Corporaciones Autónomas Regionales (CAR), de tal forma que Bavaria esté apoyando iniciativas de protección, conservación y/o restauración en las cuencas donde se ubican nuestras plantas.

En el 2014 ampliar la medición de la huella del agua de producto de nuestra marca Águila, a las demás marcas main stream, Póker, Costeña y Pilsen.

CO₂

Reducir
nuestra huella de
ENERGÍA
y de carbono

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Reducir nuestra huella de energía y de carbono

Conscientes de los efectos del cambio climático para nuestras operaciones, mitigamos su influencia gracias a la ejecución de nuestra estrategia integral, compuesta por el uso eficiente de energía, reducción de emisiones de CO₂, aumento de la proporción de energía renovable y disminución de la huella de carbono de nuestros productos; se incluyen también en esta estrategia las emisiones producidas por nuestra flota propia de distribución y el uso de refrigerantes en las neveras que tenemos en el mercado.

Energía

En el 2012 tuvimos una mejora en el consumo de energía total, la suma de la energía eléctrica y térmica consumida, debido a:

Mejora de eficiencia en sistemas de generación de vapor, principalmente en Cervecería del Valle, por el cambio de combustible de carbón a Gas Natural.

Retiro, a partir de septiembre, de la operación de secado de afrecho de las cervecerías.

Mejora en los sistemas de manejo de vapor en los salones de embotellado y sala de cocimientos, áreas que consumen más del 80% del vapor producido.



Salón de embotellado Cervecería Barranquilla



Máquinas pasteurizadoras de la Cervecería de Tocancipá



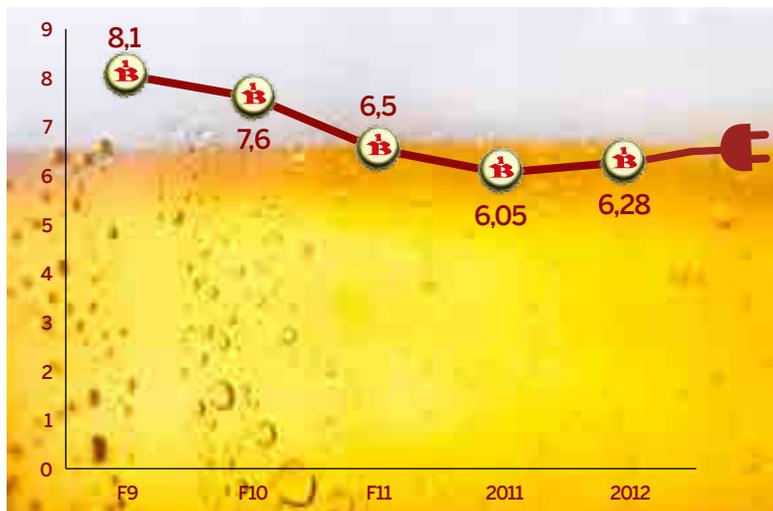
Sala de máquinas ubicada en la Cervecería de Bucaramanga. Calderas de biogas y gas natural, respectivamente



Sala de cocimientos en la Cervecería del Valle

	F10	F11	2011	2012
	MJ/HI	MJ/HI	MJ/HI	MJ/HI
Energía total	142.96	131.46	140.70	124.44

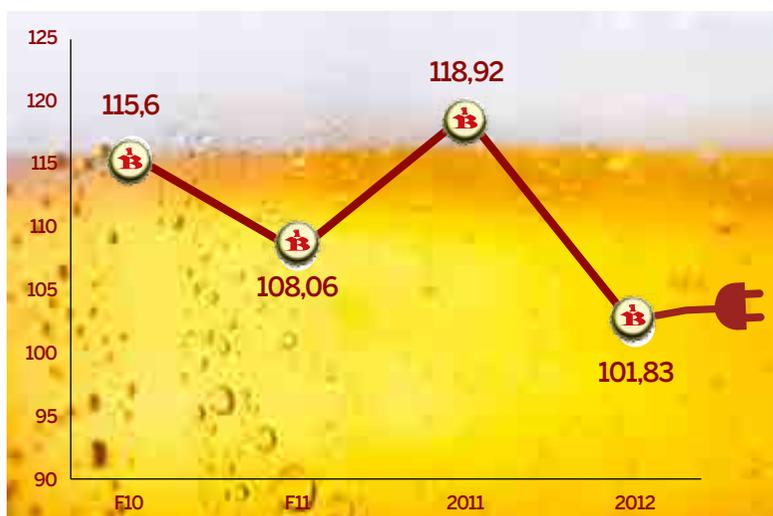
Energía indirecta Consumo de energía
KW-h/Hl de cerveza envasado



● - Energía eléctrica (SIN)

Comprada al Sistema de Interconexión Nacional-SIN

Energía directa Consumo Mj de
energía/Hl de cerveza envasado



● - Energía eléctrica (SIN)

Se presenta un incremento en el consumo de electricidad entre el año 2011 y el 2012, pues la generación de energía eléctrica por COGENERACIÓN en la cervecería de Barranquilla se redujo en el 2012, lo que implicó una mayor compra de electricidad, de modo que se aumentó el unitario de consumo por hectolitro.

La mayor reducción en el unitario de energía indirecta (correspondiente a la energía térmica) en el 2012 se debió a la reubicación de las compañías que anteriormente realizaban el secado de afrecho in-house; por lineamientos corporativos, este consumo de energía debía contabilizarse como usado en la elaboración de cerveza, por encontrarse el secado de afrecho en el interior de las fábricas.



Energía térmica directa producida a partir de fuentes no renovables ▶▶

Tipo de combustible	F10		F11		2011		2012	
	MJ	%	MJ	%	MJ	%	MJ	%
Gas Natural	2.047.699.160	64,99	1.805.034.804	63,90	1.779.567.204	71,30	1.835.665.706,01	78,6
Carbón	971.030.946	30,82	978.050.801	34,60	734.539.100	28,61	499.107.661,38	21,4
Fuel Oil y ACPM	131.850.421	4,18	41.814.880	1,50	3.450.476	0,09	854.784,00	0,04
Total	3.150.580.527	100	2.824.900.485	100	2.517.556.780	100	2.335.628.151,39	100

Se corrigen en este informe las cifras reportadas en el año 2011, ya que se consideraron solo 9 meses de ese año en la consolidación de los datos.



Energía renovable



Generador de energía eléctrica accionado por turbina hidráulica



La energía renovable que usamos la compone la energía eléctrica proveniente de la hidrogenación de la turbina en la planta de Medellín, la producida desde las hidroeléctricas del Sistema de Interconexión Nacional (SIN) y la obtenida a partir de la recuperación de biogás en nuestras plantas de tratamiento de aguas residuales.

Producción de energía de fuentes renovables ▶▶

Planta	Fuente	F11	2011	2012
Bucaramanga		11.154.706	12.298.700	9.282.473
Tocancipá	Biogás recuperado	0	0	14.004.305
Valle		0	18.890.718	12.855.802
Medellín	Turbina hidroeléctrica	2.145.573	1.946.742	2.140.017

MJ

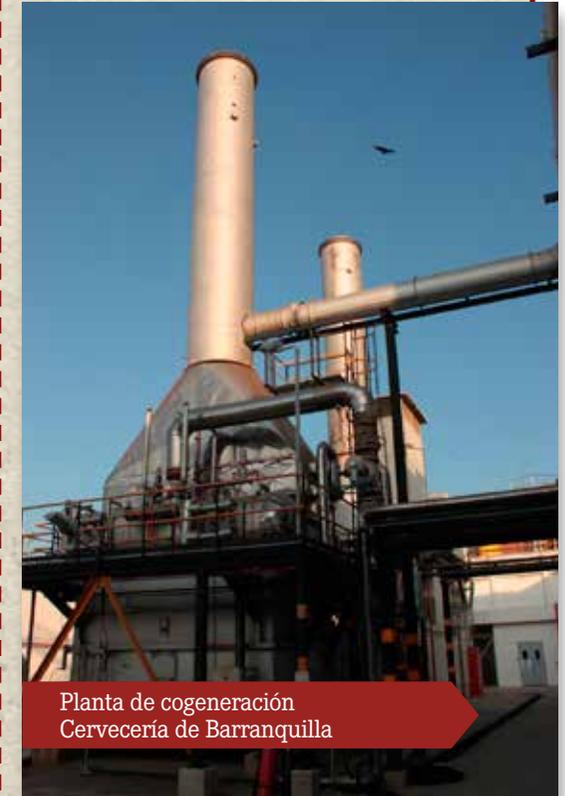
Se presentó una reducción en la cantidad de biogás generado en las cervecerías del Valle y Bucaramanga, por los proyectos de complementación de las plantas de tratamiento de aguas residuales. Estas reducciones se vieron compensadas por la entrada en operación, en el 2012, del sistema de recuperación de biogás en la cervecería de Tocancipá, a partir de los dos reactores anaerobios IC (Internal Circulation) de su planta de tratamiento de aguas residuales.

El total de energía renovable corresponde a un 15% del total del mix de energía utilizado en la industria; en este valor se incluye la energía comprada a la red de distribución y que proviene de la hidrogenación.

Emisiones



Panorámica Cervecería de Tocancipá



Planta de cogeneración
Cervecería de Barranquilla

Estamos enfocados en alcanzar las metas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero a las cuales se ha comprometido SABMiller; en ellas se establece que para el 2020 debemos llegar a la mitad de las emisiones que teníamos en el 2008, a pesar del crecimiento orgánico de la producción.



Dióxido de carbono (CO₂)

La emisión de CO₂ proviene del uso de la electricidad generada en termoeléctricas y comprada al Sistema de Interconexión Nacional (SIN) de combustibles fósiles en las plantas y de la flota de distribución propia que transporta nuestros productos.

La mejora en las emisiones de CO₂/HI de cerveza entre el 2011 y el 2012 obedece a:



Reducción del consumo de energía.

Cambio de combustible en el Valle, de carbón a gas natural.

Entrada en servicio del sistema de aprovechamiento de biogás en Tocancipá.

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



F11	2011	2012
kg de CO ₂ /HI	kg de CO ₂ /HI	kg de CO ₂ /HI
7,86	7,52	6,7

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



F11	2011	2012
kg de CO ₂ /TN	kg de CO ₂ /TN	kg de CO ₂ /TN
238,03	222,79	205,44

Nota: Las cifras de F09, F10 y F11 están calculadas según la metodología base de cálculo de factores XM (energía eléctrica del sistema de interconexión nacional) y FECOC (combustibles).

Flota de transporte

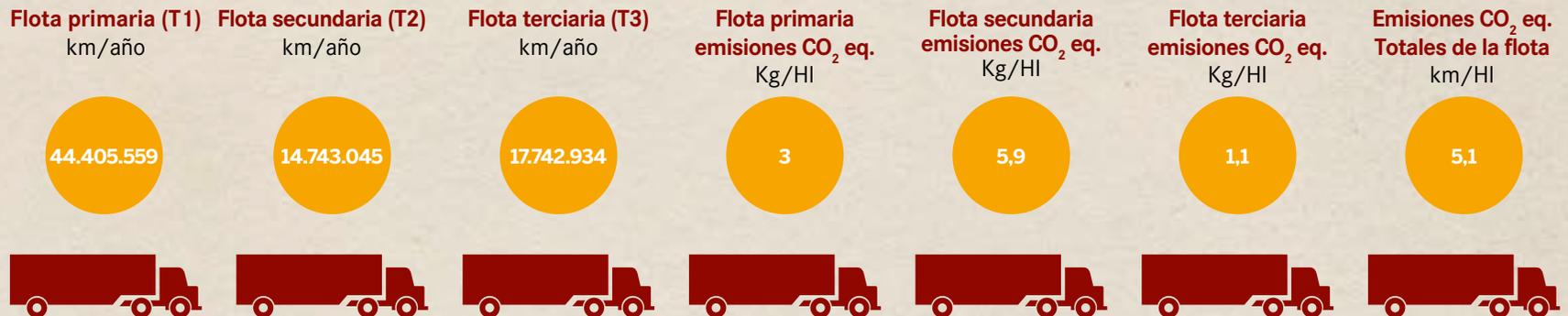
El planeta afronta una seria problemática con el progresivo cambio que viene sufriendo el clima a consecuencia de la emisión de gases, que ocasiona el efecto invernadero. Por tal razón, en Bavaria estamos comprometidos con el cuidado del

medioambiente, no solo porque es vital para la sostenibilidad de la sociedad, sino también porque resulta negativo a largo plazo para nuestro negocio, ya que los recursos que se encuentran en el medioambiente (agua y agricultura) son la fuente principal de nuestros productos.

Por esta razón, nuestros esfuerzos están direccionados a alcanzar las metas de SABMiller sobre la reducción de emisión de gases de efecto invernadero, las cuales fijan que para el 2020 debemos llegar a la mitad de emisiones que teníamos en el 2008.



Periodo
2012

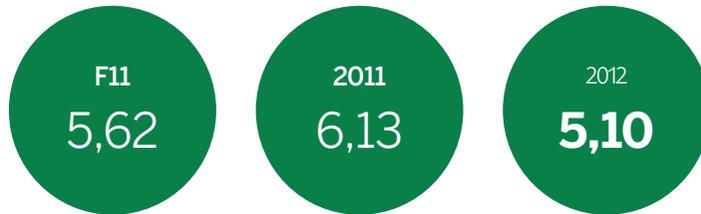




Emisiones de CO₂ de la distribución primaria y secundaria de camiones, con base en el combustible consumido y los kilómetros recorridos



Emisiones CO₂ eq totales de la flota de distribución kg/HI



La reducción de las emisiones de CO₂ en el 2012 se explica porque no se presentaron las condiciones extremas del año 2011, relacionadas con la ola invernal y el mal

estado de las vías, además de todos los programas enfocados en la optimización de la flota y la reducción del consumo de combustible.



Rendimiento
Combustible Lt / 100 km



Iniciativas para reducir las emisiones de la flota de transporte

Durante el 2012 se desarrollaron las siguientes actividades, que se reflejaron en la reducción del unitario de emisiones de CO₂ por la distribución de nuestros productos.

Reajuste de la cantidad de galones que se le asignan a cada ruta, asegurando la reducción en el uso de combustible, el cual es verificado mediante el análisis de los reportes de consumo enviados por el proveedor de combustibles y la información de los módulos electrónicos de los vehículos, que se obtiene vía satelital.

Verificaciones mecánicas de forma periódica a la flota, para identificar las posibles fallas que generan el uso adicional de combustible. Además, hemos adquirido tecnología de punta para realizar los diagnósticos y capacitar al personal técnico.

Reducción de la velocidad máxima de 80 km/h a 73 km/h; debido a la menor velocidad hay una menor resistencia aerodinámica, de modo que se genera menos consumo de combustible.

Diplomado de "Conductores Profesionales": es un entrenamiento en técnicas de conducción, el cual permite que el conductor conozca el vehículo, sus herramientas y configuración en torno al ahorro de combustible.

Pruebas de consumo de combustible en las rutas con mayores números de viajes mensuales. De esta forma se aplican pruebas de conducción económica, que se comunican al conductor de cada vehículo.

Buenas prácticas

Uno de nuestros motores es ser día a día más eficientes y eficaces, por eso en el 2012 se desarrollaron dos iniciativas, que permitieron la reducción del uso de combustible:



La entrada en operación de 30 supersiders en la rutas Yumbo-Medellín y Yumbo-Bogotá, con lo que se transportó una mayor cantidad de hectolitros (Hl) por kilómetro (km) recorrido; así se redujo la cantidad de viajes y, por ende, el consumo de combustible y las emisiones de CO₂. Entre muchas otras ventajas, resaltamos:

Reducción en tiempos de atención

Menor tiempo en uso de montacargas

Menor manipulación del producto

Considerando el desarrollo de vías de doble calzada en Colombia, se implementó un piloto con un interlink o bi-tren en la ruta Yumbo-Armenia, para reducir el costo en el transporte de producto y, por ende, el consumo de combustible y las emisiones de CO₂ por Hl transportado. Además de la mejora en los impactos

ambientales, se logró un ahorro \$1.510.646.772.

El ensayo culminó con tan buenos resultados, que en el 2014 se tramitarán los permisos para implementar el mismo tipo de transporte en las rutas Yumbo a Pereira, Tocancipá a Bogotá y Duitama, y de Barranquilla a Santa Marta y Cartagena.

Neveras ambientales amigables

La responsabilidad ambiental se extiende a los equipos de frío que apalancan buena parte de nuestra presencia en el mercado; estimamos cerrar el año fiscal en abril del 2013, con 163.000 equipos de este tipo en el mercado.

Buscando el mejor desempeño ambiental posible, nos concentramos en buscar equipos con un excelente rendimiento en:



Consumo de energía

Hoy en día los equipos que entrega Bavaria a sus clientes consumen en promedio un 40% menos de energía que sus similares de hace diez años.



Agente espumante

Este componente es el que permite el aislamiento térmico; en estado rígido no genera impactos adversos, pero en su disposición final emite gases efecto invernadero; por esta razón, en los dos últimos años se han comprado 35.261 equipos con agentes 100% ecológicos, ya sea ciclopentano o base agua, lo cual equivale al 68% del total de las compras de ese periodo.



Gas refrigerante

Estamos realizando un monitoreo se equipos “ecológicos” que trabajan con gas propano en lugar del tradicional R134a, gas que contribuye al calentamiento global, para ver su desempeño y generar un reporte que permita a la organización definir un camino a seguir. Bavaria se convierte así en la primera empresa en Colombia en tener equipos de refrigeración comercial ecológicos, que trabajan con gas propano R290 como refrigerante.



Equipos reemplazados por modelos más amigables

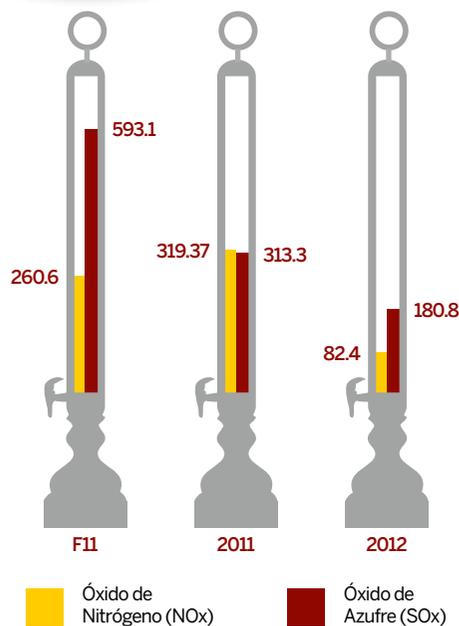
2011: 5.867

2012: 5.807

Otras emisiones

Hemos tenido en cuenta, dentro de nuestras plantas, la reducción de las emisiones de óxido de azufre y nitrógeno, y así cumplimos con los estándares de la Resolución 909 del Ministerio del Medio Ambiente.

La reducción entre el año 2011 y el 2012 se debió a la entrada en operación del sistema lavador de gases en la maltería de Tibitó, al uso solamente de gas natural en la cervecería del Valle y a las mejoras en los controles de combustión en las calderas.



Mirando hacia el futuro

Energía y emisiones

Frente a estos asuntos, tenemos metas de reducción ambiciosas para los próximos años:

Energía (Mj/HL) ▶▶

	F13	F14	F15	F16
Barranquilla	165.45	158.00	151.00	145.00
Boyaca	133.95	124.00	117.50	117.00
Bucaramanga	132.45	121.00	115.00	110.00
Medellin	138.95	128.00	122.00	117.00
Tocancipa	116.55	108.80	102.00	98.00
Valle	109.95	109.00	102.00	98.00
Total	128.94	121.07	113.87	109.74

Emisiones (CO₂) ▶▶

	F13	F14	F15	F16
Barranquilla	8.19	7.97	7.48	7.18
Boyaca	10.79	10.31	9.37	9.33
Bucaramanga	6.15	6.06	5.29	5.07
Medellin	11.18	10.65	9.68	9.26
Tocancipa	5.39	5.45	4.68	4.49
Valle	7.45	5.30	4.95	4.77
Total	7.3	6.8	6.1	5.9

Se espera que en F13 se reemplacen 6 114 neveras de tecnología antigua por tecnología más amigable con el medio ambiente.

Transporte

Fortalecer nuestra flota con más vehículos cuya capacidad de HL transportados sea mayor, con iniciativas como los vehículos supersider e interlink adquiridos en 2012.

Analizar los perfiles de las rutas, de tal manera que se identifique el consumo de combustible en cada uno de los diferentes tipos de terrenos por los cuales nuestra flota transita. Complementario a este programa, diseñar una base de datos en donde se registren las oportunidades de tiene cada ruta en torno a la reducción del combustible utilizado.

Bajar la máxima velocidad lineal a 65Km/hr, cuando el tiempo de la ruta sea menor a 12 horas.

Proponer el montaje de alerón en las cabinas de los vehículos internacionales Prostar.





Materiales de
empaques,
REÚSO y
RECICLAJE

▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Materiales de empaque, reúso y reciclaje

85%

del producto
es envasado
en botellas
retornables

Los materiales de empaque que contienen nuestros productos preservan su calidad y los mantienen seguros para el disfrute de nuestros consumidores.

No obstante, somos conscientes de la necesidad de reducir el impacto ambiental que generan durante su ciclo de vida, por lo cual ejecutamos acciones enfocadas a apoyar el fortalecimiento de las corrientes de residuos aprovechables en las ciudades, mantener nuestro porcentaje del 85% de producto envasado en botellas retornables, reducir el peso de los empaques y seleccionar nuestros nuevos materiales de empaques, que generen un menor impacto ambiental y una menor huella de carbono.

Sierra Viva

El programa Sierra Viva es una iniciativa de la Confederación Indígena Tayrona, Bienestar Familiar, Tetra Pak y la Corporación Horizontes, con el objetivo de establecer un esquema sostenible y a largo plazo para el manejo integral de residuos sólidos en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Enterados de la problemática que viven las comunidades indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, como consecuencia del manejo inadecuado de residuos sólidos, el 5 de junio del 2012 celebramos el Día Mundial del Medio Ambiente uniéndonos al programa Sierra Viva, el cual busca contribuir a la construcción y puesta en marcha de un plan de gestión integral de desechos en uno de los lugares más bellos y emblemáticos del país.

El problema radica en la incorrecta disposición de residuos; en su mayoría las basuras son depositadas en huertas caseras, caminos y ríos de la zona. Se calcula que en tan solo una de las 64 comunidades del pueblo Arhuaco



pueden existir hasta 500 toneladas de residuos mal dispuestos.

Además de un aporte económico inicial, vamos a ofrecer orientación y seguimiento al proyecto, gracias a nuestra experiencia en estas iniciativas, teniendo en cuenta la importancia del manejo posconsumo de los envases de nuestros diferentes productos.



El problema radica en la incorrecta disposición de residuos; en su mayoría las basuras son depositadas en huertas caseras, caminos y ríos de la zona.



“Como empresa privada, sabemos que el manejo de los residuos sólidos es un asunto que nos compete directamente; por eso nos emociona hacer parte de este proyecto. Sierra Viva será la oportunidad para poner a disposición de la comunidad nuestra experiencia en el manejo de residuos sólidos”.

Fernando Jaramillo Giraldo

Vicepresidente de Asuntos Corporativos

Alianzas para fortalecer el reciclaje



En Cali y Bogotá se dio inicio a proyectos con la Fundación Grupo Familia, para beneficiar a los recicladores de oficio, a través de la formalización de su actividad e implementación de prácticas administrativas, de comercialización y mercadeo de los materiales aprovechables, a partir de los cuales derivan su sustento; el más importante resultado ha sido el aumento de la autoestima y confianza del reciclador, por el reconocimiento de su oficio y el proceso de inclusión social desde su trabajo. Adicionalmente, el proyecto permite promover la cultura del reciclaje entre los habitantes de las zonas de impacto en Cali y Bogotá.

Gracias al trabajo desarrollado con las asociaciones de recicladores Ecoalianza (Bogotá) y la Asociación de Recicladores de Cali (ARC), además de fortalecer sus proyectos productivos para la comercialización de residuos, se entregó a cada organización una bodega para el acopio del material y un vehículo para el transporte del mismo.

El más importante resultado ha sido el aumento de la autoestima y confianza del reciclador

Indicadores generales

Línea de acción	Variables	Ecoalianza	Cali
● Fortalecimiento empresarial	Total recicladores beneficiarios	65	50
	Número de bodegas - uder	1	1
● Cultura reciclaje	Grupos	2	1
	Número de fuentes fijas	20	12
	Número de personas en pasantías	35	35
● Calidad de vida	Número de familias en las jornadas de salud	127	50
	Número de personas capacitadas	108	35

Cali

En esta ciudad impactamos a 50 recicladores de oficio beneficiados de manera directa y 44 de manera indirecta. En la actualidad se reconoce una recolección de 60 ton/mes de materiales aprovechables,

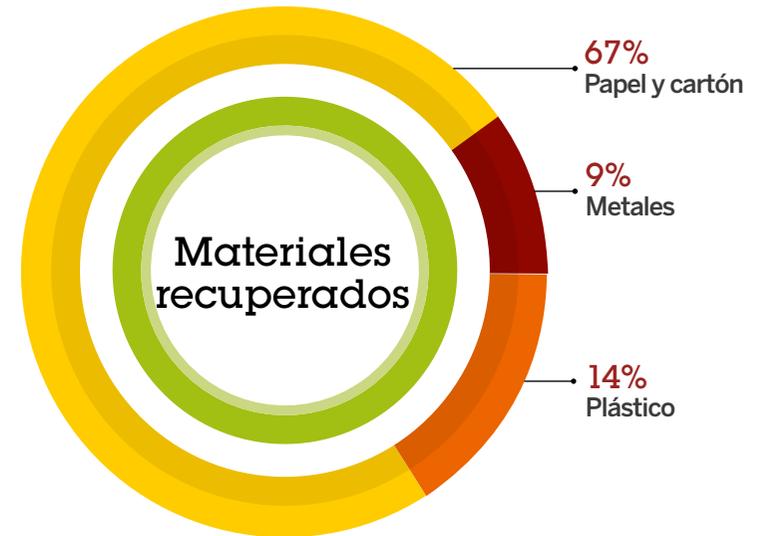
y una proyección de alcance a las 90 ton/mes para llegar al punto de equilibrio. El proyecto lo lidera la Fundación Carvajal, y Bavaria y la Fundación Familia somos aliados del mismo.



ARC Cali ▶▶

	Captación bodega, kg/mes	Captación bodega, miles de pesos/mes	Captación x reciclador, kg/mes	Ingr. prom. x reciclador, miles de pesos/mes
Prom Q1	30.884	14.146	412	189
Prom Q3	32.443	18.258	690	388
% crecimiento	5%	29%	68%	106%

Nota: Ingreso es promedio ponderado (Pareto).



Bogotá

Los beneficios generados por esta iniciativa van en la línea del fortalecimiento de la Asociación de Recicladores de Bogotá Ecoalianza. El impacto fue de 71 recicladores directos y 171 indirectos beneficiados, y más del 60% son mujeres cabeza de hogar. En cuanto al flujo de materiales, se encuentra entre 40 y 50 ton/mes, y se espera alcanzar el punto de equilibrio con 60 ton/mes. Esta iniciativa la lidera la Fundación Grupo Familia, y Bavaria es aliado de este proceso.

ECOALIANZA ▶▶

	Captación bodega, kg/mes	Captación bodega, miles de pesos/mes	Captación x reciclador, kg/mes	Ingr. prom. x reciclador, miles de pesos/mes
Prom Q1	58.343	26.737	956	438
Prom Q3	33.917	17.855	848	446
% crecimiento	-42%	-33%	-11%	2%

Nota: Pérdida de fuentes x falta de vehículo recolector.



Reducción

Gracias al trabajo conjunto de la División Gestión Proveedores, División de Compras y la Gerencia de Desarrollo de Nuevos Productos de la División de Manufactura, bajo el programa CIPRES, concretamos iniciativas e iniciamos el desarrollo de otras que apuntan a la reducción del consumo de materiales en nuestros empaques.

Para el 2012 adelantamos pruebas para cambiar las cajas y bandejas de presentación de nuestros productos, que permiten reducir el consumo de cartón. Asimismo, se realizaron pruebas industriales enfocadas en el aligeramiento de la botella de vidrio, latas de aluminio y las etiquetas de papel esmaltado y plástico.

En el 2012 el material de las botellas de vidrio estaba compuesto por un 40% de material reciclado.

Actualmente trabajamos con nuestro proveedor de preformas para **Pony Malta**, con el objetivo de integrar en los procesos el **PET reciclado**. Los resultados hasta el momento, utilizando un 35% de material, han sido satisfactorios, con resultados finales de seguimiento fisicoquímico en Preforma Cristal.

Materiales utilizados

Empaque primario	Cantidad	
Botellas no retornables (unidades)	2011 55.947.362	2012 59.994.418
Botellas retornables (unidades)	194.828.564	203.411.243
Latas (unidades)	430.868.045	482.555.015
Tapas latas de cerveza (unidades)	427.718.236	474.978.255
Lámina TFS (latas corona) (toneladas)	9.299.951,29	10.545.367
Tapas plásticas (unidades)	348.092.400	367.104.716
Botellas PET (unidades)	349.589.174	368.939.203

Empaque secundario

	Cantidad	
Cartón	2011 2.933.782	2012 2.975.146
Cartón Cluster Multipacks (unidades)		
Cartón Tray (unidades)	29.725.620	45.985.003
OuterCarton/Box (unidades)	3.064.159	3.000.404
Autoadhesivas	62.890	67.275
Etiquetas		
Papel	16.187.600.652	16.751.302.477
Plástica	357.126.137	390.484.909
Papel	6.060.005,60 (kg)	4.948.940,5(kg)
Termoencogible	1.603.122,43 (kg)	1.339.175,31 (kg)

Iniciativas

Durante el 2012 desarrollamos nuevas iniciativas en materia de reducción, entre las que se destacan:

- » Cambio de empaque para la cerveza Club Colombia Roja, pasando de caja metalizada a un plástico full impresión, que envuelve las seis latas (las cajas metalizadas no son reciclables). La caja para la cerveza Club Colombia Negra se encuentra en proceso de evaluación, la cual no ha podido completarse por el bajo volumen de producción.
- » Cambio de preformas y tapas, short cap, reducción de peso en las tapas y botellas de Pony Malta, con lo cual se generó una reducción de residuos de 50 ton de resina de polipropileno/año, por el aligeramiento de la tapa, y de 5 10 ton Pet/año, por el aligeramiento en la botella, la cual tuvo una disminución del 8% en la preforma para todas las referencias.

Resaltamos el hecho de que el personal de la línea de la cervecera de Tocancipá, por iniciativa propia, adelantó exitosamente las pruebas industriales para eliminar el uso de cartón tipo PAD en el empaque de Pony Malta PET, presentación 200 ml x 24 unidades. Se iniciaron pruebas para la misma marca, presentación de 330 ml x 24 unidades.

→ Una prueba industrial comprende el seguimiento a la idoneidad del producto durante toda la cadena de producción, verificada por pruebas de laboratorio del producto, resistencia de materiales, idoneidad del empaque y desempeño durante el transporte, por lo cual su ejecución toma mucho tiempo.

En este año iniciamos pruebas industriales con el mismo propósito de reducción de materiales de empaque:

1

Reemplazar la bandeja en cartón, que contiene 24 latas, por un PAD o lámina de cartón.

2

Reemplazo de cajas colaminadas por bandejas y termoencogible, para las presentaciones de 24 unidades no retornables.

3

Aligeramiento de botellas de vidrio de 750 cm³, desde 530 a 450 gramos, sin resultados óptimos. Peldar inició pruebas para optimizar la tecnología con la que fabrica estas botellas, con el propósito de lograr esta reducción.

4

Aligeramiento de las latas de aluminio, a partir de láminas de menor espesor, desde 0,00106 a 0.00105 pulgadas.



5

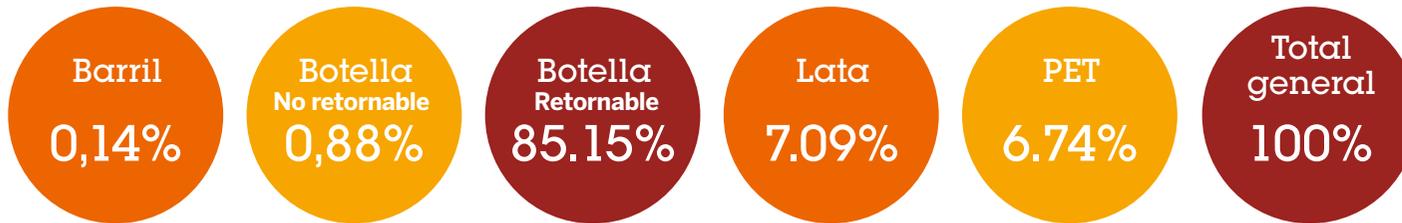
Aligeramiento de las etiquetas de papel esmaltado, desde un peso base de 70 g/m² a uno de 68 g/m², y las etiquetas plásticas, desde un peso base de 40 g/m² a 32,5 g/m².

6

Reducción de calibre de las láminas con las que se fabrican las tapas, desde 0,28 a 0,22 milésimas de pulgada.

Reutilización

En el 2012 continuamos con la tendencia de empaquetar la mayoría de nuestros productos en empaques retornables, que tienen una vida útil de más de 44 usos. Adicionalmente, los empaques no retornables están hechos de materiales reciclables.



Reciclar tiene valor

Este programa, desarrollado desde el 2010 con Cempre, tuvo en el 2012 una serie de iniciativas nuevas tendientes a continuar promoviendo la separación en la fuente y el reciclaje, y se hicieron llegar estas prácticas al sector empresarial y a todos los ciudadanos.

1 Reciclación

Es una iniciativa que promueve hábitos de separación de material reciclable y visibiliza la labor del reciclador de oficio. En su primera jornada, desarrollada en la localidad de Chapinero, contó con la participación de las organizaciones de recicladores Ecoalianza y ARUB, la ONG Enda de Colombia y varios grupos culturales de la localidad (Barrios del Mundo).

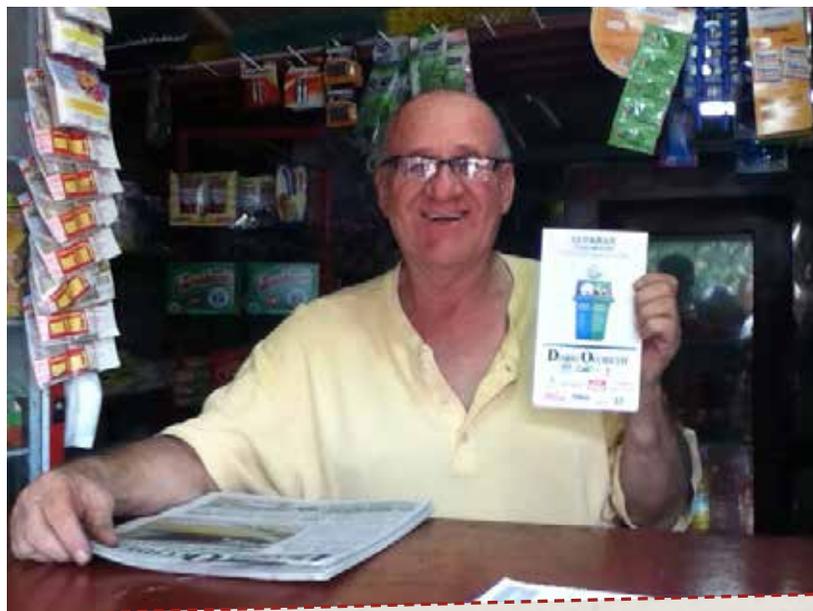
Los recicladores vinculados a la jornada fueron los encargados de promover la actividad en la población flotante de la localidad. En el desarrollo de la jornada participaron 150 usuarios, que entregaron su material reciclable; mediante esta entrega se logró la recolección de 950 kg de material reciclable, que fue entregado a la organización de recicladores Ecoalianza y ARUB; se beneficiaron en total 24 recicladores, quienes apoyaron el proceso de selección y sensibilización.

2

Cali Recicla

Este programa busca promover en la ciudadanía la separación en la fuente a través de los tenderos, de forma que la entrega de materiales reciclables se haga a organizaciones de recicladores de la Comuna II de Cali.

Mediante esta estrategia se busca:



El papel del tendero en esta iniciativa apunta al ejemplo y motivación para la adecuada separación en la fuente, siendo el punto de conexión entre la comunidad (generadora de material reciclable) y el reciclador de oficio, aprovechando su posición como líder natural en la comunidad.

Esta iniciativa tiene como componente estratégico la inclusión social y económica de los recicladores; debido a esto, se vinculó a la organización de recicladores ARC, que es la encargada de realizar la recolección del material entre los tenderos y la comunidad.



Promover la cultura de separación en la fuente y aumentar los niveles de recuperación y aprovechamiento de materiales reciclables.



Fortalecer las rutas de recolección de los recicladores de oficio.



Promover espacios de participación para impulsar la implementación de rutas selectivas.



Visibilizar en la ciudad de Cali las iniciativas, lideradas por el sector privado de manera articulada.



Como resultado de la actividad desarrollada entre septiembre-noviembre, se logró la inscripción de 67 fuentes, que fueron visitadas por los recicladores vinculados. Gracias a la vinculación de estas fuentes se registró un **aumento promedio del 11,2% de material recuperado**, para un total de **4 toneladas de material reciclable**.

3

Tenderos de Bogotá

El interés de Bavaria, y su esfuerzo por vincular a sus tenderos en el proceso de reciclaje, dio inicio a esta iniciativa, buscando la vinculación entre el tendero y el reciclador mediante la entrega voluntaria de material reciclable.

En alianza con la Asociación de Recicladores de Bogotá (ARB), el proyecto permitió el contacto entre los recicladores y los tenderos registrados al inicio del proyecto. El periodo de medición de esta iniciativa se estableció entre los meses de abril y mayo, con el fin de aumentar los niveles de recuperación y generar

mayor interacción entre el tendero y el reciclador, mediante una frecuencia definida de recolección.

Por medio de la recolección realizada en la zona se logró la recolección promedio de 50,1 kg/día, para un total de 400,5 kg entregados al reciclador de oficio. A través de estos resultados se identificó que para iniciar un proceso de recolección es necesario fortalecer la sensibilización y capacitación de la comunidad, para que el ingreso de materiales cubra los costos asociados con un reciclador en el proceso de separación y recolección.

Familia	Peso en kg	Total de participación %
Papeles	39.797	55
Plásticos	19.127	27
Metales	19.939	3
Vidrio	8.727	12
Mix	2.191	3

01 enero al
31 diciembre
2012

Periodo

71.781

Total kg

990

Total usuarios

Mirando hacia el futuro

- ▶▶ En el 2013, reemplazar el uso de cajas de cartón para tapas corona por contenedores retornables.
- ▶▶ Completar todas las pruebas industriales en curso, iniciadas en el 2012.
- ▶▶ Reducir el peso en las preformas PET, de 42,7 g a 40 g para la botella Pony Malta 1,5 litros; la botella Pony Malta de 200 ml, de 15,7 g a 15 g, y la botella Pony Malta de 330 ml, de 17,7 g a 17 g.
- ▶▶ Reducir el peso de las botellas retornables de 330 ml, de 210 g a 195 g.





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

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Reciclamos y
reutilizamos hoy el

94,4%

del total de residuos
que generamos.

Trabajar para que las operaciones tengan cero desperdicios

La creciente generación de residuos a nivel global, sumada a la presión realizada sobre las materias primas, nos ha llevado a enfocarnos en la eficiencia del uso de nuestros recursos y la maximización del valor extraído de estos.

En Bavaria desarrollamos el trabajo desde prácticas enfocadas en manejar nuestros residuos de una manera eficiente y generadora de valor, en la cual reciclamos y reutilizamos hoy el 94,4% del total de residuos que generamos; aspiramos a convertirnos en una operación cero desperdicios dispuestos en relleno sanitario.

Trabajo con proveedores



Con nuestros proveedores desarrollamos diferentes programas, tendientes a minimizar los impactos ambientales generados por la operación que tenemos en conjunto.



Se inició el proceso de acopio y retorno de estibas, de modo que en el 2012 se recuperaron aproximadamente 1.400 unidades.

Un ejemplo de estas iniciativas es la implementación de contenedores IBC (*intermediate bulk container*) de 1.200 kg, para el suministro del color caramelo, el cual es un empaque de mayor vida útil y capacidad. Los IBC reemplazaron 436 canecas de plástico por año, con una capacidad de 75 kg cada una, las cuales debían ser sustituidas al completar ocho viajes desde el proveedor hasta nuestra planta en Tocancipá; además de la eliminación del uso de canecas, se extendió la vida útil del IBC a 50 viajes. De esta manera redujimos sustancialmente el número de empaques utilizados y la cantidad de residuos que se generaban; además, logramos un ahorro de 39 millones de pesos/año al disminuir la compra de empaque.

Implementar esta iniciativa tomó cerca de un año, ya que requirió adecuaciones físicas en los sistemas de recibo, almacenamiento y dosificación del producto; este cambio se desarrolló únicamente en la cervecería de Tocancipá.

Implementamos otro proyecto con nuestro proveedor Holasa, que suministra láminas a nuestra fábrica de tapas para el proceso de producción, las cuales se entregan embaladas sobre estibas; luego de un análisis de oportunidades en conjunto, logramos identificar que era posible devolver las estibas en las cuales nos envían las láminas. Así, se inició este proceso de acopio y retorno de estibas, de modo que en el 2012 se recuperaron aproximadamente 1.400 unidades.

Otra iniciativa consistió en reducir el número de tablas que conforman una estiba de madera, de 18 a 16, manteniendo sus mismas propiedades mecánicas y sin comprometer la seguridad durante el transporte de los productos. El peso total de la estiba se redujo en 2,5 kg, lo cual implicó un menor costo, un menor peso transportado, pues se aligeró cada viaje de los camiones en 90 kg, y así se produjo un menor consumo de combustible y menores emisiones de CO₂, y además se disminuyó el consumo de madera. Los ahorros identificados en la primera fase de implementación en la zona norte de Colombia son de 267 millones/año.



Tipos de residuos, tratamiento y destino

En nuestros centros productivos contamos con una cultura direccionada al manejo integral y responsable frente a la generación, clasificación y disposición de residuos, con el fin de identificar oportunidades de reuso, reciclaje y recuperación, los residuos se clasifican así:

Residuos Orgánicos del Proceso



Afrecho, levadura, barreduras de malta y cereales, germen de malta.

Residuos Generales



Todos los residuos aprovechables (cartón, vidrio, plásticos, metales y chatarras, papel y pulpa de etiquetas, tierra filtrante, cenizas y escorias, estibas y cajas, cartón, lodos de plantas de tratamiento y residuos comunes)

Residuos Peligrosos



Aceites usados, estopas, filtros y otros materiales impregnados, baterías usadas, biológicos, de enfermería y laboratorio, residuos de tintas y tóneres, residuos de solventes y pinturas, luminarias, reactivos discontinuados o vencidos, empaques de sustancias categorizadas como peligrosas, etc.



Cantidad de residuos generados (ton) ▶▶

	2011	% Aprovechado	2012	% Aprovechado
Residuos Generales	68.954	64,83%	74.122	73,5%
Residuos Orgánicos	272.662	100%	272.321	100%
Residuos Peligrosos	124,70	18,61%	187,8	17%
Total	341.741	92.9%	346.631	94,3%

Se aumento la generación de residuos peligrosos, debido a la inclusión de materiales como fibra de vidrio contaminada, producto de la baja de neveras, lo que originó un aumento en la media móvil de RESPEL de la planta Barranquilla y en Tocancipá, por la inclusión de los RESPEL de la fábrica de tapas.



Destino de los residuos (ton)

	2012
Recuperados Orgánicos	272.321
Reciclados Residuos generales	54.480
Residuos peligrosos	31,93
Incinerados Residuos peligrosos	155,87
Enviados a relleno sanitario Residuos generales	19.642

Los residuos orgánicos son materia prima principalmente para la preparación de concentrados animales. Parte de los residuos generales ingresan a la corriente de residuos aprovechables en cada ciudad donde se generan; la diferencia que corresponde a lodos de plantas de tratamiento de aguas residuales, cenizas y escorias y tierra filtrante, se disponen en relleno sanitario.

Los aceites lubricantes y combustibles, categorizados como RESPEL se reutilizan en la elaboración de otro tipo de aceites o son fuente de energía para otros procesos. Los RESPEL no aprovechados se disponen a un tercero, quien está acreditado para el transporte y disposición final del mismo, los gestores de estos residuos peligrosos mediante



acta, informan a nuestra compañía la disposición final del residuo, conforme a cantidades reportadas en los soportes de salida del residuo en las plantas; anualmente realizamos auditorias aleatorias a los gestores de RESPEL con el fin de controlar y verificar sus procedimientos.

Resultados auditoría residuos 2012

En el año 2012 realizamos la auditoría anual de gestión de residuos y gestores externos en todas nuestras plantas, incluidos algunos CD y bodegas POSM.



El resultado de la auditoría nos informa que las plantas realizan una segregación adecuada y cuentan con una infraestructura ajustada para los residuos de carácter industrial.

El alcance de esta auditoría consideró las diferentes condiciones que determinan la gestión integral de residuos, tanto interna como externa, a la luz de la normatividad vigente, los lineamientos corporativos, los riesgos que pueda generar un impacto negativo hacia nuestra compañía y determinar las acciones para mitigarlos.

El resultado de la auditoría nos informa que las plantas realizan una segregación adecuada y cuentan con una infraestructura ajustada para los residuos de carácter industrial, lo que hizo posible dar cumplimiento adecuado a

la política sobre residuos que hemos establecido, así como a la normatividad vigente en Colombia, y permitió además optimizar el reúso y el reciclaje.

Las oportunidades de mejora están centradas en los residuos que concentran altos volúmenes, tales como ceniza, escoria, lodos de plantas de agua y tierra diatomácea, con los cuales buscamos alternativas para su reúso y/o reciclaje.

A partir de esta auditoría, cada planta ejecutó el plan de acción para el cierre de brechas y hallazgos; estos planes fueron revisados a nivel de Dirección de Planta y Dirección del SGI.

Mirando hacia el futuro

- ▶▶ En el 2013 se espera que la cervecería de Tocancipá concrete el reciclaje de la tierra diatomácea y los lodos de la PTAR, para lograr un porcentaje de aprovechamiento superior al 96%.
- ▶▶ En el 2013 buscaremos que la mayor cantidad de aceites usados, generados en las plantas, se reúsen y/o reciclen, con el fin de disminuir el impacto en la disposición de RESPEL.
- ▶▶ En el 2015 esperamos lograr un porcentaje de aprovechamiento de residuos superior al 98%.
- ▶▶ Para el 2013 se estudiará la viabilidad de usar contenedores IBC para el suministro de color caramelo para las Cervecerías de Medellín y Barranquilla.





Incentivar el
Desarrollo empresarial
en nuestras

**CADENAS
DE VALOR**

Incentivar el desarrollo empresarial en nuestras cadenas de valor

En Bavaria buscamos fomentar el emprendimiento y el desarrollo empresarial en Colombia, a través del aprovisionamiento local de nuestras materias primas. Por ello impulsamos programas de fortalecimiento y desarrollo empresarial a todo lo largo de nuestra cadena de valor.

Trabajamos con nuestros proveedores y contratistas para que se adhieran a nuestros ocho principios de abastecimiento responsable, que cubren temas diversos, como respeto por los derechos humanos, cumplimiento de las normas laborales, condiciones seguras a todos sus trabajadores y la reducción del impacto medioambiental de sus operaciones.

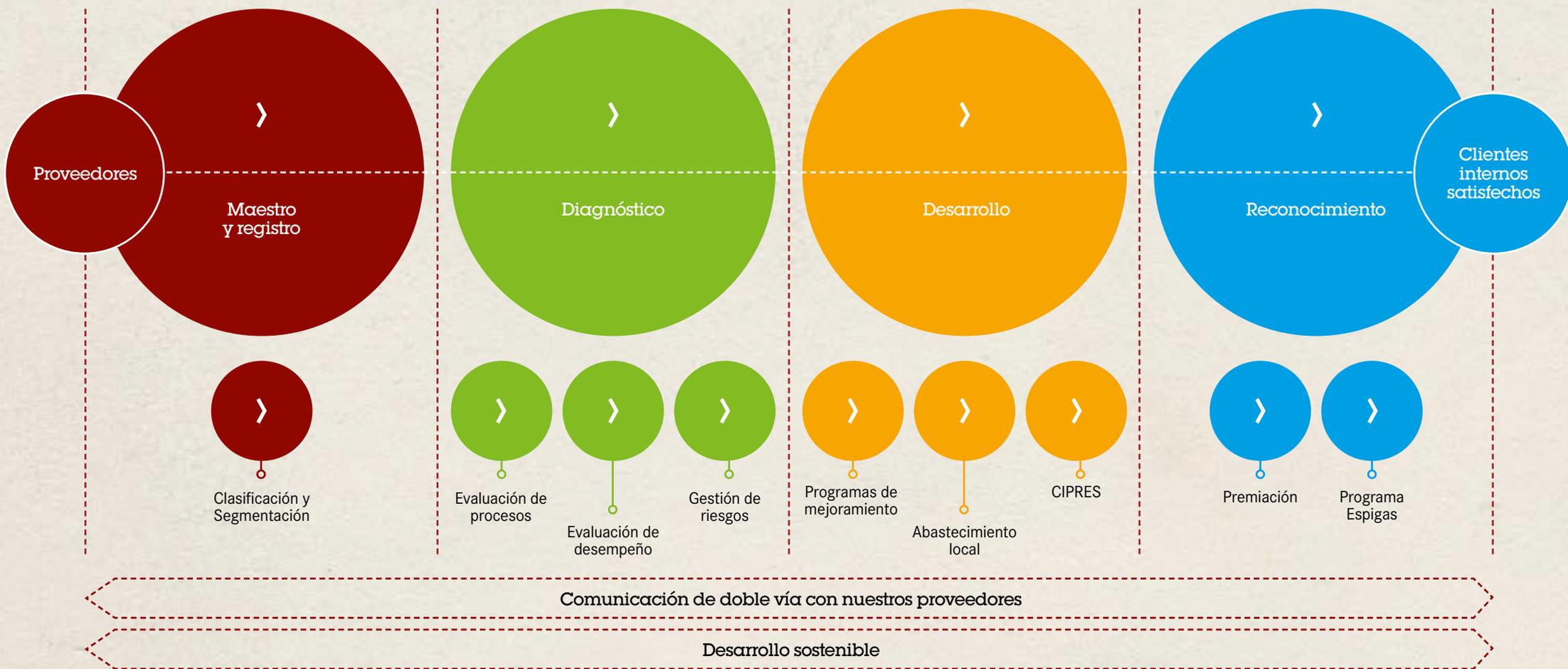
Contamos con un modelo de cuatro fases que nos permite realizar una correcta gestión de proveedores, dirigido a consolidar relaciones y fortalecer nuestra cadena de abastecimiento.

▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Mapa de procesos Gestión de proveedores

Contar con proveedores “socios de valor” íntegros y confiables para Bavaria en el marco de un abastecimiento responsable



Registro

En este proceso seleccionamos, clasificamos, segmentamos e inscribimos a los proveedores,

agrupándolos de acuerdo con la complejidad del abastecimiento y el monto total de compras.

Diagnóstico



Evaluaciones de procesos

Las evaluaciones de procesos nos permiten identificar fortalezas y oportunidades de mejora de nuestros proveedores, a partir de once dimensiones, en las que abordamos aspectos relevantes y destacables dentro de la gestión empresarial.

Número de proveedores evaluados

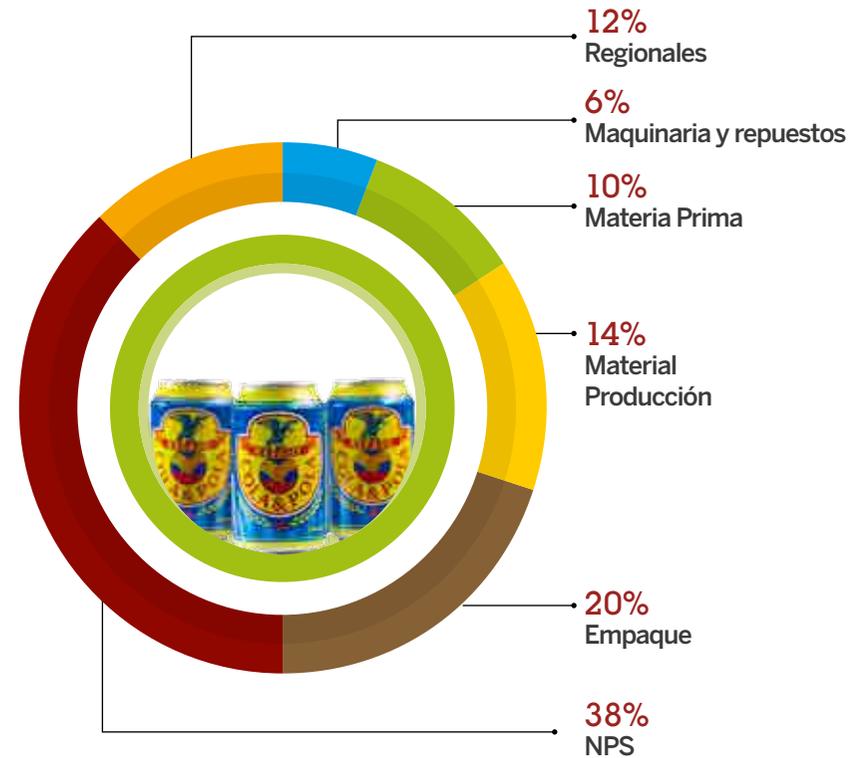


Dimensiones



En el 2012 adaptamos el formulario de las evaluaciones (Evaluación Express), con el fin de hacerlas más eficientes; realizamos consultorías para orientar el desarrollo de actividades autogestionadas, e implementamos un *software* que permite el manejo adecuado de los planes de acción.

Proveedores evaluados ▶▶



Número de actividades en planes autogestionados ▶▶



Planes de mejoramiento autogestionados

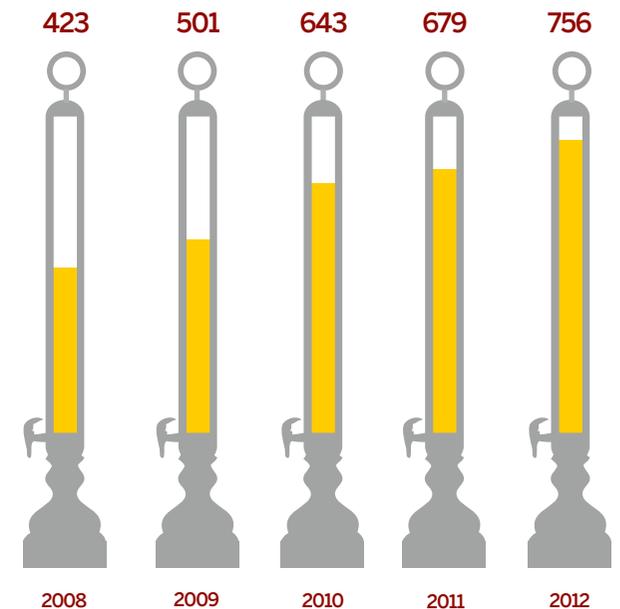
Estos planes nos permiten acompañar a los proveedores que obtuvieron una calificación inferior al 85% en la evaluación de sus procesos. Construimos con ellos, a partir de las oportunidades de mejora detectadas, planes de acción enfocados en potencializar su desempeño.

Identificamos 311 oportunidades de mejora en el 2012, en aspectos como el medioambiente, la conducta en los negocios, el empleo, la libertad de

asociación y las condiciones de trabajo. Con un total de 756 actividades en planes autogestionados, llegamos a un avance promedio de 54% al cerrar el año.

Destacamos a Sotrames, uno de nuestros proveedores locales de transporte, que obtuvo en el 2011 una nota de 63% en la evaluación de procesos. Desarrollamos con ellos el Plan Autogestionado, que permitió para el 2012 alcanzar 89% en su evaluación final.

Actividades autogestionadas por los proveedores ▶▶



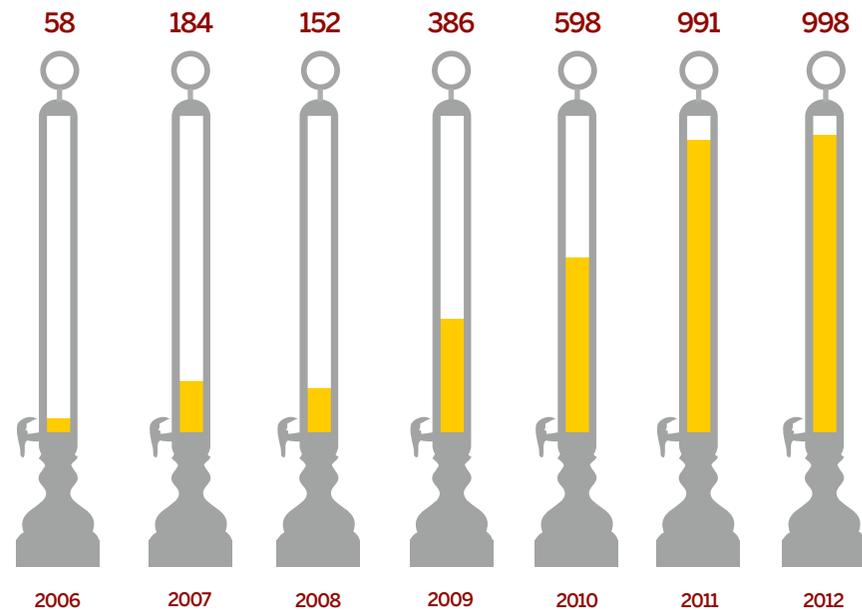


Evaluación de desempeño de bienes y servicios

Se evaluó mensualmente a los proveedores de bienes y servicios, para así optimizar el aprovisionamiento a la Compañía. Llegamos en el 2012 a 120 proveedores locales de las seis cervecerías del país y monitoreamos el desempeño de más de mil proveedores bajo criterios de calidad, entrega, servicio asociado, cumplimiento de normas de salud organizacional, seguridad industrial y medioambiente.

Con la ayuda del indicador Factory Gap medimos el impacto de los proveedores en la eficiencia de las plantas en las cuales desarrollamos operaciones.

No. proveedores evaluados ►►



Gestión de riesgos

2012

2011

6 nuevos diagnósticos
y 18 en seguimiento

Mejor práctica

Alcanzando lo que es comúnmente considerado como la mejor práctica en un campo particular.

2010

6 nuevos diagnósticos
y 18 en seguimiento

Desarrollando liderazgo

Aplicando un enfoque de aprendizaje, lo cual incluye el uso de herramientas innovadoras y un interrelacionamiento con mayor alcance.

2009

5 nuevos
y 4 en seguimiento

Progresando

Asegurando que se logra un desempeño consistente en un campo particular.

9 proveedores diagnosticados

Estándar mínimo

Todas las plantas deben alcanzar este nivel, como muestra del manejo de riesgos clave de desarrollo sostenible, a los que nos enfrentamos en la actualidad.

Realizamos análisis de capacidad de proveedores, con el objetivo de identificar causas o factores de riesgo presentes en el suministro de bienes, para así establecer y aplicar medidas de prevención y control, con miras a minimizar la probabilidad de ocurrencia. A partir de esto empezamos a identificar diez riesgos dentro de las plantas de los proveedores, que pueden llevar al

desabastecimiento de materias primas para los procesos de elaboración y envasado.

Actualmente, veinte de nuestros proveedores se encuentran en seguimiento, para la construcción de la matriz de riesgo que lleve a una correcta gestión frente a la planeación y proyección de la Compañía.

Desarrollo



Programas de mejoramiento

No. proveedores evaluados ▶▶

2.300 4.620 12.660 10.077 3.727



2008 2009 2010 2011 2012

Nuestros programas, hechos a la medida, se desarrollan a partir de la evaluación de las once dimensiones, e impactan positivamente los procesos administrativos y productivos de los proveedores. En el 2012 avanzamos con nuestros programas, así:

122 proveedores hicieron parte del Programa de Desarrollo de Proveedores Regionales

Se desarrollaron tres Programas de Mejoramiento con Proveedores de Arroz, Maquinaria y Repuestos y Estibas, con 34 proveedores

El Programa Rumbo a Empresas Íntegras y Transparentes contó con 67 proveedores

Llegamos a 243 proveedores con procesos de formación, para incrementar la productividad y la competitividad

Rumbo a Empresas Íntegras y Transparentes

Con la asesoría de Transparencia por Colombia hemos implementado este programa, que busca fortalecer relaciones de negocio e incorporar en la gestión estrategias clave para avanzar en la generación de culturas empresariales soportadas en valores éticos.

En el 2012 participaron del programa 67 proveedores, 29 en Bucaramanga y Duitama, 17 en Valle y 21 en Cartagena, en donde se implementaron tres módulos básicos sobre la medición del clima ético dentro de las empresas, definición de compromisos éticos empresariales y construcción de política antisoborno.



Producción local de cebada

Este es quizás uno de nuestros proyectos más ambiciosos: queremos recuperar los cultivos de cebada en Colombia. Y para ello, desde el 2008 iniciamos la investigación, desarrollo y fomento de la producción local de cebada, bajo los estándares de calidad exigidos por SABMiller.

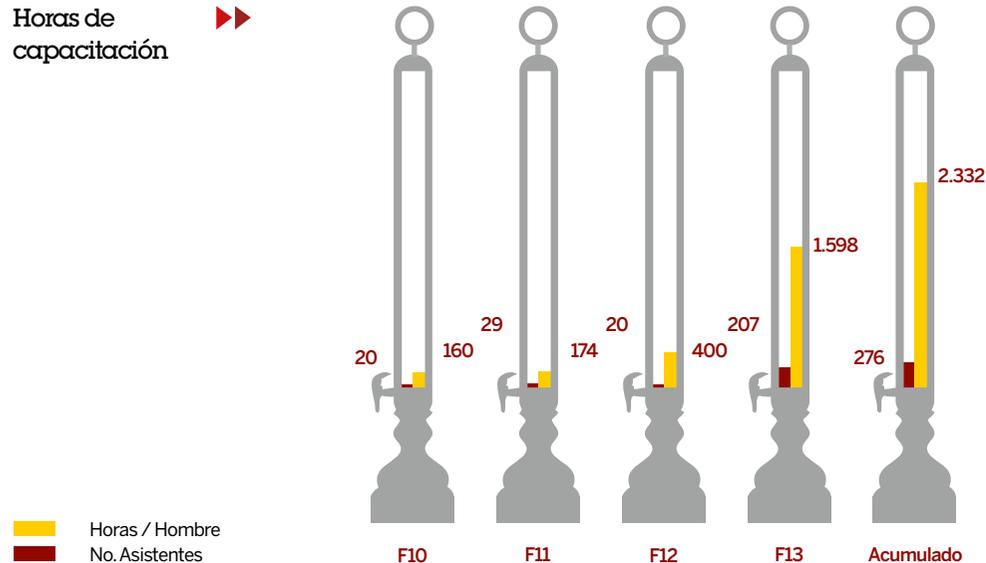
El proyecto involucra 16 agricultores independientes y 83 pequeños agricultores asociados, los cuales han sido apoyados en más de 8.000 horas de asistencia técnica, programas de semillas, alianzas productivas, incentivos de producción y programas de mejoramiento

a agricultores con capacitaciones y visitas de campo.

En el 2012 avanzamos en el proceso de evaluación de variedades de cebada que se ajusten a las condiciones climáticas y agronómicas de las diferentes zonas del país. Asimismo, se cultivaron 712 hectáreas en Cundinamarca y Boyacá, para incentivar el desarrollo local con pequeños agricultores de grupos asociativos en 37% de esta extensión de tierra.

La Fundación Bavaria, en línea con su compromiso con el desarrollo local, realizó la donación de maquinaria de precisión a los pequeños agricultores en el municipio de Soracá (Boyacá), para así mejorar la competitividad del sistema.

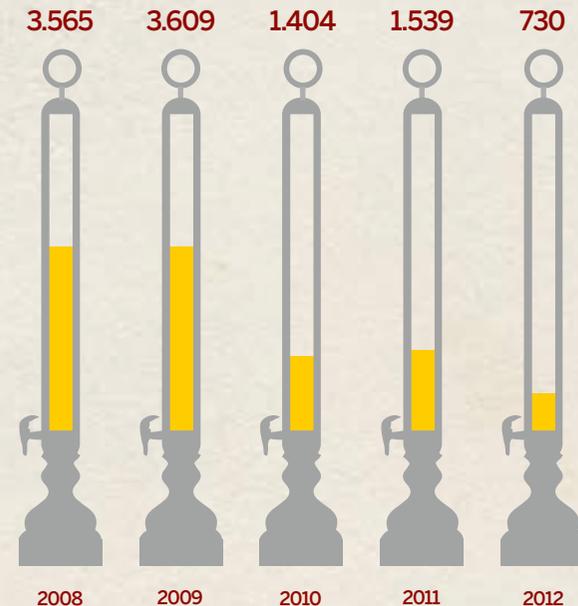
Horas de capacitación



CIPRES

Este programa nos permite trabajar en estrecha cooperación con nuestros proveedores estratégicos, para identificar oportunidades de mejora que impacten positivamente en los costos de fabricación, calidad y tiempos de entrega de sus productos. CIPRES (Construir valor Integrando Proveedores Estratégicos) busca generar una transformación, que además de influir en los procesos económicos de los proveedores aporte a la conservación del medioambiente.

Ahorros CIPRES (MCOP) >>>



Actividades del 2012:

Logramos ahorros por \$730 millones y un acumulado de \$17.362 millones desde el 2005, gracias a iniciativas con proveedores de materia prima en optimización de empaques, transporte y costos evitados, con lo cual se disminuyeron emisiones de CO2 y consumo de agua.

Reconocimiento



Premiación

Realizamos la octava versión de la Convención de Proveedores, que reconoce y destaca a las empresas que gracias a sus iniciativas y avances logran superar las expectativas de la Compañía. Para el 2012, bajo la premisa “Amigos creciendo y ganando juntos”, recibimos 193 postulaciones de 81 socios de valor y entregamos 25 premios.

Danisco Colombia Ltda. fue reconocida en esta versión, en la categoría de Desarrollo Sostenible, al contar con una estrategia clara, que además de involucrar a todos sus grupos de interés toma en consideración principios éticos, políticas claras de gobierno corporativo y el desarrollo de nuevas tecnologías que respeten y protejan el medioambiente.



Espigas

Con este programa evaluamos las mejores prácticas de gestión entre nuestros proveedores, con foco en control de procesos, eliminación de desperdicios, Seis Sigma y estandarización de operaciones.

En el 2012 seis de nuestros proveedores se certificaron en el programa, y se realizó la fase de calificación en sitio de diez proveedores, con evaluación y recomendaciones. Asimismo, el programa obtuvo la certificación de Icontec y se realizaron ajustes a la estructura de evaluación, alineados con requerimientos de SAM.

Proveedor	Bronce	Plata	Oro	Diamante
Nalco de Colombia Ltda.	2009*	2010*	2011	2012
Ecolab	2009*	2011	2012	
Ingenio Pichichi	2009*	2011	2012	
Industrias del maíz	2010*	2011	2012	
Larkin	2011	2012		
San Miguel Industrial	2011	2012		
Alusud	2012			
Crown Colombiana	2012			
Plastipack	2012			
Cajas Colombianas	2012			
Compañía Global de Pinturas	2012			

*Certificación obtenida



Comunicación con nuestros proveedores



Manual externo

En Bavaria desarrollamos un manual que busca fortalecer la comunicación y entendimiento mutuo con los proveedores. En el 2012 entregamos 600 manuales, a través de los cuales esperamos continuar fortaleciendo nuestras relaciones comerciales, alcanzar objetivos comunes y mantener comunicaciones claras, ágiles y constantes.



Barómetro

Por tercer año consecutivo consultamos a través del barómetro la percepción de los proveedores frente a los procesos en los que se ven involucrados. Esta herramienta permite evaluar los procesos de compras, planeación y recepción de materiales, gestión de calidad, sistema de pago y programas de desarrollo empresarial y desarrollo sostenible. Indagamos sobre la satisfacción de estos procesos a 238 proveedores en el 2012, con un resultado de 5,3 sobre 6,0.



Portal proveedores

Este espacio nos permite conectarnos con los proveedores en tiempo real, y establecer con ellos procesos de logística internos, que garanticen la armonía, oportunidad y transparencia en el manejo de la información relacionada.

El 2012 significó un crecimiento en la plataforma, pasando de quinientos usuarios registrados a mil usuarios activos, gracias a las mejoras realizadas, que facilitan la navegación y el acceso al portal.



Short News

Este canal *online* nos permite comunicarnos constantemente con los proveedores y compartir con ellos noticias cortas y eventos sobre programas y políticas que se desarrollan. Socializamos además información de interés, relacionada con las Diez Prioridades y actividades de sensibilización ambiental.

Al cierre del 2012 publicamos 20 ediciones, con una difusión mensual de 7.956 proveedores.



Convención de proveedores

Anualmente realizamos una convención, en la que reunimos a nuestros proveedores estratégicos en torno a resultados, tendencias e información general de la Compañía. La octava convención, en el 2012, denominada "Amigos creciendo y ganando juntos", reunió a 250 empresas, con las cuales compartimos los resultados del último año fiscal y fortalecimos lazos de amistad.

Desarrollo sostenible



Huella Verde

Durante el 2012 compartimos las mejores prácticas ambientales con nuestros proveedores, dimos continuidad al proyecto Huella Verde e identificamos las oportunidades de mejora en el manejo de recursos como agua, energía, residuos y emisiones.

Capacitamos a más de 90 proveedores de Bogotá, Medellín y Valle, en el manejo sostenible del agua en cada uno de sus procesos; invertimos un total de 348 horas de formación. Asimismo, nos comprometimos con el seguimiento, sensibilización e implementación de medición de la huella de carbono y la huella hídrica de 34 de nuestros proveedores.

Compras a población vulnerable

Nuestro compromiso con el desarrollo local nos lleva a apoyar 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 las compras a estos proveedores.

Dando continuidad a esta iniciativa, en el 2012 incorporamos un nuevo proveedor de dotaciones que apoya a comunidades vulnerables, y trabajamos en un diagnóstico para empresa familiar y madres cabeza de familia de Ciudad Bolívar. Actualmente estas organizaciones proveen a Bavaria en dotación de chaquetas y bolsos con material reciclable.



Asistentes al V Foro de Desarrollo Sostenible



V Foro de Desarrollo Sostenible

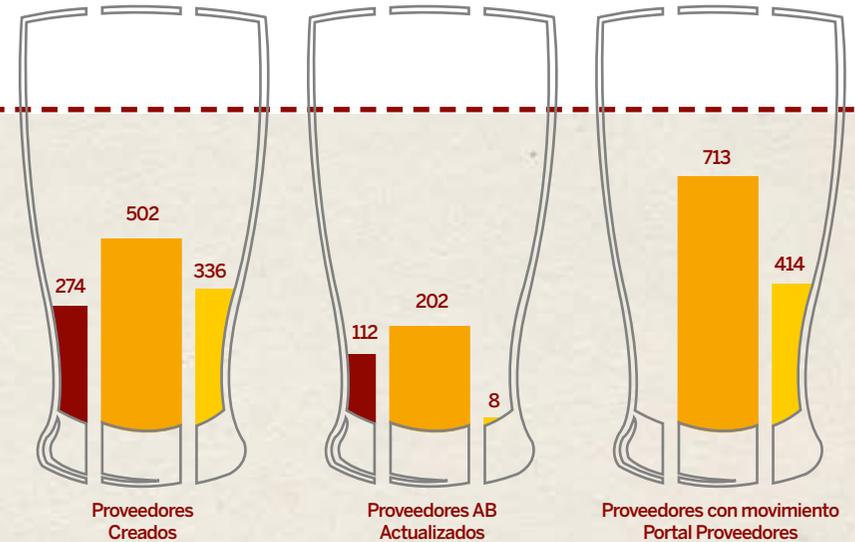
El foro, que llega a su quinta versión, ha sido el espacio desarrollado por la Compañía para compartir las experiencias en desarrollo sostenible y responsabilidad social con los proveedores estratégicos. Con la participación de 125 personas, de 72 empresas proveedoras, el V Foro se consolidó en el 2012 como un espacio para construir compromisos y metas alrededor de la sostenibilidad.

Socios de valor

Ética y abastecimiento responsable

Ayudamos a nuestros proveedores a entender los estándares de ética e integridad que pueden esperar de Bavaria, para así promover este comportamiento y establecer canales adecuados, que garanticen su cumplimiento en todo momento. Difundimos nuestras pautas éticas y obtuvimos conformidad por parte de nuestros proveedores frente a los lineamientos, y así logramos la aceptación de 336 proveedores en el 2012.

Aceptación de pautas éticas ▶▶



Comité estratégico de proveedores

Contamos con un comité que nos ayuda a definir, controlar y garantizar la aplicación de la política de gestión de proveedores y la estrategia de la compañía, y asegurar al mismo tiempo el cumplimiento de los principios de gobierno corporativo y ética empresarial aplicados a relaciones con los proveedores.

El comité tiene como papel:

1. Definir políticas y estrategia del seguimiento de proveedores
2. Monitoreo del desempeño de los proveedores
3. Aprobar ingreso y retiro de proveedores
4. Aprobar proveedores únicos

Términos de referencia

En Bavaria nos destacamos por contar con una estructura clara de términos de referencia, con el objetivo de garantizar una negociación integral en la compra de bienes y servicios, y brindar las herramientas necesarias para cerrar los procesos de compra de forma exitosa.

Durante el 2012 revisamos y actualizamos 133 documentos; cada uno está conformado por trece módulos, en donde se incluyen todos los requerimientos del negocio, y creamos 44 nuevos con la participación de diferentes áreas de la Compañía.

Matriz de abastecimiento estratégico

Esta matriz contribuye al proceso de toma de decisiones en la asignación de negocios y procesos de licitación, al plasmar resultados en desempeño y evaluación de procesos del proveedor y participación en los demás programas liderados por la División de Gestión de Proveedores. Esta herramienta cubre a todos los proveedores, nacionales o extranjeros, con relaciones comerciales en los dos últimos años fiscales, incluyendo el año en curso.

Mirando hacia el futuro

- ▶▶ Continuaremos con nuestras evaluaciones de procesos para identificar los gaps de desarrollo y continuar con los procesos de Programas de Mejoramiento de Proveedores de 150 proveedores.
- ▶▶ Armonizaremos la metodología de riesgos de proveedores con la interna e iniciaremos su valoración con los proveedores estratégicos de materiales directos.
- ▶▶ Para el año F15 queremos continuar implementando acciones para mejorar resultados en calidad, costo y tiempo que generen beneficios mutuos por más de 2000 MCOP, en nuestro programa CIPRES.
- ▶▶ Dentro de nuestros procesos de reconocimiento continuamos con nuestra Premiación de proveedores en la cual esperamos pasar de 26 a 31 proveedores premiados en las categorías existentes. De la misma manera en Espigas queremos contar con 15 participantes buscando calificar la confiabilidad de los proveedores.
- ▶▶ En los próximos años continuaremos con nuestro Foro de sostenibilidad y buscaremos aumentar la participación de nuestros proveedores en un 6%.
- ▶▶ En el programa Huella verde, queremos llegar a la cifra de 147 proveedores que sigan la Huella de carbono.
- ▶▶ En la evaluación del SAM, esperamos para el F15 obtener una calificación de 4,7.
- ▶▶ Queremos llegar a 1500 Ha de siembra/año de Cebada, continuando con la investigación y desarrollo de variedades de Lúpulo acondicionadas a nuestro clima; y para Ázucar, dependiendo de los resultados del caso de neocio, queremos continuar promoviendo el desarrollo de nuestros agricultores a través de la investigación y desarrollo local.






Beneficiar a las
COMUNIDADES
en las que
operamos

▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co 

Beneficiar a las comunidades en las que operamos



En Bavaria somos conscientes de que la prosperidad de nuestra Compañía está estrechamente relacionada con el bienestar de las comunidades en las cuales desempeñamos nuestras actividades;

la estrategia se ejecuta en sintonía con los prioridades nacionales en inversión social, y es así que nuestros programas se enfocan en la generación de empleo e ingresos, a través del apoyo al emprendimiento, el desarrollo social y la promoción de oportunidades de crecimiento, con programas de educación y microcrédito, y el respaldo a iniciativas de nuestros vecinos en las plantas con nuestro programa Uni2.

Tiendas de Paz



En Bavaria trabajamos en alianza con el Gobierno Nacional, acompañando el retorno a su lugar de origen a personas que han sido víctimas del desplazamiento forzado a causa de la violencia.

Lo hacemos por medio del programa “Tiendas de Paz”, con la estrategia *Retornar es Vivir*, que en alianza con el Departamento de la Prosperidad Social (antes Acción Social), la Unidad de Retornados y la Corporación Interactuar, tiene como fin el restablecimiento de las condiciones de seguridad de los lugares afectados, para que las familias retomen su proyecto de vida.

Estas tiendas se entienden como empresas solidarias y de beneficio comunitario, que promueven el desarrollo económico y productivo de la localidad y de la región; son centros dinamizadores de la comercialización, el intercambio (trueque) y el acopio de productos agropecuarios, pero más que esto, las tiendas funcionan como lugar de encuentro y socialización de las comunidades que retornan a sus tierras.

Estas tiendas se entienden como empresas solidarias y de beneficio comunitario, que promueven el desarrollo económico y productivo de la localidad y de la región



Municipio	Zona
Cocorná	Urbana
Granada	Centro poblado Los Medios y corregimiento Santa Ana
San Luis	Centro zonal Buenos Aires
San Francisco	Vereda San Isidro y corregimiento de Aquitania



Nos vinculamos a este proyecto en octubre del 2009, con un aporte de \$250 millones, equivalentes al 50% del costo del programa, cuya primera fase finalizó el 31 de diciembre del 2011. El resultado de este proceso benefició a 107 personas de manera directa y a 1.142 familias en forma indirecta, en el área de influencia de las seis tiendas comunitarias.

En el 2012 se realizó la planeación de la segunda fase de actividades para las Tiendas de Paz, que se ejecutará en el 2013; la continuidad busca beneficiar y ampliar la cobertura del proyecto en torno al fortalecimiento de las tiendas y el componente productivo en los municipios de Cocorná, Granada, San Luis, San Carlos, San Rafael, San Francisco y Nariño.

Tiendas de Paz Fase II Zonas 2012 >>

Municipio	Zona	Creación	Fortalecimiento
Cocorná	Vereda El Retiro	1	-
San Luis	Sin definir	1	-
San Carlos	Samaná	1	-
Nariño	Puerto Venus	1	-
Cocorná	Autopista Medellín-Bogotá, vereda San José	-	1
San Rafael	El Cabuyo	-	1
San Francisco	Pailandia	1	-
Subtotal		5	2



El resultado de este proceso benefició a 107 personas de manera directa y a 1.142 familias en forma indirecta, en el área de influencia de las seis tiendas comunitarias.

Presupuesto general >>

Componentes y presupuesto total de la Fase II

Costos coordinación

106.816.601

Personal técnico fases I y II

257.263.399

Inversiones fase I

35.520.000

Inversiones fase II

472.000.000

Difusión y publicaciones

28.400.000

Total proyecto

900.000.000

Emprendimiento

En Bavaria somos conscientes de la importancia de promover iniciativas emprendedoras en las comunidades y en nuestra cadena de valor, con miras a alcanzar el progreso y el desarrollo sostenible en Colombia.

Fomentamos el emprendimiento a través de nuestros programas de Destapa Futuro, la Red de Mentores, la Red de Emprendedores y la Red de Ángeles Inversionistas, por medio de los cuales brindamos un acompañamiento financiero, estratégico y logístico, desarrollando ideas empresariales novedosas e incrementando las oportunidades de empleo, productividad y competitividad.

Destapa Futuro

Este programa ha beneficiado a 331 emprendedores, a través de Capital Semilla y capacitaciones a 3.860 de ellos, que van desde la convocatoria hasta planes de expansión de los proyectos de mayor impacto, más innovadores y con un potencial real de crecimiento dinámico. Por medio de estos promovemos la generación de empleos formales y de calidad, y activamos el flujo de capitales y el progreso en las regiones en donde los implementamos.

En el 2012 adelantamos la sexta fase del programa, en la cual 45 proyectos emprendedores recibieron Capital Semilla para fortalecer su negocio, y cuatro empresas obtuvieron financiación, a través de créditos con bajas tasas de interés, entregados por la Fundación Bavaria en alianza con Bancolombia.

5.867

emprendedores fueron convocados para el séptimo ciclo 2012-2013.

5.000

empleos* han sido creados gracias al apoyo del programa de emprendimiento

1.925

emprendedores han sido capacitados en modelos de negocio, a través de nuestra plataforma virtual*

45

emprendedores han sido beneficiados con el Capital Semilla

92%

de nuestros emprendedores continúan en proceso de consolidación y expansión.

1.500

millones han sido invertidos por medio de Capital Semilla

* Datos acumulados desde el año 2006 hasta el 2012.



Red
Emprendedores
bavaria
net

Red de Emprendedores

La Red de Emprendedores es una plataforma en internet, a través de la cual ampliamos nuestra oferta de acompañamiento a todos los emprendedores del país, suministrando información acerca de negocios, eventos, seminarios *online* y contactos sobre cada mercado en particular. La red, que reúne a más de 35.306 usuarios, nos permite seleccionar a los emprendedores

que hacen parte del concurso Destapa Futuro.

Durante el 2012 participamos en varias conferencias, seminarios y eventos en línea, actividades cubiertas en nuestras redes sociales y soportes de video, audio y escritos, los cuales permanecen disponibles en nuestra plataforma www.redemprendedoresbavaria.net.

Con el acompañamiento de Destapa Futuro realizamos dos conferencias, con más de 400 asistentes.

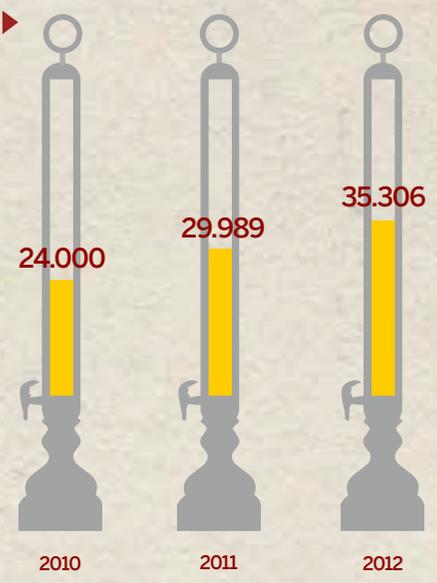
En su séptimo ciclo de operación, el programa logró 5.867 inscritos nuevos en el soporte de registro.

Para el 31 de diciembre del 2012 contamos con 35.306 emprendedores registrados en la plataforma.

Durante el 2012 alcanzamos un total de 244.293 visitas únicas, y obtuvimos un promedio de 20.000 visitas mensuales a la página.



Usuarios registrados en la Red de Emprendedores



En el 2012 el número de usuarios en nuestra Red de Emprendedores tuvo un crecimiento de **17,73%, con 5.317 usuarios nuevos.**



Los emprendedores con quienes hemos trabajado son el mejor testimonio del impacto que el programa ha generado en sus negocios. De acuerdo con Segundo Rodríguez, gerente de la Comercializadora Boyacense, gracias a los entrenamientos, mentorías y alianzas de Destapa Futuro ha logrado fortalecer su modelo de negocio, ampliar su visión empresarial y acceder a financiación con entidades bancarias, algo que no había logrado en los tres años de operación de su empresa.

397
horas
donadas

a nivel nacional



Por parte de

50
mentores
Bavaria

Red de Mentores

Por medio de nuestra Red de Mentores les brindamos a los emprendedores más destacados y con mayor potencial de Destapa Futuro un acompañamiento estratégico en materia de mercadeo, recursos humanos, finanzas, logística y ventas, entre otras áreas de interés. La red, creada desde el 2009, está conformada por ejecutivos voluntarios de Bavaria, entre los

cuales se encuentran vicepresidentes, directores, gerentes y profesionales especializados en diferentes áreas de desarrollo de la Compañía, quienes donan entre cuatro y ocho horas al año en sesiones de asesoría para los emprendedores.



En Bavaria estamos motivados por fortalecer nuestros programas, a través de los cuales estimulamos a los emprendedores a mostrar su talento y capacidad. Derrick Mestre Newball, dueño de Fruit of Life, inscribió su proyecto en Destapa Futuro, cuando su empresa estaba comenzando operaciones en San Andrés. Mediante el proceso y el apoyo continuo de Bavaria, Derrick ha logrado consolidar su empresa, y produce, además de agua de

coco, su producto original, jabones artesanales hechos de pulpa de coco y agua lluvia embotellada. Gracias al acompañamiento de los mentores y de la experiencia adquirida a lo largo del concurso, este emprendedor logró proyectar su negocio más allá de la isla, contando con varios inversionistas que buscan construir una planta de procesamiento en Colombia y una en Estados Unidos, en los próximos años.



Red de Ángeles Inversionistas

Nuestra iniciativa de Red de Ángeles Inversionistas fue creada en julio del 2010, con el fin de potenciar nuestro programa de Destapa Futuro, satisfacer la demanda de capital inteligente para emprendedores en etapa temprana y promover una cultura de inversión en el país. Se ha implementado a través de un equipo de empresarios, quienes destinan su tiempo, conocimiento y contactos a un grupo previsto de emprendedores, seleccionados por sus proyectos innovadores.

Es así que contamos con un convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través de su Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), que en el 2012 realizó una auditoría del proyecto, para estudiar los alcances y la viabilidad de la iniciativa; esta evaluación resultó en la pertinencia del proyecto, y corroboró la necesidad de la Red de Ángeles Inversionistas en la región. Con base en dichos resultados, el BID tomó la decisión de ampliar el plazo de ejecución del proyecto hasta finales del 2013.

Adicionalmente, en el 2012 buscamos fortalecer nuestras alianzas con diversas organizaciones de carácter nacional, con el fin de seguir consolidando el proyecto y construyendo nuestro portafolio. Dentro de dichas organizaciones se encuentran la Universidad del Norte, la Cámara de Comercio de Bogotá, Créame/Capitalia, la Universidad EAN, Wayra Telefónica y la Universidad Javeriana de Cali, entre otras.

A partir del 27 de agosto realizamos una convocatoria masiva de empresarios para conformar la Red de Ángeles Inversionistas, la cual fue hecha a través de los principales medios digitales y redes sociales del país, así como por medio del envío de correos electrónicos a más de 200 organizaciones relacionadas con temas de emprendimiento en el país, lo cual garantizó la mayor cobertura posible y nos permitió observar resultados satisfactorios al final del periodo.



1

Entrega total de 62.382 clics, que superaron el estimado en un 14,96%.

2

La convocatoria fue publicada en el boletín 18 de la AFE, Asociación de Fundadores Empresariales.

3

La Convocatoria fue publicada en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como una de las mejores oportunidades de emprendimiento en el país.



Resultados de nuestro programa de ángeles inversionistas ▶▶

81

inversionistas capacitados en temas de inversión ángel.

15

ruedas de inversión: 12 en Bogotá, 2 en Barranquilla, 1 en Medellín.

Más de

30

empresas presentadas a potenciales inversionistas (6 de estas ganadoras del programa Destapa Futuro).

47

citas posrueda concertadas entre emprendedores e inversionistas*.

88

inversionistas ángel en el país, comprometidos con el proyecto.

Más de

400

empresas revisadas por el equipo de la red.

1

negocio cerrado por valor de \$400 millones, y dos en proceso avanzado de negociación.

* Cifra acumulada desde el año 2006 hasta el 2012.

Educación

En Bavaria estamos comprometidos con el fomento de la educación, motor de desarrollo y crecimiento de un país, razón por la cual patrocinamos la participación de los hijos y nietos de nuestros tenderos, tripulantes¹ y operadores² de estratos 1, 2 y 3, en carreras técnicas y tecnológicas, así como en los últimos cuatro semestres de una carrera universitaria.

A través del programa financiamos el 80% del valor promedio de las matrículas a 0% de interés y sin exigir codeudor, el 20% restante debe ser asumido por el estudiante.

En el 2012 ampliamos la cobertura vinculando a las comunidades cercanas

a nuestras plantas de operación en los departamentos de Sucre, Caldas y Bolívar, y en la ciudad de Santa Marta. La convocatoria fue realizada a partir de la invitación de los gobernadores y alcaldes, quienes están comprometidos con brindarles a sus estudiantes mayores posibilidades de estudio.



Invertimos un monto de más de \$900 millones, en razón de los patrocinios entregados.

En el 2012 se registraron 2.846 personas en el programa.

Con miras a aumentar el espectro de la iniciativa, realizamos una campaña de comunicación más activa, con invitaciones directas para cada uno de los miembros de nuestra cadena de valor; hicimos visitas a colegios públicos ubicados en las comunidades aledañas a nuestras plantas, en los cuales lideramos charlas para los estudiantes de grado 11, a fin de hacerlos partícipes de la iniciativa. Para el desarrollo del programa contamos con un presupuesto de \$10.000 millones, lo cual nos permite realizar dos convocatorias al año.

Con el fin de promover las inscripciones al programa, para incrementar su cobertura, hicimos uso de medios de comunicación masiva, entrevistas radiales, periódicos locales, anuncios publicitarios en los recibos de servicios públicos y entrega de volantes en colegios.

1. Las personas que distribuyen los productos de Bavaria.
2. Las personas encargadas de la operación en los centros de distribución de la Compañía.

Desarrollo de comunidades



Programa de Voluntariado UNI2

Uni2 se financia a partir del fondo constituido con los aportes voluntarios donados por nuestros empleados, aportes que son duplicados por Bavaria; es administrado por nueve comités locales, conformados de manera voluntaria por parte de nuestros colaboradores, que operan de manera autónoma con el apoyo logístico, operativo y administrativo de la Fundación Bavaria.

Cada comité es responsable de presentar un informe de gestión sobre los recursos invertidos, los cuales deben ser destinados en un 80% a proyectos de generación de ingresos que brinden oportunidades estables para las comunidades, así como para el beneficio de la niñez y la juventud, ya sea mediante educación o programas de recreación y deporte, y el 20% restante debe ser destinado a donaciones filantrópicas.

En el 2012 el equipo de la Fundación Bavaria, junto con nuestro aliado SUMASocial Consultores, logró empoderar a los nueve comités locales en la toma de decisiones relativas a la inversión social, con base en las nuevas políticas del programa.



Uni2 tuvo una gran acogida por parte de nuestros colaboradores, y ello nos permitió afianzar aún más el programa entre los empleados y continuar trabajando hacia el desarrollo de nuestras comunidades de influencia.

485

de nuestros empleados

trabajaron en el 2012 en actividades de voluntariado, y donaron 4.173 horas.

49%

de nuestros colaboradores

donaron dinero voluntariamente al programa.

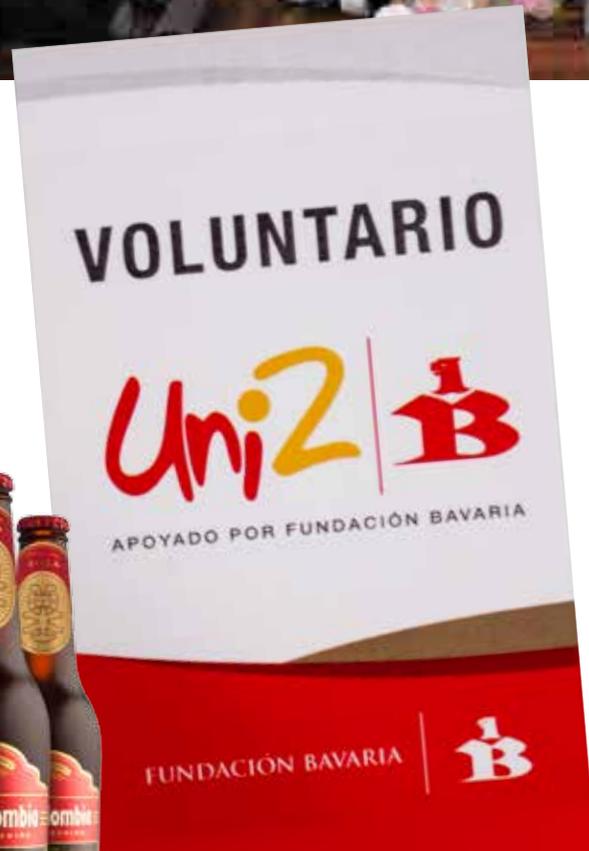
383

horas se donaron por parte de

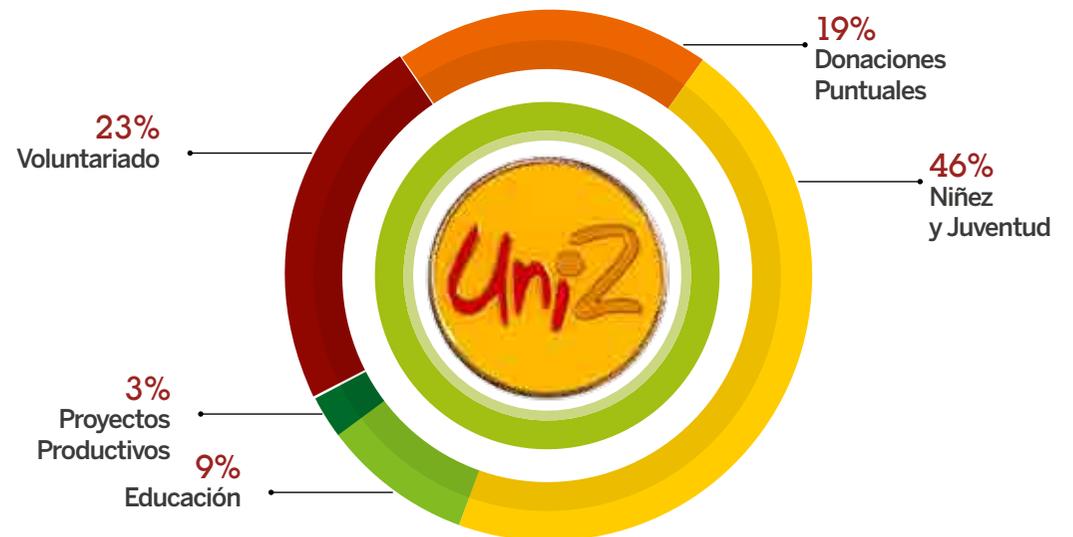
los líderes de comités locales



Se logró, asimismo, la participación activa de nuestros colaboradores en actividades de voluntariado, tales como la construcción de casas prefabricadas para familias de escasos recursos y la realización de jornadas de voluntariado con niños y jóvenes en temas de lectura y recreación.



Inversiones del programa UNI2 en el 2012 ▶▶



Alianza con la fundación Catalina Muñoz



Medellín:

Se construyeron siete casas y se pintaron otras tres en la Comuna 3.

Bogotá:

Se construyeron seis casas y se pintaron otras cuatro en el barrio Altos de Cazucá.

Bucaramanga:

Las gerencias de Ventas y Distribución construyeron tres casas, con apoyo del comité Uni2 Bucaramanga.

Barranquilla:

En el barrio Rebolo se construyeron y dotaron seis viviendas para familias en estado de vulnerabilidad.

Yumbo:

En el barrio Panorama se construyeron seis casas para familias desplazadas por el invierno.

Generación de ingresos



Capacitamos a las esposas de nuestros colaboradores y de las personas de nuestra cadena de valor, en Barranquilla y Bogotá.

Se realizó la jornada de voluntariado “Cogestor por un Día”, integrando a las familias que hacen parte de nuestra Red Unidos.

Niñez y juventud



Apoyamos prácticas deportivas y actividades en sensibilización en valores a través de la participación de nuestros voluntarios en partidos amistosos.

Reconocimos el desempeño académico de 82 estudiantes del Barrio Café Madrid, quienes recibieron más de \$10 millones de pesos en premios.

En conjunto con 11 empresas nacionales, conmemoramos el Día Internacional del Voluntariado en Colombia, a través de actividades de promoción de lectura con niños y jóvenes en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Medellín y Cali. Contamos con la asistencia de más de 300 voluntarios y 1.000 niños beneficiarios.

Los comités locales de Uni2 Valle, Bucaramanga, Bogotá y Medellín realizaron el primer Torneo Liga Uni2 de fútbol, con la participación de más de 850 niños a nivel nacional.

Donaciones



Con una inversión de \$144 millones entregamos dotado el Centro Comunitario Canavita en Tocancipá.

El comité local Uni2 Barranquilla invirtió más de \$14 millones en la construcción de muros divisorios, adecuaciones de baterías de baños e instalaciones de aires acondicionados en la Escuela Puerta de Oro.

Nuestro aporte benefició a más de 300 familias afectadas por el incendio del Barrio Café Madrid en Bucaramanga.

Entregamos 5.712 regalos a más de 25 instituciones seleccionadas, en la navidad pasada.

Red Unidos

En Bavaria velamos por la superación de la pobreza y el desarrollo de nuestras comunidades de influencia.

En el 2012 celebramos una alianza público-privada, con el Instituto de Emprendimiento Cisco, la Fundación Belcorp, Crown Colombia, Cemex, Kimberly Clark, Uniandinos y Peldar; por medio de esta alianza trabajamos con el gobierno local del municipio de Tocancipá y la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE), para que las 158 familias del municipio que viven en condiciones de extrema pobreza tengan acceso a mejores condiciones de vida.



Objetivos de la red



Microcréditos

En Bavaria somos conscientes del papel fundamental que desempeñan los tenderos en sus comunidades, así como de su importancia en nuestra cadena de valor, de modo que se constituyen en aliados indispensables para nuestra Compañía.

Esto nos llevó a crear nuestro programa de Oportunidades Bavaria Microcrédito, con el apoyo de la empresa Financiera Comultrasán, el Banco Agrario de Colombia y Bancolombia. Mediante la iniciativa buscamos ofrecerles a los tenderos las oportunidades de crédito que necesitan para hacer realidad su sueño de ampliar sus negocios, y así contribuir sustancialmente al desarrollo de sus comunidades y del país en su conjunto.

Mediante nuestro programa de Microcrédito brindamos ayuda financiera a tenderos de estratos 1, 2 y 3, sean o no distribuidores de nuestros productos, ofreciéndoles préstamos adecuados, que les permitan mejorar sus condiciones socioeconómicas, y subsanando uno de los principales inconvenientes para el crecimiento de los microempresarios, la falta de acceso a créditos y otros servicios financieros.

A través de Microcrédito incentivamos a los tenderos para que cumplan de manera responsable con sus obligaciones financieras, dándoles la posibilidad de iniciar su historia financiera y privilegiando a quienes se destaquen por su buena trayectoria, con una oportunidad de acceder a créditos de un monto mayor; típicamente, el 64% del dinero se invierte en la compra de inventarios, el 33% en activos para la tienda y en mejoras locativas, y en remodelación o ampliación del negocio el 3% del valor del crédito.

El éxito del programa se evidencia en el crecimiento exponencial del número de tenderos vinculados a la iniciativa, la expansión del alcance del programa y el incremento del monto financiado. Se pasó de 100 tenderos beneficiados en el 2009, año de creación del programa, a 7.502 en el 2012.



Se pasó de 100 tenderos beneficiados en el 2009, año de creación del programa, a 7.502 en el 2012.



	2011	2012
Tenderos que se vieron beneficiados con nuestro programa de Microcrédito	4.468	7.502
Millones desembolsados	11.560	21.533
Lugares de operación del programa	Bogotá, Boyacá, Antioquia, Bucaramanga y Barrancabermeja	Quince regiones del país, entre las cuales se encuentran Bucaramanga y su área metropolitana, Barrancabermeja, Boyacá, Pasto, Popayán, Bogotá, Medellín, Rionegro, el Eje Cafetero, Montería, Barranquilla, Santa Marta, Sincelejo y Valledupar.
Valor correspondiente al crédito promedio	\$2,5 millones	\$3,5 millones
	29% de los beneficiarios tuvieron acceso por primera vez a un crédito formal.	65% de los beneficiarios de los créditos vigentes son mujeres, de las cuales la mayoría son cabeza de familia.
Plazo promedio de pago del crédito	16 meses	16 meses
Cartera en mora	3,51%	3,80%

Mirando hacia el Futuro

Emprendimiento

- ▶▶ Durante el primer semestre de 2013 continuaremos con la entrega de Capital Semilla y acompañamiento estratégico a los ganadores del 6º ciclo del programa.
- ▶▶ Celebraremos el 7º ciclo del programa de emprendimiento (Destapa Futuro), el cual se encuentra en la fase de capacitación virtual beneficiando a 1.925 emprendedores de los 5,867 inscritos en esta versión.
- ▶▶ Hacia marzo de 2013 se iniciarán las capacitaciones presenciales para 100 de los emprendedores, los cuales se verán beneficiados con capacitaciones en diferentes áreas, que les permitirán hacer crecer sus empresas y desarrollar sus proyectos.
- ▶▶ En 2013 daremos continuidad al piloto de acceso a financiamiento bancario, mediante el cual le permitimos a nuestros emprendedores iniciar su historia crediticia a largo plazo.

Destapa Futuro en tu Región

- ▶▶ Realizaremos la convocatoria del programa en la región del Bajo Cauca y Sur de Córdoba con el fin de beneficiar los mejores proyectos con capacitación, acompañamiento y capital semilla no reembolsable de hasta \$1.000 de pesos con los recursos aprobados por USAID.
- ▶▶ En 2013 le daremos continuidad al programa de capacitación en áreas de negocio en Nuquí, buscando al final del año evaluar la viabilidad del Capital Semilla entregado a las iniciativas con mayor potencial.
- ▶▶ En Tocancipá continuaremos con la fase de capacitación en generación de ingresos, emprendimiento, proyectos productivos y superación de los 8 componentes adicionales, con el fin de que en 2014 las familias beneficiadas puedan superar la pobreza extrema.
- ▶▶ Continuaremos apoyando las 3 técnicas artesanales ganadoras del programa “En Busca del Orgullo Perdido”, quienes recibirán capacitación especial en temas de mercadeo y ventas.

Ángeles Inversionistas

- ▶▶ En 2013 incrementaremos el apoyo técnico a empresas en temas de valoración y la realización de convocatorias especializadas a nivel nacional.



UNI2

- ▶▶ Continuaremos consolidando los asuntos relacionados al voluntariado, en especial para trabajar con las comunidades vecinas a las plantas.
- ▶▶ Trabajaremos por crecer en nuestro número de voluntarios y aportantes con el fin de contar con más recursos para ayudar a las comunidades.
- ▶▶ Vamos a aumentar la cobertura de la Liga Uni2 de Fútbol para que los niños y niñas de las 9 comunidades vecinas a las plantas puedan participar en este torneo y el finalista tenga la posibilidad de participar en el Campeonato Pony Fútbol en Medellín en Enero de 2014.



Contribuir con la
reducción del
VIH/SIDA

▶▶ Para ver nuestro informe
de sostenibilidad exhaustivo,
consulte nuestra página web
www.bavaria.co



Contribuir con la reducción del VIH/SIDA

La extensión y los graves impactos de la pandemia del VIH/SIDA, que pudieran afectar a nuestros trabajadores, proveedores, clientes y sus familias, además de las comunidades en las cuales habitan y la sociedad en general, han llevado a Bavaria a incluir este asunto en su estrategia de sostenibilidad, aun cuando la tasa de prevalencia sea baja en Colombia.

4.600

asistentes a los
programas de
VIH/SIDA

Contribuimos a la reducción del VIH/SIDA a través de programas de concientización y prevención, que son extensivos a toda la cadena de valor, a los trabajadores y sus familias, proveedores, contratistas y comunidades vecinas a nuestras plantas.

Actividades

Con el fin de prevenir la propagación de esta enfermedad entre nuestros colaboradores, contratistas y comunidades de influencia, en el 2012 ampliamos la cobertura de nuestras iniciativas, las cuales consistieron en entregar material sobre los riesgos del VIH/SIDA a los familiares de nuestros trabajadores, en especial a adolescentes y a adultos jóvenes con riesgo o presencia de enfermedades de transmisión sexual, a través de la sede de la Gerencia de Servicios de Salud.

Adicionalmente, prestamos la asesoría pertinente a los empleados que la solicitaron, de profesionales capacitados en salud sexual y reproductiva.

Logramos beneficiar a 1.000 personas aproximadamente.

Trabajamos con los colaboradores directos e indirectos de la Compañía en 22 dependencias.



En el 2012 lideramos talleres de salud sexual y reproductiva entre nuestros grupos de interés, mediante los cuales los concientizamos en la importancia del autocuidado y los métodos de prevención. Los talleres se enfocaron en:

- Factores de riesgo para la adquisición y contagio de 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.

Talleres de salud sexual y reproductiva



4.600
Asistentes a los programas de VIH



Actividades ejecutadas en el 2012

Conferencia dirigida a la comunidad del barrio Café Madrid, en la ciudad de Bucaramanga, con actividades lúdicas que resaltaron valores, derechos sexuales-reproductivos y prevención de factores de riesgo.

Incrementamos el soporte especializado de la ONG Profamilia, en cuanto a material escrito y logística.

El Laboratorio Farmacéutico Lafrancole prestó apoyo con enfermeras especializadas en salud sexual y reproductiva en todo el país.

Mirando hacia el Futuro

- ▶▶ Planeamos fortalecer nuestra presencia en las comunidades cercanas a las diferentes dependencias de Bavaria, al igual que estableceremos un vínculo más cercano con las familia de nuestros trabajadores, por medio de mensaje preventivo claro y directo sobre los factores de riesgo de adquisición de VIH/SIDA.
- ▶▶ Presentaremos Talleres prácticos sobre el uso adecuado del condón, prevención del embarazo no programado en adolescentes y protección dual (condón - anticoncepción).

- ▶▶ Entregaremos material escrito preventivo que exalte los valores y derechos sexuales, proyecto de vida personal e interacción con la familia, la sociedad y el país.
- ▶▶ Apoyaremos los entes estatales en las actividades de lucha contra el VIH/SIDA.





Respetar los
**DERECHOS
HUMANOS**



▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Respetar los derechos humanos

En Bavaria estamos comprometidos con los más altos niveles de respeto hacia los derechos humanos; partimos por casa cumpliendo los mejores estándares laborales, tanto en nuestras operaciones locales como en la cadena de valor.

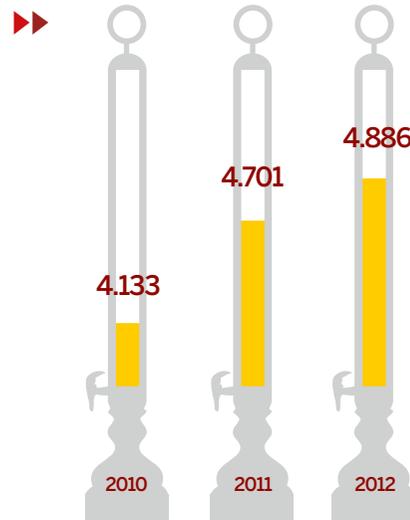
Es así que contamos con una serie de principios laborales, por medio de los cuales buscamos garantizar la libertad de asociación y el derecho de negociación colectiva; la prohibición del trabajo forzado; la abolición del trabajo infantil; la intolerancia ante todo tipo de discriminación; salarios y beneficios justos y competitivos; un entorno laboral seguro y saludable.

Colaboradores

En Bavaria estamos comprometidos con brindarle a cada uno de nuestros trabajadores un ambiente de confianza, en el cual puedan desarrollarse como seres humanos integrales, incentivando su sentido de pertenencia a la Compañía. Bajo los preceptos de equidad y respeto, evitamos todo tipo de discriminación, tomando como base, en nuestros procesos de contratación y promoción, factores relacionados con las competencias laborales y el desempeño de nuestros colaboradores.



Número de trabajadores

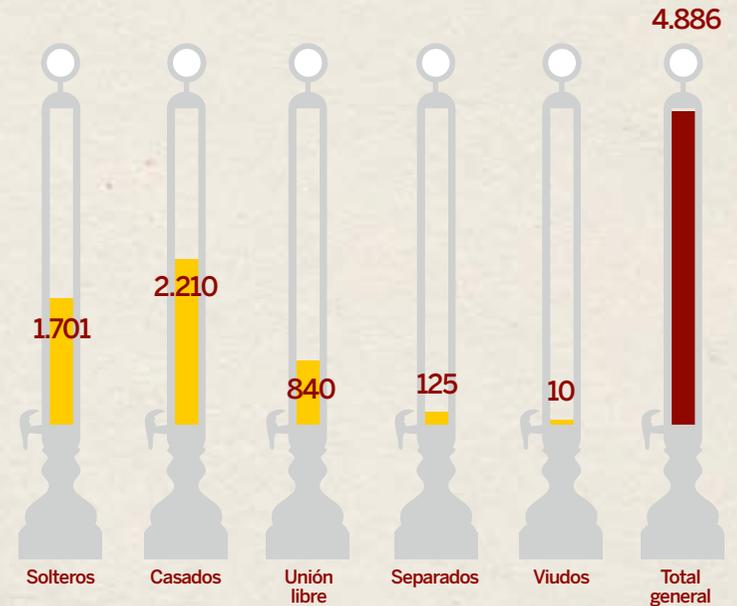


Número de trabajadores

2012:
4.886

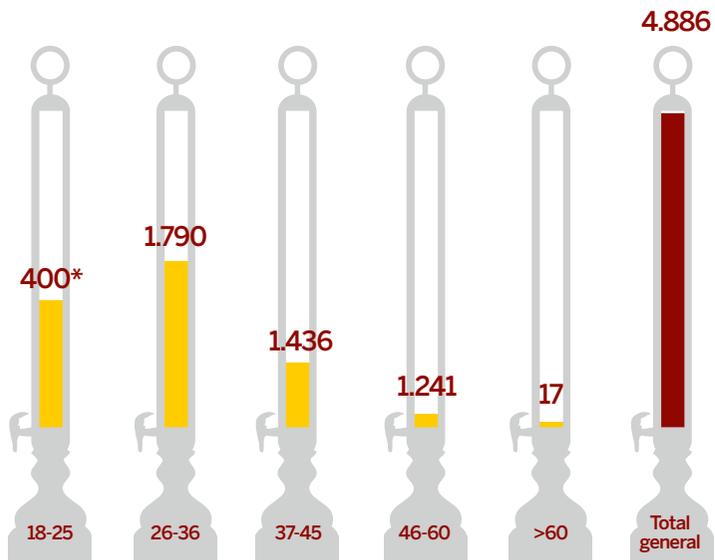


Trabajadores por estado civil



Trabajadores por rango de edad

Edad

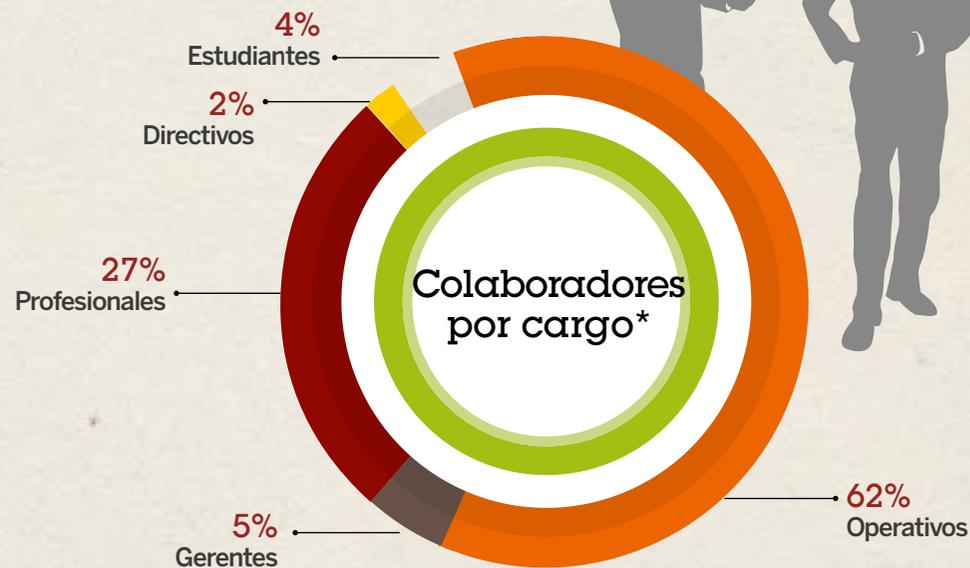


Trabajadores por tipo de contrato

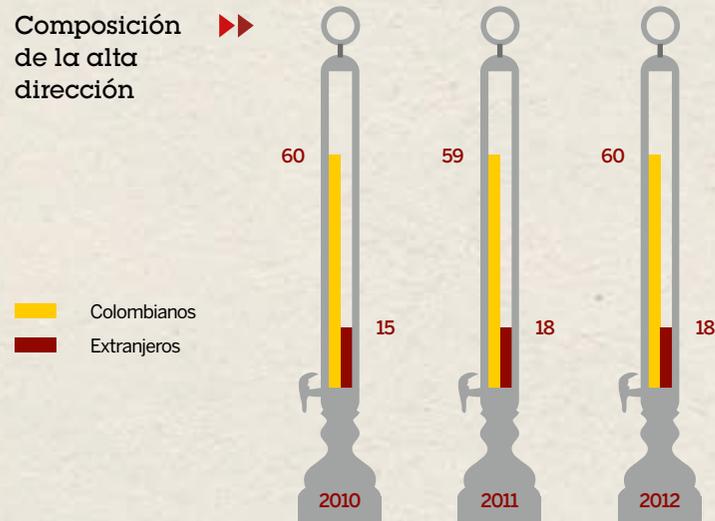
Indefinido
Término fijo
Practicantes y estudiantes del SENA



* Contamos con dos estudiantes del SENA menores de 18 años, que están contratados bajo una modalidad de aprendizaje.



Composición de la alta dirección



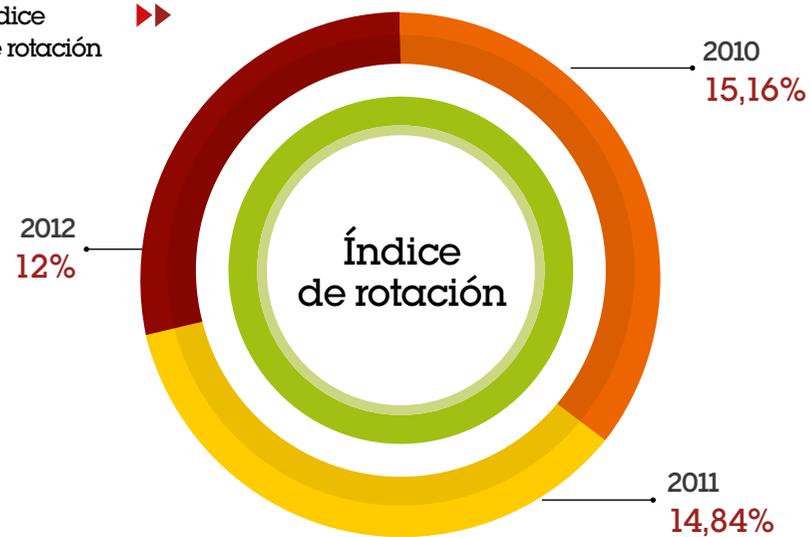
Alta dirección



Trabajadores por sedes

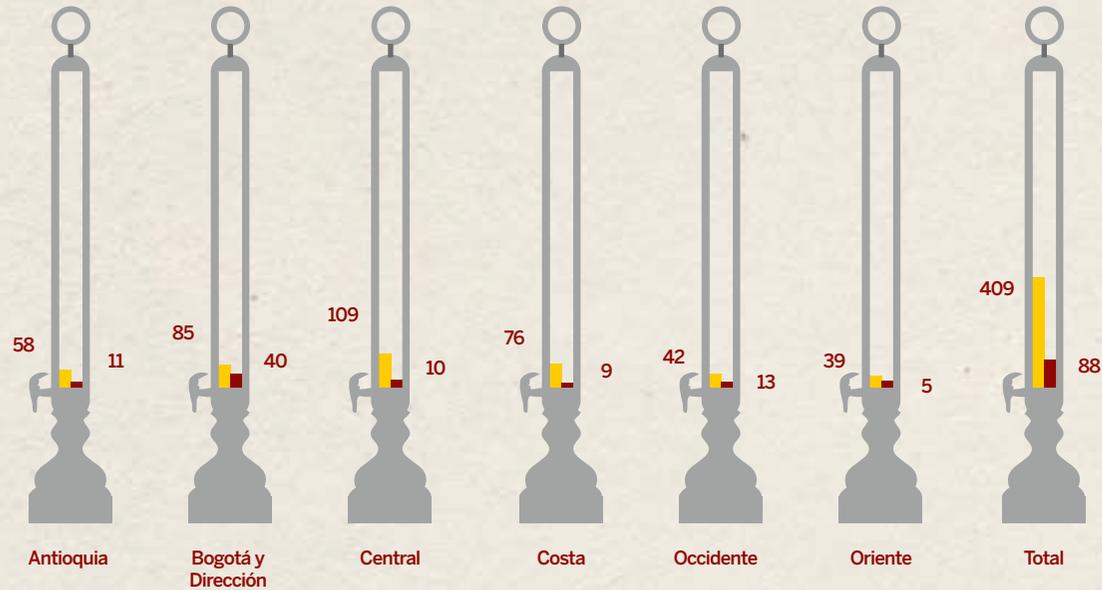
N° de trabajadores	2010	2011	2012
Águila Barranquilla	587	640	680
Bavaria Bucaramanga	346	381	390
Bavaria Bogotá	77	3	0
Bavaria Boyacá	208	272	265
Bavaria Dirección	1.063	1.029	1.064
Bavaria Tocancipá	550	640	686
Regional Valle	446	498	510
Maltería Tropical	67	76	67
Maltería Tibitó	76	76	86
Unión Medellín	550	599	595
Impresur	163	165	177
TEV	/	/	322 - 366

Índice de rotación



Número de empleados que salieron por región

■ Hombres
■ Mujeres



Índice de rotación

Índice de rotación					
Rango de edad*					
	18-25	26-36	37-45	46-60	>60
Antioquia	2,82%	8,05%	1,01%	1,61%	0,40%
Bogotá y Dirección	1,01%	11,00%	7,44%	4,63%	1,01%
Central	4,83%	12,40%	3,22%	3,42%	0%
Costa	2,21%	8,25%	4,43%	2,01%	0,20%
Occidente	0,40%	5,03%	2,62%	2,62%	0,40%
Oriente	1,81%	4,83%	0,49%	1,41%	0,40%
Total	13,1%	49,7%	19,1%	15,70%	2,41%

* Porcentaje de trabajadores que salieron de las operaciones por sede, desglosados por edad, respecto del total de trabajadores que salieron de dichas operaciones durante el 2012.

Salarios

En Bavaria estamos comprometidos con que nuestros colaboradores reciban un salario justo, que les permita mejorar su calidad de vida, la de sus familias y la de su entorno en general, mediante la generación de beneficios conjuntos para ellos y nuestra Compañía.

Con este fin, contamos con un sistema de compensación transparente y equitativo, que rige para todos nuestros trabajadores, basado en el desempeño de cada uno ellos.



Derechos de los trabajadores

En Bavaria fomentamos y promocionamos el cumplimiento de los derechos de todos nuestros colaboradores, manteniendo relaciones de respeto mutuo, a través de un pacto colectivo, una convención con el sindicato y la extensión de beneficios para las plantas que no cuenten con ninguna de estas negociaciones.

Pacto colectivo	Cervecería de Barranquilla, Cervecería de Tocancipá, Cervecería de Bucaramanga, Cervecería del Valle, Cervecería de Boyacá, Maltería de Tibitó
Convención Colectiva con Sindicato	Cervecería Unión
Extensión de beneficios del pacto	Maltería Tropical, Impresur
Régimen legal	TEV

A través del pacto colectivo les garantizamos a nuestros colaboradores 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

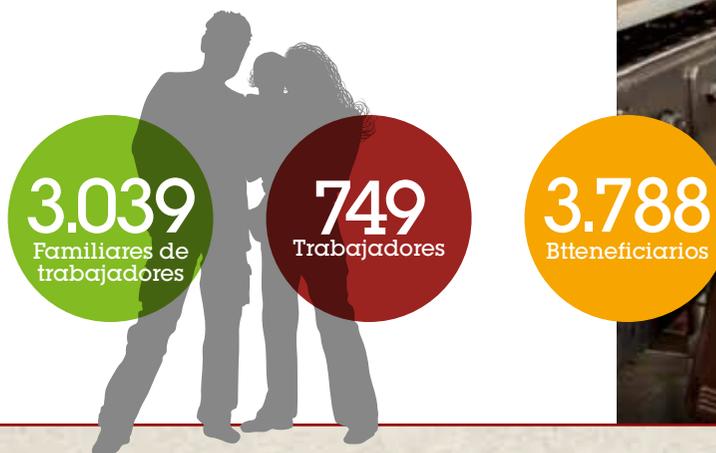
Beneficios pensionales

Auxilio a las familias por muerte del trabajador

Auxilio al trabajador por muerte de familiares

Medicina prepagada

Uno de los beneficios garantizados a nuestros colaboradores, mediante el pacto colectivo, es el acceso a servicios de salud integrales para los familiares que dependen económicamente de ellos, así como para los beneficiarios de los pensionados. El costo asumido por la Compañía en el 2012 fue de \$4.252.367.114.



Uno de los beneficios garantizados a nuestros colaboradores, mediante el pacto colectivo, es el acceso a servicios de salud integrales para los familiares que dependen económicamente de ellos.

Préstamos otorgados

De la misma manera, a los colaboradores se les otorgan préstamos, con el fin de apoyarlos financieramente en cuestiones de calamidad, estudio, vehículo, vivienda y motivos personales.

Tipo de préstamo	2010	2011	2012
Calamidad	90.213.143	134.228.656,67	137.359.520
Estudio	380.191.257	275.115.219,00	332.122.910
Vehículo	1.747.179.380	1.229.224.271,00	689.913.915
Vivienda	9.072.730.238	5.431.356.844,00	6.985.223.178
Personales	269.176.214	93.670.784,00	561.167.266
Total	11.559.490.232	7.163.597.785,67	8.705.786.789



Contratación y promoción del talento



Los procesos de contratación en Bavaria están enfocados hacia la atracción y retención de talento. El proceso se lleva a cabo a través de convocatorias transparentes y equitativas, sujetas a las condiciones específicas de cada cargo, en las que damos prioridad al recurso humano de la organización, realizando convocatorias internas. En el caso en el cual no encontremos al personal requerido para el cargo dentro de la Compañía, optaremos por un proceso de selección externa.

Las convocatorias internas están basadas en nuestros valores corporativos, de ética y transparencia. Es así como en el 2012 presentamos un aumento del índice de cubrimiento interno de 15%, con respecto al 2011. Este crecimiento evidencia el desarrollo de nuestros colaboradores a través de procesos de formación.

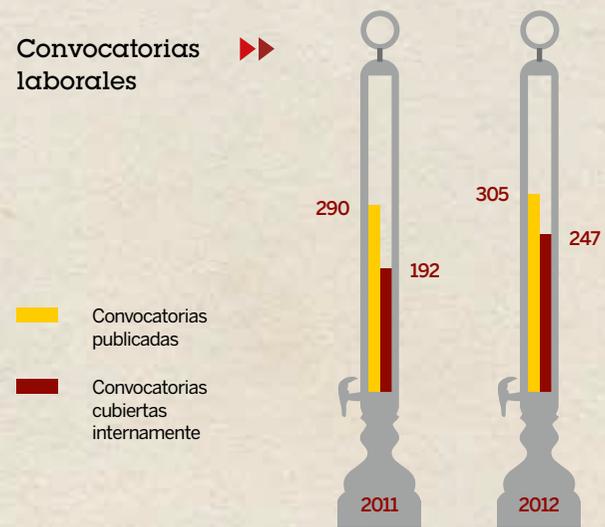
De todas las convocatorias que realizamos en el 2012, a nivel nacional, para posiciones gerenciales y otros

cargos directivos, el 90% fue cubierto por personal de Bavaria, creciendo en un 29% con respecto al año anterior. El 30% de estos correspondió al nombramiento de mujeres que han hecho carrera y se han desarrollado dentro de la Compañía, aportando nuevos conceptos y formas de alcanzar nuestros objetivos estratégicos, a través de enfoques variados y generadores de valor. Dichos nombramientos reflejan la cultura de diversidad e inclusión que promovemos en Bavaria.

Porcentaje de convocatorias cubiertas internamente



Convocatorias laborales



Salud y seguridad

En Bavaria es de suma importancia proveer a todos nuestros colaboradores unas condiciones de salud y seguridad óptimas, que contribuyan tanto al bienestar de ellos como al éxito de las operaciones. Para ello contamos con unos programas y capacitaciones en salud ocupacional y seguridad industrial, a los que tiene acceso toda nuestra fuerza laboral. Como garantía del compromiso con los colaboradores en materia de salud y seguridad, contamos con la certificación OHSAS 18001 en todas nuestras plantas.

Tipo	Eventos	Días
Accidentalidad industrial	156	1.514
Enfermedad profesional	7	101
	Incapacidades	Días
Enfermedad común	2.835	16.493

Indicadores accidentalidad industrial



Nota: En el 2011 se presentó un accidente fatal en la planta de Tocancipá. Durante el 2012 no hubo ningún accidente fatal, y por eso la diferencia en el índice de severidad.

Integración de los Copaso

Dependencia	Representante de los trabajadores	Representante de la empresa	Total de miembros
Barranquilla	3	3	6
Dirección Bogotá	3	3	6
Boyacá	2	2	4
Bucaramanga	2	2	4
Cervecería del Valle	2	2	4
Tocancipá	3	3	6
Tibitó	2	2	4
Cervecería Unión	3	3	6
Impresur	2	2	4
Maltería Tropical	2	2	4
Total	24	24	48



Prevención de enfermedades

Los programas de salud preventivos realizados en el 2012 incluyeron a los trabajadores, contratistas, las familias y la comunidad.

Realizamos un trabajo importante frente al consumo responsable de alcohol. Igualmente, se dio continuidad a los programas de prevención de enfermedades que puedan poner en riesgo la vida de los públicos que atendemos.

Consumo responsable de alcohol

Campaña de consumo responsable de alcohol en fiestas y eventos de fin de año, con una cobertura de 23.474 personas, que incluyeron conductor elegido, prueba voluntaria de alcoholemia en asistentes, obligatoria en conductores de buses de rutas de los participantes, zonas libres de alcohol y refuerzo de mensajes de prevención con el apoyo de Don Chucho. Lo anterior en coordinación con la División de Desarrollo Sostenible, Gerencia de Responsabilidad Social. Incluyó trabajadores, contratistas y familiares de trabajadores.

Jornadas-talleres de prevención de Consumo Excesivo de Alcohol (CEA) en Barranquilla y Bucaramanga, con una cobertura de 1.323 personas y 1 trabajador rehabilitado en Barranquilla.



Programas ▶▶
de prevención
de enfermedades

Programa	Beneficiarios	Observaciones
Diabetes	1.080	Incluyó taller de nutrición, glucometrías, prueba de neuropad para detección temprana de pie diabético, evaluación de tensión arterial, talla, peso, índice de masa corporal y perímetro abdominal para determinación de factores de riesgo.
Problemas cardiovasculares	1.539	
Cáncer	120	
Enfermedades orales	496	
Osteoporosis	120	
Desórdenes Musculo Esqueléticos	2.652	Incluyen evaluaciones e intervención de puestos de trabajo, con seguimiento e inclusión de trabajadores en el programa de vigilancia de DME, talleres de manejo de cargas e higiene postural
Pausas Activas	9.926 trabajadores sesión y 7.792 contratistas	Están dirigidas al estiramiento, relajación y fortalecimiento muscular, así con relajación en las jornadas laborales.
Hipoacusias	1063	
Riesgo Psicosocial	1.849 personas sesión	
Enfermedades respiratorias	1.641	
Vacunación	1.589	Influenza
	206	Hepatitis B
	149	Hepatitis A
	127	Tétanos



Pensiones

Actualmente, contamos con dos mecanismos de recolección de mesada, el primero es una red de oficinas ubicadas en zonas estratégicas de Bogotá y el otro es la consignación bancaria a cualquier entidad de su preferencia.

Ambos, han tenido una gran acogida entre los pensionados en la medida que pueden cobrar su mesada de una manera cómoda y de fácil acceso que no les demande mucho tiempo.

Adicionalmente a partir del mes de julio del año 2012, empezamos a comprobar la supervivencia del pago de la mesada pensional electrónicamente, teniendo

en cuenta la base de datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil. Esto quiere decir, que el pensionado que cobraba su mesada pensional en consignación en su cuenta personal, no tiene que comprobar su supervivencia en las instalaciones de la Empresa, situación que por su avanzada edad, en algunos casos mayores de 80 años de edad, hacía complicado el desplazamiento.

En el 2012,
tuvimos
2.829
pensionados

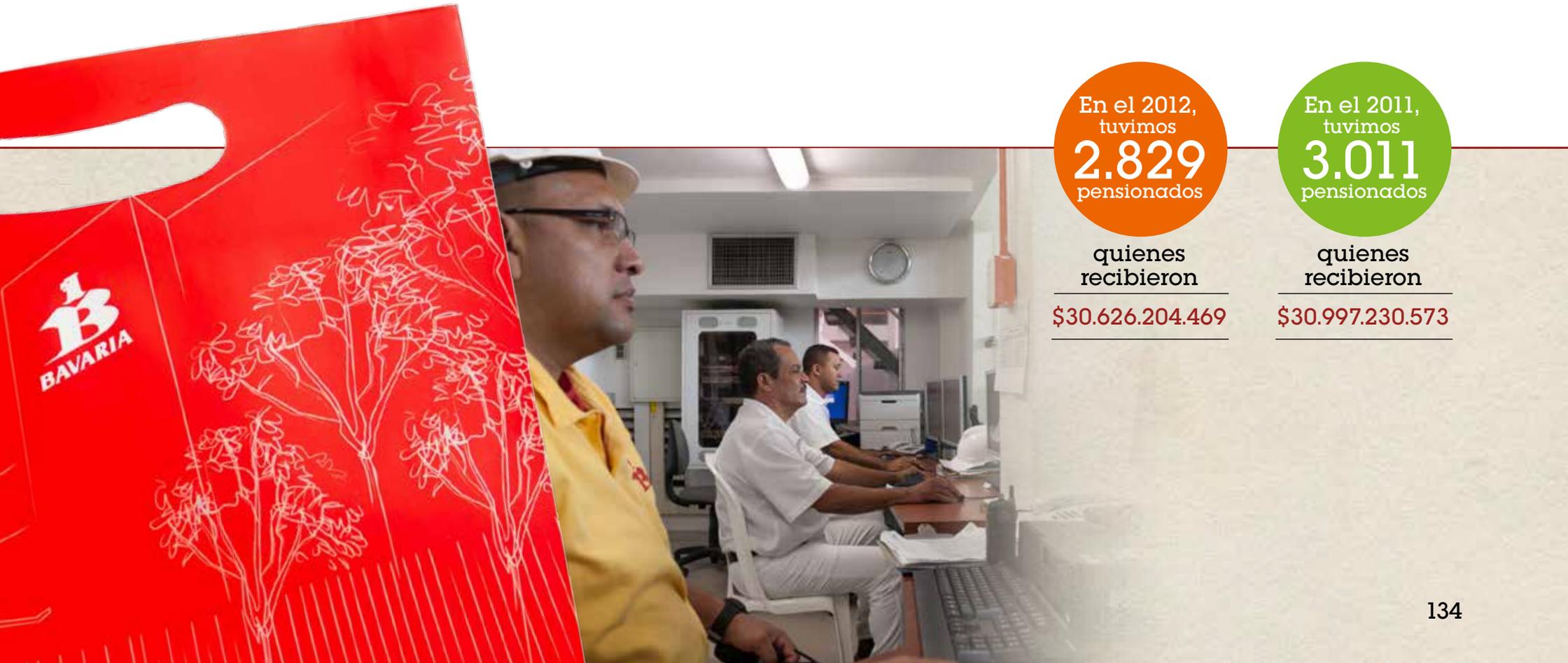
quienes
recibieron

\$30.626.204.469

En el 2011,
tuvimos
3.011
pensionados

quienes
recibieron

\$30.997.230.573



Performance Management



Al igual que en otros años, el Comité Ejecutivo de Bavaria presentó el plan de negocios definido en los Cuatros Imperativos Estratégicos, cuyo objetivo es el establecimiento de metas a nuestras áreas y cargos por medio de una metodología de cascada, acompañada y guiada por el área de Recursos Humanos. Una vez fijadas nuestras metas, tenemos reuniones informales de seguimiento mensual con equipos e individuos (One to Many y One on One) para obtener una retroalimentación sobre los objetivos planteados.

El primero de octubre realizamos la evaluación del desempeño a aquellos colaboradores que tuvieran más de tres meses de antigüedad. La escala estándar de evaluación que usamos está establecida entre 1 y 6, considerando el 1 como la más baja y 6 la más alta. Si el colaborador obtuvo una calificación de desempeño baja, trabajamos directamente con él para mejorar su desempeño y luego validar las mejoras realizadas.



Evaluación del desempeño 2012



1.381
Operarios

546
Auxiliares

1.526
Profesionales

256
Gerentes

63
Directores

3.772
Total



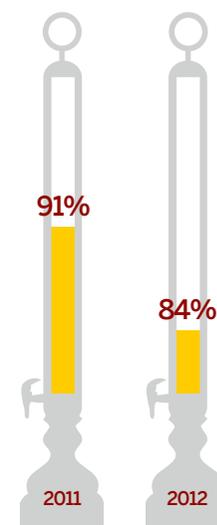
Planes individuales de desarrollo (IDP)

Los IDP son una herramienta que nos permite incentivar el crecimiento y el alcance de nuevas metas de vicepresidentes, directores y gerentes.

Anualmente se realiza la reunión de discusión de desarrollo entre jefe y colaborador, que se lleva a cabo con la participación del 100% de los trabajadores de nivel de Vicepresidente, Directores y Gerentes, al igual que con ciertos profesionales de cada área funcional, los cuales han sido seleccionados previamente por la Dirección de Talento

y cada VP funcional, debido a que son considerados talentos para la futura sostenibilidad del área. En esta discusión el equipo identifica las oportunidades de desarrollo y se definen las acciones que harán parte del Plan Individual de Desarrollo (IDP), y realizarlo en el sistema Authoria, identificando la Categoría y Necesidad de Desarrollo.

Ejecutivos y directivos que elaboraron su IDP ▶



Formación

En Bavaria somos conscientes de la importancia de atraer y retener colaboradores talentosos, por lo cual trabajamos por la continua capacitación y formación de ellos.



Inversión en capacitación ▶▶



Capacitaciones

Para nosotros, durante el 2012 era importante enfocar nuestros esfuerzos en el entrenamiento desde las cuatro áreas funcionales de la Compañía (Ventas, Distribución, Manufactura y Recursos Humanos), en las que se desarrollaron programas que atendieron sus necesidades puntuales. Durante el 2012 recibieron capacitaciones 7.904 trabajadores.

Ventas	Distribución	Recursos Humanos
<ul style="list-style-type: none"> Entrenamientos en habilidades para fortalecer la formación de expertos por área en los programas de Nuevo Modelo de Servicio de Ventas. Especialmente en la Regional Antioquia, se hicieron entrenamientos en la Vicepresidencia de Ventas, para el Nuevo Modelo de Servicio. Fortalecimiento del Coaching de campo. Modernización de los conocimientos sobre Precio y Gane Más Exija Más. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrenamientos en habilidades para fortalecer la formación de expertos por área en los programas de Carro Escuela de Distribución. El programa de habilidades de formación está diseñado para fortalecer a los especialistas de Desarrollo de Distribución, Ventas, Técnica y L&D. 	<ul style="list-style-type: none"> Afianzamientos de conocimientos para BP de Recursos Humanos, como sustento a la implementación del Modelo Operativo. Se ofrecieron programas corporativos de inglés y ofimática. Se estimuló el desarrollo de los líderes a través del programa Line Managers, taller "Rol con Significado". Apoyo en maestrías, especializaciones, inmersiones y cursos cortos, como parte de la ejecución de los IDP.

Formación a nuestro personal de seguridad

En Bavaria la capacitación de nuestro personal de seguridad en derechos humanos se ha convertido en una constante acción preventiva, por medio de la cual buscamos formarlos en los siguientes temas:

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

Respeto a
la ciudadanía

Calidad de servicio

Empleo de las armas

Conducción
a la defensiva

En el 2012 celebramos una alianza con la Presidencia de la República, con el fin de brindarle a nuestro personal de seguridad la capacitación necesaria en esta materia, poniendo énfasis en la responsabilidad y cuidado a la hora de prestar su servicio y el respeto permanente a las comunidades. Con este fin programamos cinco sesiones en la Oficina de Derechos Humanos de la Presidencia de la República, en las cuales participaron todos los miembros pertenecientes a dicha área.

Capacitación del personal de seguridad en DD. HH. ▶▶

Horas **14**

Nº de personas
capacitadas **26**

Temas tratados

Derecho a nacer y pertenecer,
Derecho a la libertad,
Equilibrio entre el tomar y el
dar, Principios y conceptos de
la seguridad privada, Sistemas
de gestión.

Club Colombia

Bienestar laboral

Para nosotros es de vital importancia que nuestros colaboradores se sientan a gusto con el ambiente laboral que queremos propiciar en Bavaria, de tal manera que esto resulte en un desempeño laboral más eficiente y, finalmente, en un crecimiento sostenible de la empresa.

Nuestra estrategia de bienestar laboral en Bavaria está fundamentada en tres grandes pilares, acercamiento, reconocimiento y participación, a partir de los cuales se desprenden diferentes programas y actividades, para brindarles a nuestros colaboradores y a sus familias un ambiente de sano esparcimiento, reconociéndolos y valorándolos como partes integrales y fundamentales de nuestra Compañía, y a sus familias como aliados estratégicos de la misma.

A través de cada una de las actividades y programas fortalecemos las relaciones entre nuestros colaboradores y sus jefes, y generamos así un alto sentido de pertenencia hacia la empresa, relaciones laborales basadas en el respeto, el buen trato, el compromiso, el trabajo en equipo, el relacionamiento informal, la comunicación efectiva, la confianza, la equidad y el reconocimiento.



Iniciativas de reconocimiento



1

Celebraciones bimestrales de cumpleaños

2

Entrega de beneficios con sentido social, por medio del pacto colectivo

3

Actividades lúdico-deportivas, como la inauguración y clausura de torneos, y cursos de destrezas manuales

4

Vacaciones recreativas

5

Momentos culturales

6

Integraciones y reconocimientos informales

7

Espacios diferentes al laboral, para compartir con nuestros colaboradores y sus familias

8

Celebración del Día de la Mujer, de la Madre/Padre y del Día del Niño, para los hijos de nuestros colaboradores, menores de 12 años

9

Premios a la excelencia académica de los hijos de nuestros colaboradores

10

Fiesta de fin de año

Resultados de ▶▶
nuestras iniciativas
en el 2012



**Iniciativas
de acercamiento**

Realizamos visitas a las familias de nuestros colaboradores, para acompañarlos en momentos importantes, como nacimientos, muertes, entre otros.

Reconocimiento

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ceremonia para la entrega de los préstamos de vivienda y vehículos, que hacen parte de los beneficios dados a partir del pacto colectivo. | <ul style="list-style-type: none"> • En el 2012 se vieron beneficiados 294 colaboradores por medio de esta iniciativa. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Contamos con cabañas y apartamentos en nuestras sedes sociales de Santa Marta, Bucaramanga, Tibasosa y Cali, para el disfrute de nuestros colaboradores y sus familias. En las mismas tenemos actividades dirigidas a las familias, como cursos de destrezas manuales y escuelas de formación deportiva. | <ul style="list-style-type: none"> • En el 2012 el porcentaje de ocupación de las cabañas y apartamentos en nuestras sedes fue del 85%. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Premiación a los mejores estudiantes | <ul style="list-style-type: none"> • En el 2012, al cumplirse diez años del programa, premiamos a 165 niños, hijos de nuestros colaboradores, en todo el país. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Nuestra fiesta de fin de año, a través de la cual reconocemos el esfuerzo de los trabajadores durante el año, junto con sus familias. | <ul style="list-style-type: none"> • En el 2012 tuvimos una asistencia de 21.548 personas, entre trabajadores propios y terceros, acompañantes y niños menores de 12 años. |

Iniciativas de reconocimiento ▶▶



**Promedio
de satisfacción**

Cada año hacemos un análisis del índice del promedio de satisfacción de nuestros colaboradores; en el 2012 hicimos un estudio electrónico¹, en el que participaron 3.322 de los 3.685 empleados citados para la encuesta, lo que representa una participación del 89,0%. Los resultados muestran que este promedio es de 4,6, sobre una escala de 1 a 6, lo que evidencia un nivel de satisfacción importante y a la vez unas oportunidades de mejora que deberán ser aprovechadas.

1. La firma que aplicó la encuesta en septiembre del 2012 fue Datexco Company, S. A.

Mirando hacia el Futuro

Gestión del Desempeño

- ▶▶ Fortalecer los procesos de Performance Management (PM) en los líderes de la Organización a través del alineamiento conceptual de los gerentes nuevos y reforzar a los antiguos, y conversaciones Individuales con los líderes.
- ▶▶ Divulgación constante de la comunicación en la Organización por medio de un plan de comunicaciones orientado a incentivar y apalancar la importancia del espíritu y del proceso PM.

Formación de Empleados

- ▶▶ Continuar desarrollando programas funcionales y corporativos que promuevan la gestión de capacidades de negocio en concordancia con nuestra estrategia.
- ▶▶ Mantener vigente el conocimiento requerido en cada rol de front line, las condiciones de liderazgo y todas las habilidades exigidas por el modelo de "Capabilities Comerciales".

Salud Ocupacional

- ▶▶ Programa de fortalecimiento sobre cultura preventiva entra trabajadores y contratistas a nivel nacional.
- ▶▶ Fortalecimiento del Programa Preventivo de Consumo Excesivo de Alcohol (CEA), en conjunto con la División de Desarrollo Sostenible, con un acompañamiento cercano a casos sospechosos, probables y confirmados de CEA.
- ▶▶ Fortalecimiento de la intervención y Seguimiento de Juntas de calificación Regionales y Nacionales, a través del acompañamiento de la gestión de la Administradora de Riesgos laborales (ARL), y el acompañamiento técnico del corredor de seguros.
- ▶▶ Benchmark con industrias del sector para evaluar y adoptar mejores prácticas.

Fortalecimiento de los programas preventivos ▶▶



Seguridad Industrial

- ▶▶ Concientizar a los colaboradores en la importancia del reporte de incidentes, como medida preventiva para la reducción de riesgos.
- ▶▶ Reforzar las observaciones de comportamientos seguros y definir el número de observaciones positivas como un indicador de la línea.
- ▶▶ Definir indicadores de desempeño asociados a la seguridad en la línea de trabajo.

Pensiones

- ▶▶ Continuar brindando un excelente servicio.
- ▶▶ Llegar a la totalidad de pensionados con el pago de su mesada por medio de la consignación electrónica, sin tener que comprobar la supervivencia físicamente.

Seguridad y Derechos Humanos

- ▶▶ Avanzar cada vez más en la consolidación de los conceptos de DDHH en nuestra labor cotidiana de seguridad.





TRANSPARENCIA
Y ÉTICA

Ética

Los más altos estándares éticos y de transparencia regulan todo lo que hacemos, y le dan un valor preponderante a reportar y comunicar, de una manera abierta y honesta, para tener relaciones basadas en la confianza con todos nuestros grupos de interés.

Con el fin de promover la ética en la agenda nacional, adelantamos el VI Foro de Ética Empresarial - *Ética en lo cotidiano* en ocho ciudades del país, al cual asistieron 5.900 personas.

Internamente dimos continuidad a los programas con trabajadores, centrándonos en el tema de anticorrupción; con los proveedores realizamos la tercera versión del programa *Rumbo Empresas Íntegras y Transparentes*.

▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Transparencia y ética

Programa integral de ética - Bavaria S.A.

El Programa Integral de Ética de Bavaria S.A. se ha convertido en un orgullo corporativo, pues representa una visión global del dinamismo de la ética, a partir de los retos, oportunidades de mejora y fortalezas que posee la Compañía con cada uno de sus grupos de interés.



Capacitación central del año



Taller sobre la Política Antisoborno

Conscientes de la necesidad de promover prácticas encaminadas a mitigar los riesgos de corrupción que existen en el sector público y privado de Colombia, y en el afán por incentivar una cultura ética, en noviembre del 2011 adicionamos a las Políticas de Conducta Empresarial una nueva regulación, denominada Política Antisoborno, que comprende los siguientes temas:

- 1 _____
Disposiciones generales.
- 2 _____
Apéndice I. Guía sobre Regalos, Entretenimiento y Hospitalidad.
- 3 _____
Apéndice II. Guía sobre Donaciones Políticas y Filantrópicas.
- 4 _____
Apéndice III. Guía sobre Contratación de Agentes e Intermediarios.
- 5 _____
Apéndice IV. Guía sobre Interacción con Funcionarios Políticos.
- 6 _____
Apéndice complementario. Guía sobre las normas antisoborno vigentes en Colombia.



Durante el 2012, desarrollamos un taller especializado en Política Antisoborno, con el objetivo de exponer los principales lineamientos que todos los empleados de la Compañía, directos e indirectos, deben tener presentes en toda relación de negocios.



8.864 empleados capacitados, 3.276 de nómina y 5.588 outsourcing in house

179 sesiones realizadas

58 redes

Evento corporativo



Sexto Foro de Ética Empresarial – *Ética en lo cotidiano*

Desde hace seis años la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos ha venido realizando anualmente un Foro de Ética Empresarial, iniciativa que tiene como objetivo principal propiciar un espacio para el análisis y el debate en torno a los conceptos fundamentales de la ética.

Para la sexta versión, desarrollada entre septiembre y octubre, en ocho ciudades de Colombia (Barranquilla, Medellín, Cartagena, Bucaramanga, Valledupar, Armenia, Cali y Bogotá) se abordó el tema de la *'Ética en lo cotidiano'*, a través de diversas reflexiones que permitieron identificar cuáles acciones del día a día fomentan conductas basadas en la integridad.

La agenda estuvo liderada por un grupo de ponentes, de amplia trayectoria en el campo académico y profesional. De España

estuvieron María Victoria Sanagustín (*'Reflexiones para un tratado de ética en las pymes colombianas'*) y Joan Fontrodona (*'La ética en las decisiones diarias de la empresa'*); de México, Raúl Franchi (*'Vuelta al mundo interior en 80 minutos'*) y Eduardo Garza (*'Los miserables: desarrollo de la conciencia ética'*), y por parte de Colombia, Carlos Bernal (*'La ética nuestra de cada día'*) y Hugo Alberto Niño (*'La dimensión ética del trabajo'*).

Adicionalmente, la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República y la Corporación Transparencia por Colombia también apoyaron en forma activa este evento empresarial, mediante las charlas "La lucha contra la corrupción y el rol del sector privado" y "La corrupción en cifras: índices y reportes de corrupción en el sector privado", respectivamente.

Desde el año 2007
han participado
5.900 personas

Hemos llegado
a 17 ciudades

Programa de capacitación a proveedores

Programa 'Rumbo Empresas Íntegras y Transparentes' ►►

Tercera versión	48 proveedores certificados	Bogotá, Barranquilla y Medellín	En cada ciudad se otorgó un reconocimiento especial a las empresas que se destacaron por su creatividad, iniciativa, responsabilidad y compromiso durante el desarrollo del programa.
Cuarta versión¹	67 proveedores inscritos	Bucaramanga, Tibasosa y Cartagena	En ese tiempo los participantes implementan tres módulos básicos , que les permiten realizar la medición del clima ético dentro de sus empresas, definir unos compromisos éticos empresariales y construir su propia Política Antisoborno.
Otros programas	Como parte del apoyo conceptual que la Compañía le brinda a esta iniciativa, la Gerencia de Gobierno Corporativo dictó, en las sesiones grupales de cada ciudad, la charla 'Construcción de una cultura ética empresarial' (segunda reunión grupal: 111 personas) y el 'Taller sobre la Política Antisoborno' (tercera reunión grupal: 83 personas), en donde expuso los principios y proyectos que conforman las Políticas de Conducta Empresarial y el Programa Integral de Ética de Bavaria.		

¹ Estará finalizando en el primer trimestre del 2013.

Participación en eventos internacionales

II Foro Empresarial del Pacto Mundial en América Latina y el Caribe - Responsabilidad y Sostenibilidad (Lima, Perú)



El Programa Integral de Ética de Bavaria hizo parte de la agenda del 'II Foro Empresarial del Pacto Mundial en América

Latina y el Caribe', realizado el pasado 6 de noviembre en Perú.

El Comité de Selección escogió el caso de Bavaria entre 45 proyectos provenientes de ocho redes locales que apoyan los 'Principios del Pacto Mundial en América Latina'. Fernando Jaramillo, Vicepresidente de Asuntos Corporativos, presentó la ponencia titulada 'Bavaria: Marcando una diferencia en la sociedad', en la que expuso las diversas actividades que se han venido desarrollando con los empleados, proveedores, contratistas, distribuidores y clientes, como parte del objetivo de promover una cultura de la integridad.

Evento de Ética y Transparencia Empresarial: experiencias en América Latina (San Salvador, El Salvador)



Presentamos el 'Taller sobre la Política Antisoborno de Bavaria' en el evento organizado en El Salvador por la Fundación Nacional para el Desarrollo (Funde), Capítulo Nacional de Transparencia Internacional, junto con la Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas).

El objetivo general de la jornada era sensibilizar a los empresarios salvadoreños sobre la importancia de implementar programas que impulsen la responsabilidad ética de los gerentes y empleados.

Capacitaciones ▶▶

Sexto Taller de Ética para la Alta Dirección



69 integrantes de la Alta Dirección de la Compañía (Presidente, Vicepresidentes y Directores) participaron en el Sexto Taller de Ética, organizado por la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.

El evento contó con la participación de los conferencistas mexicanos Raúl Franchi y Eduardo Garza, quienes hablaron sobre cómo es posible desarrollar una conciencia ética dentro de las organizaciones.

Taller de Ética para Inducción

Dentro del proceso de inducción a nivel nacional, se dictó un Taller de Ética al nuevo personal que ingresa a la Compañía, en donde se expusieron los lineamientos de las Políticas de Conducta Empresarial.

En total, 502 personas, 468 de nómina y 34 outsourcing in house, participaron en el Taller de Ética para Inducción en el 2012.

De igual forma, 113 personas del área de Televentas recibieron una inducción sobre la Política Ética.

Primer Taller de Ética para Operarios de la VP Técnica

81 operarios de la Impresora del Sur recibieron en el mes de marzo un Taller de Ética, en donde se trataron los aspectos fundamentales de las Políticas de Conducta Empresarial (Política Ética, Pautas Éticas y Política Antisoborno).

Taller de Ética para Transportes TEV

30 representantes de Transportes TEV (25 de Bucaramanga y 5 de Itagüí) recibieron, en el mes de febrero, una capacitación sobre las Políticas de Conducta Empresarial, en la cual se presentó el balance del Comité de Ética e información sobre la Línea Ética.

Capacitación en el Módulo de Factoring, Ética y Gobierno Corporativo

17 participantes del 'Módulo de Factoring, Ética y Gobierno Corporativo', organizado por la Vicepresidencia de Cadena de Abastecimiento, con el apoyo de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos, participaron, en el mes de abril, en la capacitación denominada 'Construcción de una cultura ética empresarial', en la que se explicaron los pasos necesarios para implementar un Programa Integral de Ética.

Primer Taller de Ética para tripulantes, conductores y personal de apoyo de los operadores logísticos de Distribución

29 empleados, directos e indirectos, del Centro de Distribución de Apartadó y 10 del Centro de Distribución de Medellín asistieron a un taller de ética, realizado en febrero y julio, respectivamente, en donde se resaltaron los riesgos propios de su actividad, a través de videos basados en valores como el carácter, la responsabilidad, integridad, honestidad, solidaridad y la cooperación.

Capacitación en el Módulo de Factoring, Ética y Gobierno Corporativo

271 emprendedores del programa 'Destapa Futuro', en Medellín, Cali, Bogotá, Bucaramanga y Barranquilla, recibieron en los meses de marzo y abril una capacitación, denominada 'Construcción de una cultura ética empresarial', en la que se expusieron los fundamentos de las Políticas de Conducta Empresarial de Bavaria y las herramientas para crear un Código de Ética, de acuerdo con sus posibilidades.

Línea ética

Hemos puesto a disposición de nuestro empleados, proveedores, contratistas, distribuidores, clientes y terceros en general una línea telefónica y un correo electrónico, denominados como LÍNEA ÉTICA; este medio está dispuesto para recibir los reportes de comportamientos antiéticos y las consultas sobre temas relacionados con el Código de Ética de Bavaria.

La Línea Ética se encuentra disponible las 24 horas del día, siete días a la semana. Todas las llamadas son tramitadas con la mayor confidencialidad, a través del Comité de Ética, y los reportes pueden hacerse bajo reserva o de forma anónima. En las investigaciones se da aplicación al principio de que la persona cuestionada es inocente, hasta que se pruebe lo contrario.

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

El correo electrónico es
comite.etica@bav.sabmiller.com

Durante 2012 se recibieron

265

reportes, de los cuales

95

finalizaron con alguna medida o recomendación,

13

están aún bajo investigación a la fecha de este informe

125

se archivaron sin ninguna medida por no encontrar probados o ciertos los hechos reportados

32

correspondieron a asuntos administrativos y no del comité de ética

Conflictos de intereses

Todos nuestros empleados deben evitar los conflictos de intereses, reales o potenciales, con el negocio de la Empresa, de SABMiller o de las subsidiarias de esta, que tengan un alto impacto para la organización.

Nuestros colaboradores deben declarar por escrito, al Comité de Ética, si tienen o no conflictos de intereses, reales o potenciales, antes de iniciar un proceso de licitación, contratación, supervisión o pago, o antes de que se configuren en los casos en que aplica. En caso de manifestar que sí tienen conflictos de intereses, deben suministrar toda la información relacionada con el conflicto, dado que estos se deben declarar en forma completa y veraz.

1.036 trabajadores manifestaron tener

1.393
conflictos

92
de medio
impacto

1.301
de bajo
impacto

0
de alto
impacto



Control interno

En Bavaria contamos con la División de Auditoría, Riesgos y Control Interno Financiero, es allí en donde promovemos un efectivo manejo de los recursos y una adecuada gestión de riesgos de nuestra actividad, en relación con nuestros grupos de interés. La División diseña y ejecuta un plan basado en la medición de riesgos operativos del negocio, usando como principal insumo las matrices de evaluación de las causas de hallazgos e impactos potenciales, recomendaciones, acciones acordadas con la administración, responsables y fechas de implementación de acuerdos.

La calificación de dichos informes se realiza con una escala de 1 a 5, siendo el número 1 el de valor más alto y 5 el más bajo:

1

Existe un sistema sólido de control interno para el logro de los objetivos del proceso, y si las oportunidades de mejora se relacionan únicamente con asuntos menores de mantenimiento interno en lo que respecta a la eficiencia.

2

Riesgo limitado para el logro de los objetivos del proceso como consecuencia de las debilidades identificadas en el sistema de control interno.

3

Riesgo significativo para el logro de los objetivos del proceso como resultado de las debilidades identificadas en el sistema de control interno.

4

Se reconoce un riesgo importante para el logro de los objetivos del proceso como resultado de las debilidades identificadas en el sistema de control interno.

5

Debilidades fundamentales en el sistema de control interno.



95%
Los controles internos operan adecuadamente

5%
Los controles internos son inadecuados



Grupos de interés

Con los grupos de interés tenemos un gran compromiso, nuestra principal meta es integrar su trabajo, inquietudes y necesidades a las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible. Es por eso que nuestros canales de comunicación son transversales a todos los grupos de interés, garantizando así una relación favorable para ambas partes.

Nuestros grupos de interés cuentan con este informe de sostenibilidad como una herramienta que les permite evidenciar las iniciativas que adelantamos, entender nuestros impactos y potenciar las relaciones con la organización.

Estos grupos están determinados a partir de la influencia que la Compañía ejerce sobre y ellos y las posibilidad que tiene cada grupo de impactar nuestras operaciones; actualmente contamos con seis grupos materiales para quienes creamos una serie de canales de comunicación que nos permitan atender sus expectativas.

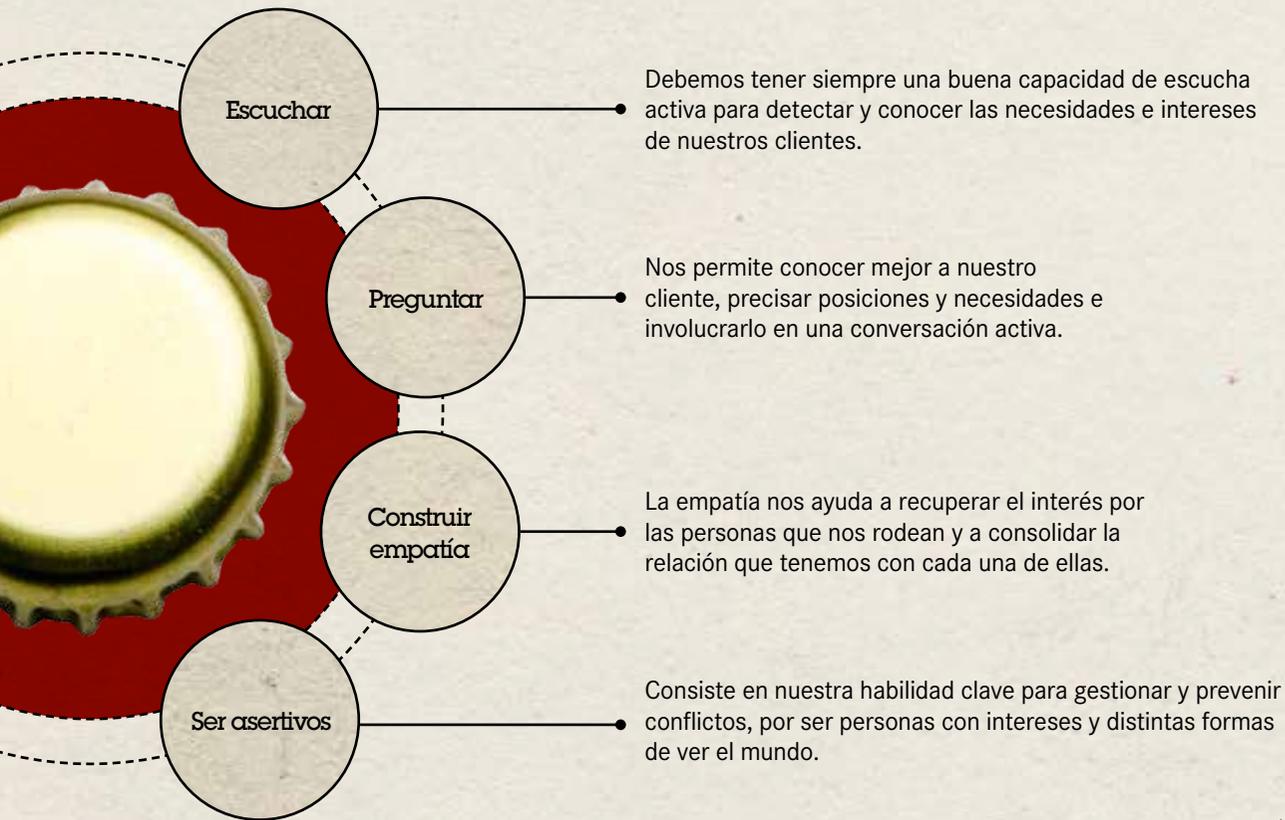




Servicio al cliente

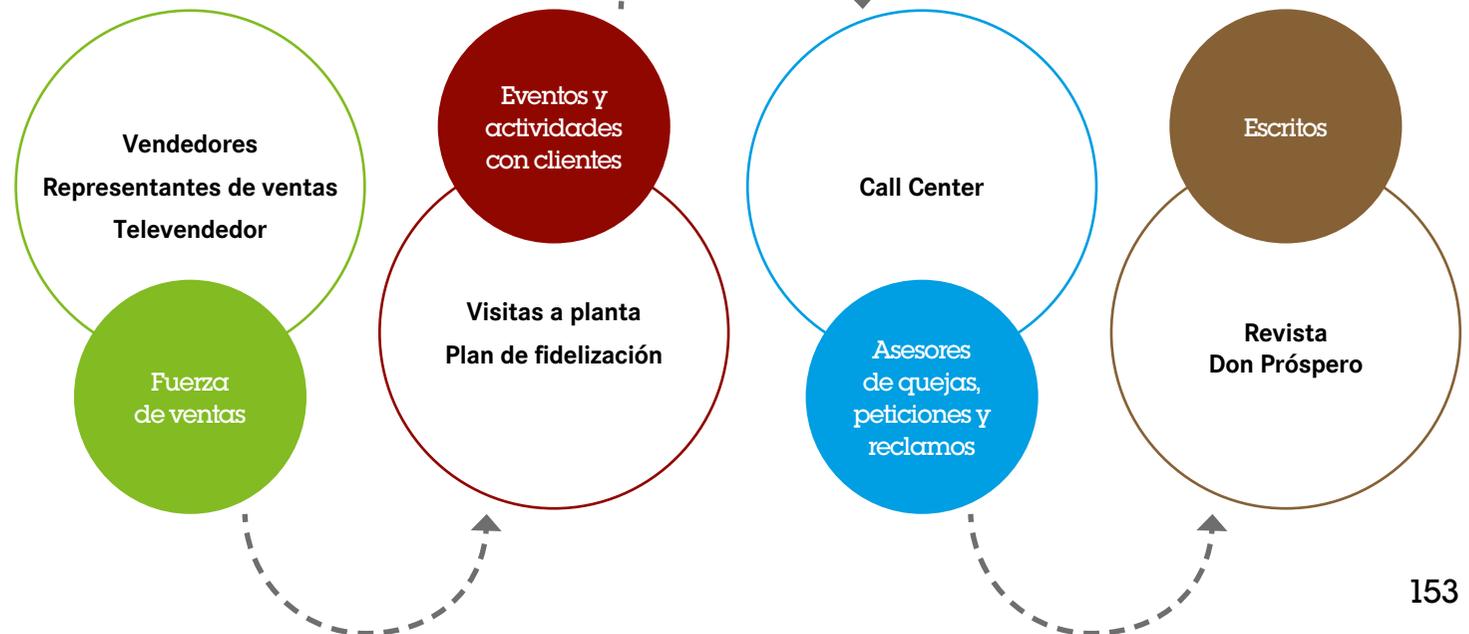
Además de ser objeto de varios de los programas que desempeñamos en el marco de las Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible, nuestros clientes se posicionan como un actor fundamental en las operaciones, por lo cual velamos por mantener con ellos canales de comunicación eficientes, que nos permitan un relacionamiento asertivo.





En Bavaria contamos con un proceso de relacionamiento con nuestros clientes basado en escuchar y preguntar sus necesidades e intereses.

Con el fin de asegurar que las relaciones con nuestros clientes se den de la mejor manera, contamos con una serie de canales de comunicación, mediante los cuales aseguramos un diálogo continuo y eficiente.



En Bavaria somos conscientes de la importancia del desempeño interno y de nuestro posicionamiento en el mercado, con el fin de tener claridad sobre el impacto de nuestras iniciativas en los consumidores a nivel regional y nacional, trabajando cada día hacia el bienestar de los colaboradores y mantenernos como una empresa de talla mundial.



Desempeño interno		2010	2011	2012
Número de llamadas que pasaron a un asesor de servicio	▶ 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	358.642	377.418	337.400
Número de llamadas contestadas por un asesor de servicio	▶ Cantidad de llamadas que fueron atendidas por un asesor, después de pasar por el IVR	327.842	346.943	323.877
Número de llamadas abandonadas	▶ Llamadas colgadas antes de que un asesor respondiera o antes de realizar una selección en un IVR	30.800	30.475	13.515
Porcentaje de nivel de servicio	▶ 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%	79%	0,82	88%
Porcentaje de eficacia	▶ Porcentaje de llamadas contestadas, del total de llamadas recibidas	95%	92%	96%
Porcentaje de tasa de ocupación	▶ Porcentaje de tiempo que un asesor utilizó para hablar con un cliente y/o documentar procesos	62%	60%	50%
Porcentaje de solicitudes, quejas y reclamos solucionados	▶ Solicitudes, quejas y reclamos que fueron solucionados en el plazo máximo establecido (mes)	97%	97%	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)	80%	78%	74%
Nivel de satisfacción del usuario	▶ Calificación dada por el cliente a la atención recibida por el asesor. La consolidación se realiza semestralmente	72%-76%	95%	95%

En el 2012, de acuerdo con el indicador global de satisfacción, mantuvimos nuestro liderazgo en el mercado. No obstante, se presenta un decrecimiento

general de la satisfacción de los clientes para todas las empresas participantes; en Bavaria nos seguimos posicionando en el primer lugar de la clasificación.

+3,0
GAP Target
Bavaria vs.
2do competidor

Indicador Global de satisfacción

	F11Q2	F11Q4	F12S1	F12S2	F13S1	Var.
	85,45 BR: 3280 1	86,66 BR: 3280 2	87,45 BR: 3280 1	88,21 BR: 3280 1	84,82 BR: 3347 1	-3,39 ▼
	82,62 BR: 1105 2	86,71 BR: 854 1	86,23 BR: 857 2	84,97 BR: 1075 2	82,68 BR: 1109 2	-2,29 ▼
	81,64 BR: 2139 3	82,12 BR: 2339 4	84,08 BR: 2346 4	83,15 BR: 2171 5	79,83 BR: 2281 5	-3,32 ▼
	80,36 BR: 1994 5	82,04 BR: 2257 5	83,57 BR: 2185 5	83,41 BR: 2142 4	81,11 BR: 2166 4	-2,30 ▼
Licoreras	80,52 BR: 965 4	82,88 BR: 787 3	85,95 BR: 888 3	84,36 BR: 1023 3	81,41 BR: 657 3	-2,95 ▼

GAPS
Bavaria vs. Alpina
(2do. competidor)

2,83

-0,05

1,22

3,24

2,14

▼ +0,92

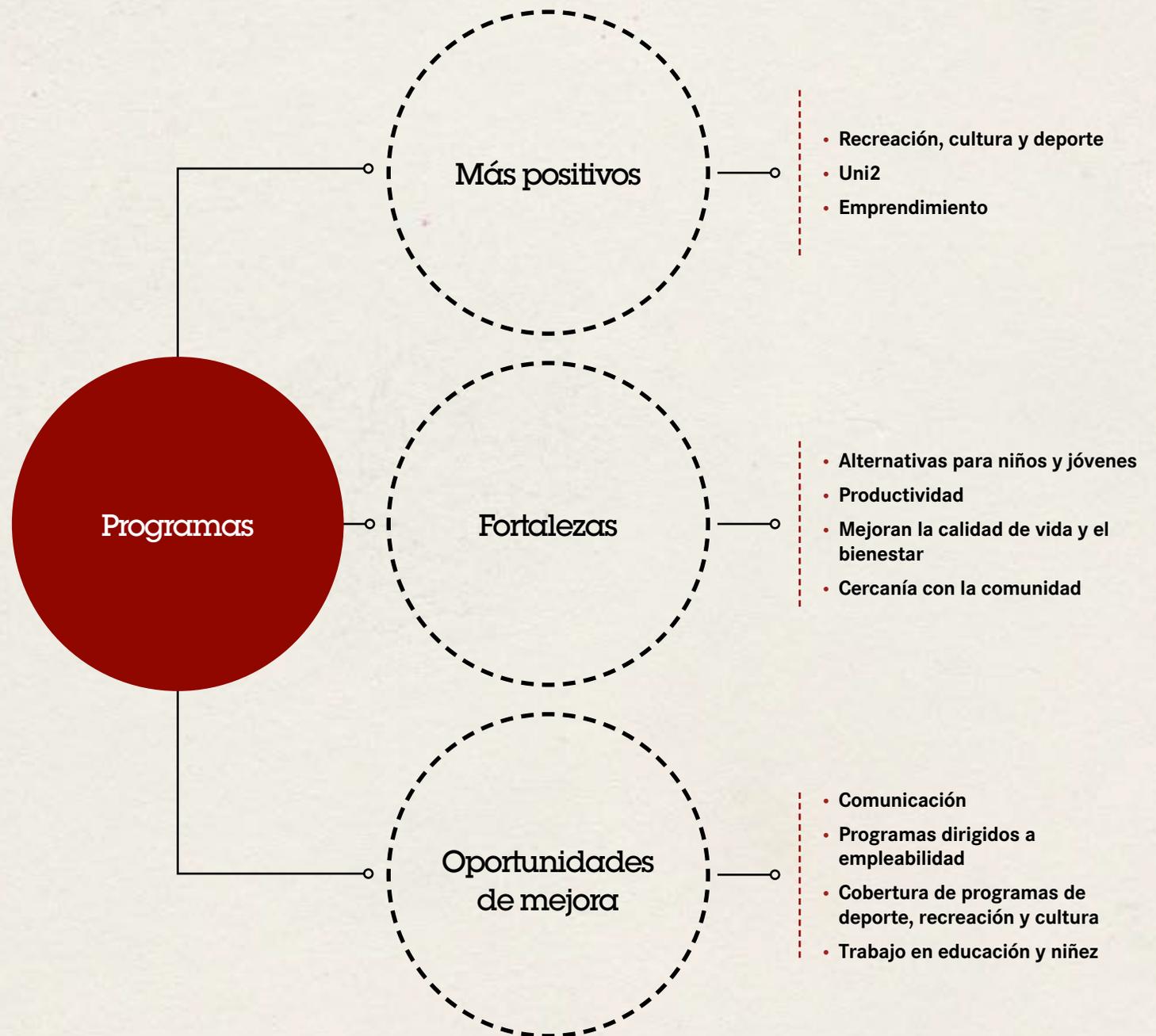
Con diferencias significativas vs. F12S2 Y vs. F12S1

Diálogos

En Bavaria nos acercamos a nuestros grupos de interés a través de ejercicios de diálogo, con una periodicidad aproximada de tres años (para todos los grupos), que nos permiten actualizar y responder a las expectativas sobre nuestras actividades.

En 2012 cerramos el ciclo de diálogo con comunidades que iniciamos en 2011, en estos años se realizaron siete diálogos en Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Medellín, Yumbo, Tocancipá y Boyacá. Estos ejercicios se enfocaron en los programas adelantados por la Compañía, sus fortalezas y oportunidades de mejora, así como los canales de comunicación y mensajes compartidos en el relacionamiento.

Como resultado de estos diálogos las comunidades nos retroalimentaron frente a la comunicación y los canales empleados, destacando como puntos a mejorar: tener más espacios de relacionamiento, una mayor frecuencia en los diálogos y puntos de atención directos. Por su parte los programas mejor calificados fueron Uni2 y Recreación, cultura y deporte.



Materialidad

Las expectativas manifestadas por los grupos de interés son tomadas en cuenta y se reflejan en las iniciativas adelantadas

frente a cada prioridad, con esto se responde a la materialidad obtenida en el ciclo de diálogos adelantado en 2011:

Ponderación de asuntos ►►

Diálogo	Comunidades	Consumo responsable	Proveedores	Agua	Medio ambiente
Importancia					
Esencial			<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la capacidad de gestión de proveedores Apoyo a proveedores pequeños 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación de las iniciativas y campañas de difusión Trabajo con comunidades aledañas a las plantas 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar alianzas para favorecer la disponibilidad de gas natural
Muy Importante	<ul style="list-style-type: none"> Emprendimiento Voluntariado empresarial Microcréditos / créditos blandos Creación de alianzas Acompañamiento a las comunidades que apoya Aportes al deporte Difusión de proyectos sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Investigaciones y trabajo con expertos Generación de una cultura del consumo responsable con empleados. Trabajo en alianza con otras organizaciones Trabajo con establecimientos 	<ul style="list-style-type: none"> Difundir valores de desarrollo sostenible entre proveedores Abastecimiento responsable Fortalecimiento de la relación con proveedores Apoyo a agricultores locales Contratación local 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la pobreza Trabajo social y ambiental con comunidades y tenderos Aporte a la educación 	<ul style="list-style-type: none"> 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 			<ul style="list-style-type: none"> 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

Comité de sostenibilidad

Durante ese mismo se creó el comité de sostenibilidad con el fin de impulsar la estrategia, darle cohesión e involucrar a los responsables de cada una de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible; durante este periodo adelantamos dos reuniones de este comité, una de ellas fue el primer diálogo formal en el que se trataron temas relacionados con el fortalecimiento y la comunicación de la estrategia de desarrollo sostenible, lo que permitió a los participantes identificar fortalezas y oportunidades de mejora.



Mirando hacia el Futuro

Control Interno

Ejecutar el plan anual aprobado por el Comité de Auditoría en la materia.

Mantener el estado de alistamiento del estándar SOX.

Velar por el mejoramiento continuo del ambiente de control de la Compañía

Acompañar las áreas operativas en temas relacionados con la identificación y evaluación de riesgos, segregación de funciones, actualización de controles y procesos de acuerdo a la realidad y necesidades del negocio.

Transparencia y ética

Desarrollar un plan de ajuste para reportar bajo la versión 4 del GRI a partir de 2014

Evaluar el Informe de Desarrollo Sostenible 2012 con respecto a los requisitos del Dow Jones Sustainability Index

Generar un plan de acción con respecto a los hallazgos y a las mejores prácticas compartidas por la empresa RobecoSAM - Sustainability Investing

Constituir un panel de stakeholders independiente

Comunicar los logros en sostenibilidad a través de las marcas

Servicio al Cliente

Pasar de nuestro servicio de Call Center a Contact Center, ampliando los medios de contacto para nuestros detallistas, consumidores y público interesado, a través de redes sociales, e-mail, Chat y respuestas interactivas con información sobre créditos, estado de pedidos, promociones, entre otros.

Integración de la operación de servicio al cliente y telemarketing con Televentas y Teleconbraza.

Consolidación de la línea inbound-ventas asegurando a nuestros clientes un canal eficiente para la toma de sus pedidos.

Fortalecimiento de la cultura de servicio con las áreas responsables de solución de casos.

Testimonios

▶▶ Para ver nuestro informe de sostenibilidad exhaustivo, consulte nuestra página web www.bavaria.co



Cecilia Álvarez-Correa Ministra de Transporte

Intervención de Cecilia Álvarez-Correa Glen, Ministra de Transporte, durante la firma de la alianza entre Bavaria, el Fondo de Prevención Vial y Chevrolet, para sumarse a la VIII Fase de la Campaña de Inteligencia Vial.

“Celebro mucho que Bavaria haya emprendido desde hace seis años, con su sentido y compromiso social, una campaña en favor de la vida. Los felicito e invito a más organizaciones a que unamos esfuerzos para aminorar las cifras de accidentes de tránsito. La moderación es lo que distingue a Bavaria en el consumo de cerveza”.



Pedro Moreno Director Técnico del Fondo Agua por la Vida y la Sostenibilidad Aliado

“Hemos firmado dos convenios con Bavaria para apoyar el manejo integral de cuencas hidrográficas, a través de los cuales nos centramos en el apoyo a la cuenca del río Palo, en el norte del Cauca, donde enfocamos nuestros esfuerzos en el municipio de Toribío, para trabajar con tres resguardos indígenas, desde hace dos años. Bavaria aporta recursos financieros y hace seguimiento y supervisión a todos los avances en los productos comprometidos con las comunidades indígenas.

Bavaria se ha aliado con instituciones que conocen del tema, tienen experiencia y saben trabajar con la comunidad. Ojalá más empresas ubicadas en el norte del Cauca pudieran unirse a este esfuerzo”.



Jairo Duque Tendero comunitario

Tienda comunitaria Buenos Aires
(San Luis, Antioquia)

Proyecto Tiendas de Paz, apoyado por Bavaria y el DPS - Departamento para la Prosperidad Social

El beneficio es mucho, ya que no tenemos que salir al pueblo a comprar las cosas que necesitamos, y nos ahorramos lo de los pasajes, la comida y todo lo demás. Ese dinero se ahorra y lo podemos invertir acá mismo en la tienda y, por lo tanto, en la tierrita nuestra; entonces, nos estamos beneficiando por muchas cosas.

Ricardo Valencia

Director Ejecutivo

Compromiso Empresarial para el
Reciclaje (Cempre) Colombia

Aliado

“Bavaria es uno de los creadores de Cempre Colombia, y en tal sentido trabajamos juntos con dos propósitos: que en el país haya cada vez más reciclaje, y mayor inclusión socioeconómica de los recicladores.

Entre los varios logros que hemos obtenido en alianza se destacan: el proceso de fortalecimiento de organizaciones de recicladores en Bogotá, la constitución de una red de comercialización que los beneficie y el montaje de un programa con esta misma población, para estimular la separación de residuos en las casas, y también en la capital”.



Claudia Puentes Riaño

Directora

Comunicaciones, Pedagogía y
Relaciones Interinstitucionales

Fondo de Prevención Vial

Aliado

“Bavaria y el Fondo de Prevención Vial han venido trabajando juntos por la seguridad vial en Colombia. Uno de los logros ha sido unir en torno a la inteligencia vial dos marcas que parecían tan incompatibles, una relacionada con vehículos y otra con alcohol, que ponen su credibilidad para reforzar el mensaje de que el alcohol y conducir no combina. Esto ha representado un cambio generacional y cultural muy profundo que está viviendo Colombia.

En general, Bavaria es líder y pionera en la promoción del consumo responsable de alcohol”.



Visión y estrategia

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
1,1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	Total	26				
1,2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Total	35				

Perfil

Perfil de la organización

2,1	Nombre de la organización	Total	Bavaria S.A.				
2,2	Principales marcas, productos y/o servicios	Total	14				
2,3	Estructura operativa de la organización incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos	Total	27				
2,4	Localización de la sede principal de la organización	Total	Bavaria S. A. Calle 94 # 7 A – 47 Bogotá, Colombia				
2,5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la Memoria.	Total	13				
2,6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Total	30, 31				
2,7	Mercados que sirve	Total	14				
2,8	Dimensiones de la organización informante	Total	32, 33, 124 a 126				
2,9	Cambios significativos durante el período cubierto por la Memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización	Total	No hubo cambios significativos				
2,10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo	Total	23, 24				

Parámetros de la memoria

Perfil de la Memoria

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
3,1	Periodo cubierto por la Memoria	Total	9				
3,2	Fecha de la Memoria anterior más frecuente	Total	Publicado en 2012				
3,3	Ciclo de presentación de memorias	Total	9				
3,4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la Memoria o su contenido	Total	Juan Carlos Hoyos, Gerente de Desarrollo Sostenible. e-mail: Juan.hoyos@bav.sabmiller.com. Tel.: 638 90 00				

Alcance y cobertura de la Memoria

3,5	Proceso de definición del contenido de la Memoria	Total	Se siguieron las guía de definición del contenido y los protocolos técnicos definidos dentro de la metodología GRI, según estos se determinó la materialidad de los indicadores y los asuntos determinando su identificación, priorización y validación				
3,6	Cobertura de la Memoria	Total	9				
3,7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la Memoria	Total	9				
3,8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones	Total	9				
3,9	Técnicas para la medición de datos y base de cálculos	Total	9				

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
3,10	Reexpresiones de informes previos	Total	No hubo reexpresiones				
3,11	Cambios significativos en el alcance, límites o métodos de medición aplicados en este reporte, respecto al anterior	Total	No hubo cambios significativos				
3,12	Tabla GRI	Total	161				
3,13	Aseguramiento externo	Total	5 a 7				
Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés							
Gobierno							
4,1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano del gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización	Total	27 a 30, 126				
4,2	Indicar si el presidente del máximo órgano de Gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	Total	El presidente de la Junta Directiva (señor Alejandro Santo Domingo Dávila), no es el presidente de la organización (señor Richard Rushton)				
4,3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos	Total	28				
4,4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	Total	Los empleados se pueden dirigir a la Junta Directiva a través de la línea ética y el mecanismo de quejas, preguntas o recomendaciones, así como por medio de una comunicación abierta con el presidente y los vicepresidentes quienes dan trámite directamente. Si quisieran comunicarse con la Junta Directiva lo pueden hacer también directamente				

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
4,5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	Total	29				
4,6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	Total	29				
4,7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos	Total	28				
4,8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación	Total	12				
4,9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	Total	35	Trimestralmente se presenta a la junta reportes sobre el análisis de riesgos y el desempeño frente a las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible			
4,10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social	Total	29				
Compromiso con iniciativas existentes							
4,11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	Total		Dentro de la Gestión de riesgos adelantada por la empresa se analiza la posibilidad del riesgo y su posible impacto, de forma que se pueda, en la medida de lo posible, que se presenten eventos o reducir su impacto. De la misma forma se implementan medidas de protección y controles para minimizar los posibles daños			

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global	
4,12		Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	Total	40, 43, 44, 74- 77, 52, 53, 84, 96, 145				
4,13		Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales o internacionales a las que la organización apoya	Total	ANDA, ANDI Cámara Colomboamericana, Cámara Colomboinglesa				
Participación de los grupos de interés								
4,14		Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	Total	151, 152				
4,15		Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	Total	151 Los grupos de interés se seleccionan con todas las áreas de la Compañía según su capacidad de influencia económica, social y operacional sobre la organización y la capacidad de influencia que Bavaria ejerce sobre ellos, su calidad de vida, entorno y funcionamiento				
4,16		Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categorías de grupos de interés	Total	156				
4,17		Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	Total	156, 157				
DMA EC Disclosure on Management Approach EC								
Aspecto	Desempeño económico	Total	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					

Aspecto	Presencia en el mercado	Total	35, 92, 95	
	Impactos económicos indirectos	Total	75 a 77, 96	1, 2

DMA EN **Disclosure on Management Approach EN**

Aspecto	Materiales usados, por peso o volumen	Total	73	7
	Energía	Total	60	7
	Agua	Total	51	7

Aspecto	Biodiversidad	No	No es material	Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos con alta biodiversidad o en áreas de alta biodiversidad no protegida. Todas las áreas están clasificadas como de uso industrial

Aspecto	Emisiones, vertimientos y residuos	Total	51, 60, 73	7
	Productos y servicios	Total	60, 73	7
	Cumplimiento	Total	No se presentaron multas o sanciones significativas	
	Transporte	Total	60	7
	General	Total	32	7

DMA LA **Disclosure on Management Approach LA**

Aspecto	Empleo	Total	124	6
	Relaciones con los trabajadores	Total	128	2
	Salud y seguridad	Total	131	4,6
	Entrenamiento y educación	Total	136, 137	

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
Aspecto Diversidad e igualdad de oportunidades	Parcial	124	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	Información privada	Sin embargo, Bavaria no reporta este indicador, dado que la información salarial de sus empleados en Colombia es confidencial, la empresa se abstiene de presentarla públicamente por razones de seguridad de sus empleados		6

DMA HR Disclosure on Management Approach HR

Prácticas de abastecimiento	Parcial	88		Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos	No es material	Bavaria maneja inversiones en sociedades nacionales y extranjeras. Dichas inversiones no funcionan como acuerdos de inversión	1
No discriminación	Total	No se reportaron incidentes de este tipo					1, 6
Libertad de asociación y negociación colectiva	Total	129					3
Aspecto Trabajo infantil	Total	No se identificaron actividades que conlleven ese riesgo					5
Trabajo forzado	Total	No se identificaron actividades que conlleven ese riesgo					4
Prácticas de seguridad	Total	137					2
Derechos de las poblaciones indígenas	No				No aplica	No aplica por que Bavaria no opera en zonas cercanas a resguardos indígenas	

DMA SO Disclosure on Management Approach SO

Aspecto Comunidad	Total	104					1, 2
Corrupción	Total	144					10

Aspecto	Política Pública	Total	Existe un procedimiento para abordar los temas que afectan la licencia para operar con las instancias de decisión en el sector público; dicho procedimiento es argumentativo y no transaccional y está ajustado al nuevo estatuto anticorrupción aprobado en la legislación nacional y a las disposiciones legales del Reino Unido		10
	Comportamiento de competencia desleal	Total	No se presentaron multas o sanciones de este tipo		10
	Cumplimiento	Total	No se presentaron para el periodo		10

DMA PR Disclosure on Management Approach PR

Salud y seguridad de los clientes	Total	15			1
Etiquetado de productos y servicios	Total	148	Línea ética		1
Comunicaciones de marketing	Total	45			
Privacidad de los clientes	No			No aplica	
Cumplimiento	Total	No se presentaron multas o sanciones significativas			

Indicadores de desempeño económico

Aspecto: desempeño económico

EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital a gobiernos	Total	32					
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	Parcial	64, 67	Análisis con las implicaciones financieras del cambio climático (por ejemplo condiciones climáticas extremas)	No está disponible	No se ha adelantado el análisis de implicaciones financieras que el cambio climático pueda ocasionar a la Compañía. Se va a adelantar un mapeo sobre la disponibilidad de agua para cada una de la plantas en las que operamos en Colombia	2015	7

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
EC3 (P) Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Total	134					
EC4 (P) Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	Total	Bavaria no participó en proyecto o proceso alguno por el cual la Empresa tuviese beneficios de este tipo					10
Aspecto: presencia en el mercado							
EC5 (A) Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	Total	127					1
EC6 (A) Políticas, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	Total	33					7
EC7 (A) Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	Total	126 Los procedimientos para la contratación de altos directivos son los mismos para todas las personas que hacen parte de Bavaria					6
Aspecto: impactos económicos indirectos							
EC8 (A) Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie	Total	117, 118					
EC9 (A) Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	Total	Bavaria cuenta con un estudio realizado en el 2009, por Fedesarrollo en el que se evaluaron los impactos indirectos. De acuerdo con las variables utilizadas y con las proyecciones realizadas, este estudio tiene una vigencia de cinco años y se actualizará en 2013.					
Indicadores de desempeño social: Prácticas laborales y trabajo decente							
Aspecto: empleo							
LA1 (P) Desglose colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región	Total	124 a 127	Colaboradores				6

LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo, región	Total	127	Colaboradores			6
---------	--	-------	-----	---------------	--	--	---

LA3 (P)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal	Total	129	Derechos de los trabajadores			4,6
---------	--	-------	-----	------------------------------	--	--	-----

Aspecto: relaciones empresa/trabajadores

LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	Total	Por pacto colectivo el 100% de empleados en Cervecería del Valle, Barranquilla, Bucaramanga, Boyacá, Tocancipá, Maltería Tibito y Dirección general				1,3
---------	---	-------	---	--	--	--	-----

LA5 (P)	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	No		No es material		No existe un periodo mínimo. Sin embargo, la división de desarrollo organizacional comunica los proyectos en el momento en que hay claridad sobre los cambios	3
---------	--	----	--	----------------	--	---	---

Aspecto: salud y seguridad

LA6 (P)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo	Total	131			1	1
---------	---	-------	-----	--	--	---	---

LA7 (P)	Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo de la región	Total	131				1
---------	--	-------	-----	--	--	--	---

LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	Total	131				1
---------	---	-------	-----	--	--	--	---

LA9 (P)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Total	129				1
---------	--	-------	-----	--	--	--	---

Aspecto: formación y educación

LA10 (P)	Promedio de horas de formación por empleado, desglosado por categoría de empleado	Parcial	137	No aplica	Esta información no está disponible ya que para Bavaria su indicador de gestión en formación es el total de las Horas/ trabajador invertidas en formación
LA11 (P)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	Total	137		
LA12 (P)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	Total	135		

Aspecto: diversidad y oportunidad

LA13 (P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Total	126			1, 6
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	No		Información privada	Bavaria no reporta este indicador, dado que la información salarial de sus empleados en Colombia es confidencial, la empresa se abstiene de presentarla públicamente por razones de seguridad de sus empleados	1, 6

Indicadores de desempeño social: Derechos Humanos

Aspecto: práctica de inversión y abastecimiento

HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	No		No es material	Bavaria maneja inversiones en sociedades nacionales y extranjeras. Dichas inversiones no funcionan como acuerdos de inversión	1, 2, 3, 4, 5, 6
HR2 (P)	Porcentaje de los principales distribuidores y contratos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	Total	90 a 93			1, 2, 3, 4, 5, 6
HR3 (A)	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	Total	138			1, 2, 3, 4, 5, 6
Aspecto: no discriminación						
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	Total	No se registraron incidentes de discriminación			1, 2, 6
Aspecto: libertad de asociación y convenios colectivos						
HR5 (P)	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	Total	129			1, 2, 3
Aspecto: trabajo infantil						
HR6 (P)	Actividades identificadas que conllevan a un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	Total	No se identificaron actividades que conlleven ese riesgo. Se analizaron las prácticas laborales de los urban contractors verificando que no haya incidentes de este tipo			1, 2, 5
Aspecto: trabajos forzados						
HR7 (P)	Operaciones identificadas como riesgo significativo de ser origen de períodos de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	Total	No se identificaron actividades que conlleven ese riesgo. Se analizaron las prácticas laborales de los urban contractors verificando que no haya incidentes de este tipo			1, 2, 4
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	Total	138			1, 2

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
HR9 (A) N° total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	No			No aplica	No aplica por que Bavaria no opera en zonas cercanas a resguardos indígenas		1, 2

Indicadores de desempeño social: Sociedad

Aspecto: comunidad

SO1 (P) Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	Total	104 - 122					
--	-------	-----------	--	--	--	--	--

Aspecto: corrupción

SO2 (P) Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	Total	149					10
SO3 (P) Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	Total	144, 147					10
SO4 (P) Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	Total	148					10

Aspecto: políticas públicas

SO5 (P) Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas actividades de lobbying	Total	Existe un procedimiento para abordar los temas que afectan la licencia para operar con las instancias de decisión en el sector público; dicho procedimiento es argumentativo y no transaccional y está ajustado al nuevo estatuto anticorrupción aprobado en la legislación nacional y a las disposiciones legales del Reino Unido					10
SO6 (P)	Total	No se realizaron aportes a partidos políticos					10

Aspecto: comportamiento de competencia desleal

SO7 (P)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra libre competencia, y sus resultados	Total	En junio de 2011 la Superintendencia de Industria y Comercio terminó la investigación administrativa iniciada en 2007 con base en la queja de Heineken Internacional de Colombia, según la cual Bavaria supuestamente había celebrado acuerdos contrarios a la libre competencia y realizado conductas de abuso de posición de dominio en el mercado. Esta entidad reguladora no encontró faltas por parte de Bavaria	10
---------	--	-------	---	----

Aspecto: trabajos forzados

SO8 (P)	Valor monetario de sanciones y multas significativas y nº total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes de regulaciones	Total	No se presentaron multas o sanciones de este tipo	10
---------	--	-------	---	----

Indicadores de desempeño social: Responsabilidad de producto

Aspecto: seguridad y salud del cliente

PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	Total	15, 16	1
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Total	Se lleva un registro por parte de calidad de las reclamaciones de los clientes, en F11 no se reportaron demandas por parte de los consumidores	1

Aspecto: etiquetado de productos y servicios

PR3 (P)	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	Total	Se lleva un cuadro de seguimiento legal con la normatividad vigente para el etiquetado de las cervezas y alimentos
---------	---	-------	--

PR4 (A)	Nº total del incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Total	No existen incumplimientos ya que todas las etiquetas son validadas por el INVIMA antes de salir al mercado		
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	Total	154,155		
Aspecto: comunicaciones de marketing					
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	Total	45,46		
PR7 (P)	Nº total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Total	47,48		
Aspecto: privacidad del cliente					
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	No	No aplica	Por el tipo de negocio de Bavaria no se presentan este tipo de reclamaciones	1
Aspecto: cumplimiento normativo					
PR9 (P)	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normatividad en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	Total	No se presentaron multas o sanciones de este tipo		
Indicadores de desempeño medioambiental					
Aspecto: materiales					
EN1 (P)	Materiales usados, por peso o volumen	Total	78		8
EN2 (P)	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	Total	80		8,9
Aspecto: energía					
EN3 (P)	Consumo de energía desglosado por fuentes primarias	Total	63		8

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
EN4 (P) Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	Parcial	62	Fuentes	No aplica	La energía indirecta se compra al sistema de interconexión nacional (SIN) que no discrimina el tipo de fuente, por lo tanto no podemos saber a partir de qué fuentes se produce esta energía		8
EN5 (P) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	Total	61 a 63					8, 9
EN6 (P) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	No			No es material	Por la actividad industrial de Bavaria esta Información no es material		
EN7 (P) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	Total	61 a 62					8
Aspecto: agua							
EN8 (P) Captación total de agua por fuentes	Total	55					8, 9
EN9 (P) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	Total	Ninguna fuente ha sido significativamente afectada					8
EN10 (P) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	Total	56					8, 9
Aspecto: biodiversidad							
EN11 (P) Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	No			No es material	Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos con alta biodiversidad o en áreas de alta biodiversidad no protegida. Todas las áreas están clasificadas como de uso industrial		

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
EN12 (P)	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de altos valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	No		No es material	Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos con alta biodiversidad o en áreas de alta biodiversidad no protegida. Todas las áreas están clasificadas como de uso industrial		
EN13 (A)	Habitats protegidos o restaurados	Total	52, 53				8
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	No		No es material	Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos con alta biodiversidad o en áreas de alta biodiversidad no protegida. Todas las áreas están clasificadas como de uso industrial		
EN15 (A)	Nº de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas por la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos habitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	No		No es material	Las plantas o su área de influencia no se ubican en espacios naturales protegidos con alta biodiversidad o en áreas de alta biodiversidad no protegida. Todas las áreas están clasificadas como de uso industrial		
Aspecto: emisión, vertidos y residuos							
EN16 (P)	Emisiones totales directas e indirectas, de gases de efecto invernadero	Total	66				8
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases invernadero, en peso	No			No es material	No se presentaron otras emisiones significativas durante el periodo 2011	8

Indicador	Nivel de reporte	Ubicación	Parte no reportada	Razón de la omisión	Explicación	A ser reportado en	Principios Pacto Global
EN18(A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	Parcial	65, 66	Reducciones logradas	No está disponible		8, 9
EN19(P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	Total	Se utiliza R22 en la planta de Boyaca, 81.54 Kg consumidos para el equipo de condensación de CO ₂				
EN20(P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	Total	72				8
EN21(P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	Total	58				8
EN22(P)	Peso total de los residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	Total	86				8
EN23(P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	Total	En todas las cervecerías y malterías se cuenta con sistemas de control de derrames y protocolos específicos sobre los mismos. En el 2012 no se presentaron derrames significativos				8
EN24(P)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos, I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	Total	No se transportaron, importaron, trataron o exportaron este tipo de residuos				8
EN25(P)	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	Total	No hay una afectación significativa por vertimientos, se verificaron los permisos de vertimientos vigentes para cada una de las plantas				8
Aspecto: productos y servicios							
EN26(P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	Total	51 a 59, 60 a 72, 78 a 80				7, 8, 9
EN27(P)	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reclamados al final de su vida útil, por categorías de productos	Total	78, 79				8

Aspecto: cumplimiento normativo

EN28 (P)	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normatividad ambiental	Total	No se presentaron multas o sanciones de este tipo	8
----------	--	-------	---	---

EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal	Total	67 a 69	8
----------	--	-------	---------	---

Aspecto: general

EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	Total	32	8,9
----------	---	-------	----	-----

