

Reporte de Sostenibilidad 2020 - 2021

GRI: 102-50



Índice

- 3** Acerca de este reporte
- 4** Palabras de nuestro Country Manager y Presidente BU Andina
- 6** Nuestra Empresa
- 7** Somos una compañía global
- 8** Nuestra Zona SAZ
- 9** Marcas
- 10** Principales clientes
- 11** Nuestra Historia
- 13** Nuestros 10 principios
- 14** Cadena de Valor
- 16** Premios y reconocimientos 2020 y 2021
- 18** Organigrama
- 19** La sostenibilidad en Cervecería AB InBev
 - 21 Estrategia ESG
 - 22 Accelerator 100 +
 - 23 Partners estratégicos
- 24** Gobernanza
 - 26 Anticorrupción
 - 27 Derechos humanos
 - 28 Libre competencia
- 29** Impacto Social
 - 35 Beneficios
 - 40 Programas de pasantías, trainees y GMT
 - 45 Comités de desarrollo
 - 46 Promoción del consumo responsable
 - 47 Comunidades locales
- 55** Impacto Ambiental
 - 56 Desafío Carbono Neutral 2040
 - 57 Sello Verde Enel Green Power
 - 60 Agua y efluentes
 - 64 Biodiversidad
- 71** Índice de contenidos GRI



Acerca de este reporte

GRI: 102-48, 102-50, 102-53, 102-54, 102-56

El presente reporte contiene información sobre el desempeño de la empresa Cervecería AB InBev, denominada legalmente como Cervecería Chile S.A., en cuanto a distintas iniciativas vinculadas con lo económico, social y ambiental durante 2020 y 2021, exclusivamente en sus operaciones de Chile.

Este es el primer reporte de impacto de sostenibilidad elaborado por nuestra organización y funcionará como línea de base, a partir de la cual mejorar año tras año en la comunicación de esta naturaleza.

Comprendiendo la importancia de profesionalizar nuestra labor informativa, se han seleccionado algunos de los temas materiales propuestos por SASB para nuestra industria. Además, hemos utilizado como referencia los estándares internacionales de la Global Reporting Initiative (GRI). Al final del documento se incluye un índice especial para acceder a estos datos de forma fácil y rápida.

El presente reporte ha sido elaborado por la consultora Proyecta Impacto y aprobado por el Directorio de la compañía a nivel local (no ha sido verificado por otro ente externo).

Por cualquier consulta adicional, por favor comunicarse con nosotros vía:

Mail: cerveceria@ab-inbev.com

Teléfono: 22 730 4300

Web: www.abinbev.cl



Palabras de nuestro Country Manager y Presidente BU Andina

[Chile, Bolivia y Paraguay]

GRI: 102-14



Soñamos en grande para crear un futuro con más motivos para brindar

En Cervecería AB InBev nuestro propósito, uno de nuestros principios, y parte de nuestra cultura, es soñar en grande y que este sueño tenga un impacto positivo y crecimiento conectado con nuestro ecosistema y con la sociedad. Así, creemos que un futuro con más motivos para brindar se trata de generar prosperidad compartida con nuestras comunidades y con el planeta.

Tanto 2020 como 2021 fueron años totalmente transformadores. Nos vimos desafiados a dar respuesta a situaciones que nunca habíamos vivido y a hacer frente a una serie de problemáticas que impactaron tanto a nuestras comunidades, a nuestra operación, a toda la sociedad y al mundo en general.

Luego del 18 de octubre de 2019 y sumado a la pandemia del COVID-19, que azotó a todo el mundo de una forma inesperada y sin precedentes, el inicio de 2020 presentó grandes retos. Fueron períodos que requirieron repensar varios aspectos, desde cómo ser empresa, hasta la forma en que nos desarrollábamos en nuestro entorno.

Estas reflexiones nos llevaron, entre otras cosas, a iniciar una serie de acciones en beneficio de nuestros colaboradores como implementar un seguro complementario del 100% para trabajadores con sueldos inferiores a \$1 millón, o establecer un salario mínimo base de \$500 mil. Y con mucho orgullo podemos decir que nadie fue desvinculado.

Durante 2020, también, enfrentamos desafíos relacionados con el negocio. El desabastecimiento de productos e insumos a nivel mundial fue una realidad que también vivimos en nuestra operación y que enfrentamos de forma resiliente, intentando dar la mejor respuesta a nuestros clientes y adecuándonos al escenario local.

Así, con el fin de llegar a la mayor cantidad de clientes pusimos en marcha un acuerdo de distribución para trabajar en conjunto con el sistema Coca Cola a través de sus embotelladores Andina y Embonor. Sabíamos que este proyecto sería desafiante y totalmente nuevo para nosotros, pero también éramos conscientes de que nos ayudaría a llegar con nuestros productos a los lugares más lejanos, una realidad que nos pone tremendamente orgullosos.

Escucha Activa, Colaboración y Visión a Largo Plazo

Si 2020 fue un año de grandes desafíos, podemos decir que 2021 fue un año de transformación. Nos permitió acercarnos progresivamente a una recuperación que estuvo fuertemente marcada por la nueva realidad que vivimos como organización.

Para poder enfrentar la pandemia que continuó presente en todo el mundo, tuvimos que actuar generando un cambio cultural dentro de la empresa, para lo cual definimos tres valores para evolucionar: Escucha Activa, Colaboración y Visión a Largo Plazo.

Enmarcar nuestro accionar dentro de estos valores nos permitió desarrollar grandes iniciativas para y con nuestras comunidades. Así, implementamos un vacunatorio Covid-19 y donamos más de 100 mil unidades de alcohol gel, entre otras iniciativas que se mostrarán más adelante.

En el mismo sentido, y alineados a la propuesta de la compañía a nivel global, decidimos relanzar nuestro propósito: "Soñar en grande para crear un futuro con más motivos para brindar", invitando a las personas a brindar nuevas oportunidades, a encontrar y crear motivos por los cuales seguir construyendo un futuro sostenible que gire en torno a tres ejes fundamentales: la protección del medioambiente, el cuidado de las personas y el desarrollo sostenible del negocio. Hoy, todas las personas que formamos parte de Cervecería AB InBev estamos construyendo una compañía para los próximos 100 años, creciendo de forma rentable con la gente como nuestra mayor fortaleza. Nuestra labor como empresa

es motivar a nuestros equipos, impulsando la diversidad e inclusión, pensando que cada uno de ellos es, al mismo tiempo, dueñas y dueños que lideran con el ejemplo y se responsabilizan por los resultados.

Durante 2022 seguiremos trabajando por alcanzar mejores resultados siendo líderes del cambio en nuestro segmento, tomando riesgos y aprendiendo de nuestros errores. Seguiremos poniendo a las personas en el centro, pensando tanto en nuestros trabajadores y sus familias como en nuestras comunidades, clientes y consumidores, quienes serán siempre la fuente de nuestro crecimiento.

A lo largo de la historia de Cervecería AB InBev nuestro accionar se ha basado en la integridad del trabajo duro, la calidad en todos los procesos y la responsabilidad que aplicamos día a día en todo lo que hacemos. No tomamos atajos, y en base a todo esto construimos nuestra compañía y su reputación, la que hace que nuestros consumidores nos prefieran año tras año.

Con todo orgullo podemos decir que vamos bien encaminados y seguimos luchando por nuestro sueño: ser líderes del mercado en Chile en forma inclusiva y sostenible.

Atte

Luis Vives

Country Manager Chile & Presidente BU Andina
2022





Nuestra Empresa

GRI: 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-12, 102-13

Cervecería AB InBev es una empresa subsidiaria de la multinacional AB InBev, dedicada a la elaboración, importación, distribución, comercialización y venta de cervezas. Tiene presencia en todo el territorio nacional con una planta de producción, un centro corporativo y trece bodegas externas. En 2020 firmó un acuerdo de distribución con el sistema Coca-Cola en Chile, a través de sus embotelladores Andina y Embonor.



Somos una compañía global

Estamos organizados en 6 zonas geográficas

North America

BU United States
BU United States Craft
BU Canada

Middle Americas

BU Mexico
BU Colombia
BU Peru
BU Ecuador
BU Honduras & El Salvador
BU CAC
(Dominican Republic, Panama, Costa Rica, Guatemala, The Caribbean)

South America

BU Brazil
BU Río de la Plata
(Argentina, Uruguay)
BU Andina
(Bolivia, Paraguay, Chile)
BU Brazil Soft Drinks

Europe

BU North Europe
(UK, Ireland)
BU West Europe
(Germany, Belgium, Luxembourg, The Netherlands)
BU South Europe
(France, Italy, Spain, Canaries)

BU East Europe
(AB InBev Efes Russia & Ukraine)
BU Export Europe and Middle East
(BU EEME: Travel Retail, Nordics, Central Europe, Switzerland / Austria & Middle East)

APAC

BU China
BU Australia & New Zealand
(Australia, New Zealand, Pacific Islands)
BU East Asia
(Korea, Japan, Hong Kong, Macau)
BU South Asia
(India, Sri Lanka, Nepal, Bangladesh, Bhutan)
BU Southeast Asia
(Vietnam, Thailand, Malaysia, Philippines, Cambodia, Singapore, Indonesia)

Africa

BU South
(South Africa, Lesotho, Swaziland)
BU Southern
(Mozambique, Zambia, South Sudan)
BU West
(Nigeria, Ghana)

HQ Zone HQ
GO Global Offices
GP Global Procurement Office

Nuestra Zona SAZ

La zona SAZ (South American Zone), a la que pertenecemos, está compuesta por: Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Bolivia y Paraguay. Paralelamente, esta zona se divide en Unidades de Negocio [BU] para quedar organizada de la siguiente manera:

BU Brasil, compuesta por Brasil; BU Río de la Plata, conformada por Argentina y Uruguay; y BU Andina, que es donde se encuentra nuestra operación, integrada por Chile, Bolivia y Paraguay.

Nuestra planta industrial se ubica en Avenida Eduardo Frei Montalva N° 9600, comuna de Quilicura, Santiago. Además, contamos con una oficina corporativa en Alonso de Córdova 4355, piso 8, Vitacura.



> 38.000

personas



Somos

6 países



Líderes en 5 de

los 6 mercados

Marcas

GRI: 102-2



Principales clientes

Nuestros principales clientes se distribuyen entre:



Cadenas de supermercados
nacionales y regionales



Canal *On Premise*
(Hoteles, bares y restaurantes)



Canal tradicional
(botillerías)

"Para nosotros es vital construir una relación estable y de largo plazo con nuestros clientes, porque entendemos que son el principal punto de contacto entre nuestros productos y los consumidores. Por lo mismo, los acompañamos promoviendo su desarrollo y entregándoles un servicio lo más óptimo posible".

Ricardo Avello, Director Comercial



Nuestra Historia

1240 | BÉLGICA

Leffe

Todo comenzó hace más de 800 años en la abadía del antiguo convento de Bethléem en Bélgica, cuando un grupo de monjes que temía contagiarse enfermedades y epidemias mortales por beber agua, creó una de las cervezas más emblemáticas de nuestra compañía: Leffe.

1366 | BÉLGICA

STELLA ARTOIS

200 años después, en la ciudad de Lovaina, nace la emblemática cervecería Den Hoorn, donde comenzaría parte importante de la conocida cerveza Stella Artois.

1873 | ALEMANIA

BECK'S

Heinrich Beck desarrolló una cerveza bajo la Reinheitsgebot, la ley de pureza alemana que identifica exclusivamente tres ingredientes: cebada, lúpulo y agua. Esta cerveza emblemática de la ciudad de Bremen, lleva la llave del escudo de la ciudad como imagen de marca, junto con sus medallas de calidad en Bremen y Filadelfia.

1717 | BÉLGICA



Luego de varios años, la cervecería Den Hoorn fuera comprada por Sébastien Artois, quien había trabajado inicialmente como aprendiz y más tarde como maestro cervecero en la misma compañía. Gracias a Artois se comienza a elaborar una cerveza navideña que hoy es mundialmente conocida como Stella Artois, nombre que hace alusión a la Estrella de Belén.

1445 | BÉLGICA

Hoegaarden

En 1445, en la pequeña localidad de Hoegaarden, Bélgica. Monjes medievales fueron pioneros en elaborar una nueva receta de cerveza de trigo. Influenciados por las especias traídas por las colonias holandesas, la adición de cáscara de naranja y semillas de cilantro fue el inicio del estilo Witbier.

1876 | USA

Budweiser

En la cervecería Anheuser-Busch Brewing Association de St. Louis USA, nadie nunca imaginó que nacería una cerveza tipo lager que cambiaría la historia de Estados Unidos y el mundo entero, su nombre: Budweiser.

1888 | ARGENTINA

Quilmes

Un poco más al sur, Otto Bemberg, un inmigrante alemán que vivía en Buenos Aires funda la Cervecería y Maltería Quilmes. Ese mismo año Brahma es fundada en Brasil.

1908 | PERÚ

CUSQUEÑA

La historia de Cusqueña comenzó el 1 de octubre de 1908, cuando Ernesto Günther fundó en la ciudad de Cusco, una cervecería alemana, que en 1950 lanzó al mercado Cusqueña, una cerveza elaborada con agua de la cordillera y finos lúpulos aromáticos. Conocida mundialmente por sus cuatro variedades: Rubia, Roja, Trigo y Negra.

1925 | MÉXICO



En la Cervecería Modelo en México, nace otra cerveza insignia de ABInBev, que con su sabor ligero y llamativo color, conquista el corazón de los mexicanos rápidamente y en solo una década se transforma en la cerveza más vendida del país. Este año le damos la bienvenida a cerveza Corona.

1988 | USA



Luego de ver la gran variedad de cervezas existentes en Europa, John Hall, un hombre de negocios amante de la cerveza decide volver a EEUU para abrir una cervecería basada en la curiosidad. Así nace Goose Island, cerveza pionera en el mundo craft, con un modelo de producción que permanece casi inalterado.

1991 | CHILE

Becker

En 1991 nace una de nuestras marcas más queridas. Una cerveza chilena tipo lager, de espíritu joven y disruptivo, fácil de tomar, producida con ingredientes 100% naturales y sin aditivos.

2006 | CHILE



Iniciamos la modernización y ampliación de nuestra cervecería para poder triplicar nuestra producción con el mínimo impacto ambiental posible.

2006 | ARGENTINA



Nuestros maestros cerveceros, explorando nuevas formas de hacer cerveza con lúpulos patagónicos que representen los sabores de la zona, llegan a uno de los productos más modernos y dinámicos de ABInBev, con bares propios, estilos únicos y una microcervecería en el fin del mundo.

1993 | CHILE

BALTICA

Báltica fue lanzada en 1993. Es una cerveza con cuerpo pronunciado, gran sabor y 5,8 grados de alcohol. Su popularidad es tal, que sus propios consumidores la han re bautizado como La BALTILOCA, prueba del amor y conexión de las personas con la marca.

2019 | CHILE



En julio de 2019 nos transformamos en la primera cervecería sustentable de Chile, produciendo cerveza con energía 100% renovable no convencional.

2020 | CHILE

Pilsen del Sur

Lanzamos Pilsen del Sur, una cerveza nacional de alta calidad con el tiempo de maduración justo, 6 lúpulos distintos y 100% maltas seleccionadas con un cuerpo y sabor únicos.

2021 | CHILE



Inauguramos Agua Segura, un proyecto de innovación social que brinda agua potable a comunidades sin acceso. Soñamos, que al 2030, podamos beneficiar al 10% de los hogares que hoy no cuentan con acceso a agua a nivel nacional.

Nuestros 10 principios

GRI: 102-16

- 1** Soñamos en grande. Estamos construyendo una compañía que crece de forma rentable.
- 2** Nuestra gente es la mayor fortaleza. Personas excelentes que son reconocidas y crecen al ritmo de su talento. Grandes talentos dedicados al presente y transformando el futuro.
- 3** Seleccionamos, desarrollamos y motivamos a personas que puedan ser mejores que nosotros/as. Somos reconocidos/as por la diversidad de nuestros equipos y por su dedicación.
- 4** Somos una compañía de dueños/as. Dueñas y dueños que lideran con el ejemplo y se responsabilizan por los resultados.
- 5** Siempre buscamos mejores resultados. Lideramos cambios, tomamos riesgos y aprendemos de los errores.
- 6** Nos guiamos por los/as consumidores/as que serán siempre quienes apunten nuestro crecimiento.
- 7** Buscamos atender con excelencia y crear relaciones sólidas con nuestros/as clientes/as que son, al mismo tiempo, la conexión con cada consumidor/a.
- 8** Creemos en el sentido común y la simplicidad. Operamos con excelencia y eficiencia en todo lo que creamos, siempre orientados hacia los clientes y consumidores.
- 9** Gerenciamos los recursos como dueños. Solamente así es posible crecer de forma rentable y sustentable.
- 10** Nunca tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son esenciales para construir la reputación de nuestra compañía.

Cadena de Valor

GRI: 102-9

La cerveza es un producto que proviene de la agricultura y, por ello, tiene un delicado proceso de elaboración. Para nosotros, cada parte de la cadena de valor cumple un rol fundamental. Trabajamos para que el proceso, desde la manipulación de las materias primas, la producción y la distribución, sea eficiente, óptimo, de la mejor calidad y llegue a la mayor cantidad de clientes y consumidores. Además, buscamos día a día más mecanismos para hacernos cargo de nuestros residuos y de cada producto que entra al mercado.

Recepción de insumos

Día tras día llegan a la planta materias primas como granos de cebada, lúpulos, levadura, entre otras, de la mano de proveedores tanto nacionales como internacionales. Estos insumos son el alma de nuestros productos, por eso nos ocupamos de garantizar la calidad de cada uno de ellos. Además, nos encargamos de que gran porcentaje de las latas y botellas que recibimos provengan de material reciclado.

Diseño de productos

Utilizamos nuestro conocimiento y experiencia para transformar las materias primas mediante los procesos de elaboración, embotellado y etiquetado. Producimos así las bebidas que nuestros consumidores eligen día a día, aplicando distintas tecnologías para desarrollar nuevos productos que satisfagan sus necesidades.

Materias primas

Los productores de las materias primas que utilizamos para elaborar nuestros productos son una parte fundamental de la operación. Por este motivo, nos encargamos de desarrollar relaciones cercanas y duraderas con cada uno de ellos; relaciones que a su vez nos permiten contar con la alta calidad de insumos que requerimos para mantener la excelencia de nuestros productos.

Envasado

Diseñamos los mejores envases para proteger nuestras bebidas. Consideramos distintos tipos de botellas, tapas, etiquetas, packs, y otros, siempre contemplando las singularidades de cada producto e incorporando la reciclabilidad de estos materiales como variable que contribuya con la economía circular.



Proceso productivo

Diferentes líneas se encargan de cada uno de los tipos de cervezas que hacemos, respetando sus recetas, tiempos y especificaciones de producción, brindando un cuidado único para cada una de nuestras variedades. Además, como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad, utilizamos herramientas y conocimientos que nos permitan hacer un uso eficiente de los recursos necesarios para el proceso productivo.

Residuos

Realizamos la separación en origen de los residuos, reutilizando y reciclando en la mayor proporción posible cada uno de ellos. Realizamos una disposición segura de aquellos que no puedan volver a formar parte de la cadena productiva de nuestra u otra organización.

Distribución

Mediante la cadena logística interna, trasladamos tanto insumos como productos terminados. Trabajamos en conjunto con los distribuidores para asegurar la disponibilidad de nuestros productos donde sea que los consumidores los requieran. La eficiencia logística que procuramos constantemente es parte fundamental de nuestra estrategia de reducción del impacto climático. Como se mencionó anteriormente, en 2020 se firmó un acuerdo de distribución con el sistema Coca-Cola en Chile, a través de sus embotelladores Andina y Embonor.

Clientes

Todos los clientes son una parte crítica de nuestro negocio ya que constituyen el punto de contacto entre los productos y los consumidores. Nos encargamos de acompañarlos promoviendo su desarrollo, proveyéndoles servicio de primera calidad, garantizando que tengan el stock correspondiente y entregándoles insumos para potenciar la presencia de nuestras marcas en sus espacios.

Consumidores

Los consumidores son uno de los actores más importantes del proceso, por este motivo nos encargamos de escucharlos, entenderlos y de solucionar sus problemáticas, siempre adaptándonos a sus preferencias. Además, nos preocupamos por promover el consumo responsable de nuestros productos.

Recupero de materiales

El compromiso con la economía circular hace que el último eslabón de nuestra cadena de producción sean las organizaciones aliadas que nos ayudan a recuperar materiales de envasado para maximizar su reciclabilidad y reingreso al proceso de producción.



Premios y reconocimientos 2020 y 2021

Por primera vez ingresamos en el ranking Merco, en la posición setenta y nueve. Este ranking mide a las cien empresas con mejor reputación corporativa en Chile.

→ Nos otorgaron el primer lugar del Ranking Most Innovative Companies del ESE Business School Chile en la categoría Cervezas 2021; ranking que mide a las empresas más innovadoras del país.

→ Obtuvimos el premio Oro en la categoría "Grandes Empresas en Equidad de Género y Empoderamiento de la Mujer" entregado por WEP's (Women Empowerment Principles), ONU Mujeres, Unión Europea y la organización Internacional del Trabajo (OIT) 2021, en su primera edición en el país.

→ Fuimos calificados como una empresa A+, según Pride Connection en el ranking Equidad CL.

→ Nos reconocieron como uno de los mejores lugares para trabajar en Chile para el talento LGBTI+, según Human Rights Campaign y Fundación Iguales.

→ En los premios Eikon, que miden la excelencia en la comunicación institucional, obtuvimos Oro en la categoría "Sustentabilidad Ambiental"; y Bronce, en "Campaña General de Difusión".

→ En "Mejores Empresas para Practicante" por First Job, tuvimos el onceavo lugar.

→ En "Mejores empresas para Jóvenes Profesionales" por First Job, nos otorgaron el octavo puesto en la categoría "Empresas de Consumo Masivo".

→ Se nos entregó el Sello IPG (Iniciativa de Paridad de Género) desde el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, que certifica compromiso y participación femenina en la empresa.



Además, en calidad y marketing, a través de nuestro portafolio de cervezas, también fuimos reconocidos:

- En 2020, en el concurso Monde Selection Quality Award, obtuvimos medalla de oro con Becker, medalla de oro con Malta del Sur, medalla de plata con Báltica.
- Durante el mismo año, en el concurso Superior Taste Award, del International Taste Institute, ganamos una estrella con Becker, una estrella con Malta del Sur y dos estrellas con Báltica.
- En 2021, en el concurso World Beer Awards Chile, obtuvimos medalla de plata con nuestra Becker Roja.
- Además, Corona fue reconocida como la cerveza con mayor Brand Power de Chile, según Brand Guidance de Kantar.
- Asimismo, Corona ganó un Effie de Oro en la categoría "Respuesta a crisis / giro de crisis" con su iniciativa "Redescubre Chile".

→ Budweiser y Corona fueron nombradas como las dos marcas de cerveza más valiosas del mundo (1° y 2° respectivamente), según el estudio Best Global Brands del Instituto InterBrand.

→ Al mismo tiempo, en este ranking, pero en la categoría de "marcas más valiosas del mundo" (como concepto completo, no solo de un área específica) ocupan el puesto 37° y 78° respectivamente.

→ Cuatro de las marcas que vendemos en Chile están en el ranking de las diez marcas más valiosas de alcoholes del mundo según el estudio BrandZ de Kantar. Budweiser es 2°; Stella Artois es 5°; BudLight es 6° y Corona es 7° (en cervezas, 1°, 3°, 4° y 5°, respectivamente).



Organigrama



Country Manager Chile
& Presidente Bu Andina
LUIS VIVES



Director de Supply
AUGUSTO CHIVILO



Director Legal, Asuntos
Corporativos & *Compliance*
JOSÉ ANTONIO ALONSO



Directora de Marketing
LINA AGUIRRE



Director Comercial
RICARDO AVELLO



Directora de People
CONSUELO URQUIZA



Directora de Finanzas
DENISSE RAIQUIL



Director de Logística
BRUNO MELARÉ



— La sostenibilidad en Cervecería AB InBev

La empresa se encuentra alineada con la estrategia Ambiental Social y de Gobernanza elaborada por nuestra matriz global. La estrategia propone desarrollar nuestros negocios incorporando el triple impacto (social, ambiental, económico), de manera tal que podamos crear valor económico regenerando el ambiente e impulsando el desarrollo de las comunidades. Es decir: buscamos que nuestro impacto sea positivo a corto, mediano y largo plazo con las personas y el planeta.

Estrategia de sostenibilidad 2025

La estrategia 2025 funciona como la hoja de ruta que guía nuestro accionar. Se basa en cinco metas de sostenibilidad que buscamos alcanzar como compañía. Estas metas se generan desde nuestra zona de mayor impacto y tienen relación directa con objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.

Es a través de estas prioridades que podemos generar la mayor cantidad de valor compartido con las comunidades locales, los proveedores, clientes, colaboradores y consumidores, contribuyendo al mismo tiempo a la mejora del planeta.



Estrategia ESG

2025 Local Goals

E ENVIRONMENT 	1° → Reducción de un 46% en consumo de agua. 2° → Tratamiento de agua residual para devolverla a su cause original. ADMINISTRACIÓN DEL AGUA 	1° → Producción de cerveza en Chile en base a Energía 100% Renovable no Convencional. [Vigente desde 2019] 2° → Carbono Neutralidad antes del 2040 → Reducir en un 25% las emisiones de CO2 (directas e indirectas) al 2025. ACCIÓN CLIMÁTICA 	→ 80% material reciclado utilizado en latas. → 50% de material reciclado utilizado en botellas de vidrio. ECONOMÍA CIRCULAR 	→ Incorporación y desarrollo de agricultores chilenos para elaboración de cerveza. AGRICULTURA INTELIGENTE 	→ Accelerator 100+: Plataforma de innovación colaborativa que brinde soluciones medio ambientales y sociales. EMPRENDIMIENTOS 
S SOCIAL 	AGUA SEGURA 1° → Comunidades aledañas a la Cervecería cuentan con 100% de acceso a agua segura. 2° → Escalar el proyecto Agua Segura a nivel país (11.000 personas / 3.000 hogares al 2025). ACCESO DEL AGUA 	Ser referentes en materias de D&I en Chile: → Mujeres: Comité de administración paritario, balance de género de 50% en roles administrativo profesional, 20% mujeres en la operación, 0% brechas salariales → Personas con discapacidad: Generar un ambiente laboral inclusivo, con 100% de accesibilidad universal y 3% de personas con discapacidad [2,1% vigentes en 2022] → Comunidad LGBT: ser referentes en ranking nacionales de la comunidad → Comunidades: crear oportunidades y empleabilidad a grupos vulnerables o con falta de empleo DIVERSIDAD E INCLUSIÓN 	CONSUMO RESPONSABLE - MARKETING → 5% Inversión paquete de medios en concientización consumo responsable. → NABLAB Portfolio. SEGURIDAD VIAL → Reducir el consumo nocivo de alcohol en al menos un 10 % en 1 ciudad, implementación de una buena práctica al 2025. CONSUMO RESPONSABLE 	ACCELERATOR 100+ → 20% de start ups finalistas se integren a nuestra cadena de valor. MUJERES BOTILLERAS → NPS. EMPRENDIMIENTO 	
G GOVERNANCE 	→ Aumento en un 40% de los controles de anticorrupción en Brewright. ANTICORRUPCIÓN 	→ Aumento en un 40% de los controles relacionados al Antitrust Risk Score de Cervecería AB InBev. LIBRE COMPETENCIA 	→ Aumento en un 40% de los controles en plataformas digitales y entrenamientos. ÉTICA DIGITAL + DTC 	→ Debida diligencia del 100% de I a cadena de valor. DDHH 	→ 100% de la Cadena de Valor auditada en los estándares ESG de Cervecería AB InBev. CADENA DE SUMINISTROS 

Accelerator 100 +

Accelerator 100+ es una iniciativa de Cervecería AB InBev que comenzó en 2020 en alianza con Socialab, y en su segunda edición, en 2021, se realizó en sociedad con The Coca Cola Company. Consiste en una convocatoria internacional de innovación abierta. Su finalidad es apoyar emprendimientos que solucionen asuntos relacionados con la cadena de valor de Cervecería AB InBev y que contribuyan a mejorar el impacto social y medioambiental de la compañía. Los emprendimientos que se apoyan nos ayudan a encontrar soluciones sustentables a los grandes desafíos globales para el logro de nuestros objetivos de sostenibilidad para el 2025.

Hemos identificado cinco áreas centrales para fomentar la innovación y el desarrollo: Gestión Eficiente del Agua, Economía Circular, Nuevas Energías, Logística más eficiente y limpia y Agricultura Inteligente.

Los dos mejores proyectos seleccionados recibirán en el 2022 los siguientes premios

- Un aporte de \$10.000.000 por parte de Cervecería AB InBev Chile para desarrollar e implementar un piloto de su proyecto en la cervecería [proyecto ganador uno].
- Un aporte de \$10.000.000 por parte de Coca Cola Chile para desarrollar e implementar un piloto de su proyecto en su operación y/o embotelladores [proyecto ganador dos].
- Participación en el DEMO DAY de operación de AB InBev en Brasil, Ambev.
- Seis meses de aceleración con expertos de Cervecería AB InBev Chile, Coca Cola y Socialab, a través de un piloto para asociarse a la cadena de valor de la compañía.



El ganador del año 2020 fue Atando Cabos, una *startup cleantech* cuyo objetivo es limpiar los desechos plásticos del mundo, manufacturando productos con material 100 % reciclado que informen su denominación de origen exacto. Actualmente reciclan más de ciento veinte toneladas mensuales e investigan la posibilidad de producir cajas de transporte de bebestibles con material reutilizado. Gracias al increíble avance en su proyecto, se encuentran a punto de entrar al mercado canadiense y holandés, y prontos a incursionar en soluciones para industrias de otras áreas, como la agronomía, minería y construcción.

En lo que respecta a la última versión de la convocatoria, se dieron a conocer a los dos ganadores: Asynos y Nanoburbujas Kran.

Asynos ganó en el desafío Economía Circular. Es una *startup* que provee *digital driven* eco intelligence, creando una cadena de valor sostenible que supervisa el movimiento y el estado de billones de productos y materiales individuales a lo largo de todo su ciclo de vida. Están establecidos en Estados Unidos, con operaciones en Asia, Centro América y Europa. Gracias a esta colaboración, Cervecería AB InBev y Coca Cola lograrán introducir al mercado la primera botella eointeligente desechable.

Por otro lado, la ganadora en el desafío Gestión del Agua fue Nanoburbujas Kran, una *startup* que desarrolla soluciones innovadoras y sostenibles a través de la tecnología de las nanoburbujas desde una base científica. Fabricar y aplicar estas pequeñas e invisibles burbujas, junto a otras tecnologías, permite reutilizar agua en regadíos u otros procesos de la misma planta como: lavado de equipos, líneas de procesos, pasteurización y embotellado. Con este proyecto, la cervecería logrará tener procesos hídricos más eficientes, para una mayor productividad económica, consciente y resiliente.

Partners estratégicos

Procuramos formar parte de asociaciones y gremios, y crear alianzas con partners que consideramos de suma importancia para nuestra operación. La colaboración es uno de nuestros principios, por lo tanto, consideramos que la participación en estas distintas organizaciones enriquece nuestras prácticas y nutre nuestro desarrollo. Buscamos y seguiremos buscando ser un actor activo, participativo y colaborativo dentro de este ecosistema para enfrentar los desafíos que nuestras comunidades y el país enfrentan.





Gobernanza

Somos una compañía de dueños. Este es uno de nuestros principios básicos que aplicamos en cada proyecto o iniciativa que realizamos, así como también en la manera en que nos desarrollamos como compañía, alineados a los más altos estándares de ética corporativa.

Gobernanza

Transparencia en los negocios

En Cervecería AB InBev nos comprometemos a fomentar la transparencia en los negocios en todo el mundo, respetando las directrices establecidas en nuestro Código de Conducta en los Negocios y de acuerdo a nuestras políticas, como así también velando por el respeto a las legislaciones nacionales e internacionales que nos regulan.

Como compañía entendemos que, para lograr nuestros objetivos empresariales, debemos adherirnos a los más altos estándares de integridad y ética en los negocios y asegurarnos de cumplir todas las leyes y regulaciones aplicables.



Código de Conducta en los Negocios

El Código de Conducta en los Negocios de Cervecería AB InBev aplica a todos los directores, ejecutivos y colaboradores y debe ser respetado en cada transacción comercial que realizamos. Su contenido expresa los principios que las personas o entidades que actúan en nuestro nombre deben aplicar, entre ellos, nuestros empleados, proveedores, contratistas y demás socios comerciales.

Junto con las demás políticas de la compañía, este documento desempeña un rol clave en la cimentación de nuestro éxito a largo plazo. Ningún objetivo financiero o meta comercial, y ningún esfuerzo para superar a la competencia está por encima de nuestro compromiso con la ética, la integridad y el cumplimiento de las leyes.

Todas las operaciones de Cervecería AB InBev se rigen bajo los lineamientos de los siguientes documentos fundamentales:

- [Política global anticorrupción](#)
- [Política contra el lavado de dinero y compliance](#)
- [Política de conflicto de interés](#)
- [Política libre competencia](#)
- [Política de abastecimiento responsable](#)
- [Política antiacoso y antidiscriminación](#)
- [Política de diversidad e inclusión](#)
- [Política y procedimiento frente a la violencia de género en la familia y pareja desde el lugar de trabajo](#)
- [Política de inclusión laboral de personas con discapacidad](#)
- [Política de derechos humanos](#)
- [Política de denunciantes](#)
- [Protocolo de acompañamiento en la transición de género](#)

Cumplimiento socioeconómico y ambiental

En Cervecería AB InBev, a lo largo de los años hemos desarrollado herramientas que nos permiten monitorear nuestro cumplimiento de las leyes que regulan el accionar económico, social y ambiental, leyes que detallaremos a continuación.

Ley 20.920 de Reciclaje y Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

Como parte del cumplimiento de la Ley 20.920 de Responsabilidad Extendida del Productor y Promoción del Reciclaje (REP), durante 2020 y 2021 realizamos un acercamiento entre distintas áreas de la empresa y diversos grupos de interés con el fin de desarrollar iniciativas que nos permitieran aumentar el porcentaje de reciclabilidad de nuestros productos y reducir, al mismo tiempo, la cantidad de material enviado a disposición final. Para poder dar cumplimiento efectivo a esta normativa, decidimos formar parte del primer Sistema Integrado de Gestión (SIG) colectivo referido a los productos prioritarios de envases y embalajes. Dicha instancia, junto con otras empresas, y en cumplimiento de los más altos estándares de libre competencia, nos permitirá alcanzar las metas de recolección que la autoridad ha fijado para cada material, como vidrio, aluminio, papel y cartón, entre otros.

Anticorrupción

GRI: 205-1, 205-2, 205-3

Para proteger la transparencia dentro de la organización, incentivamos a nuestros colaboradores a reportar cualquier actividad o solicitud que constituya o pueda constituir una violación de las leyes aplicables del Código de Conducta en los Negocios o de nuestra Política Anticorrupción. Estos reportes deben enviarse a un gerente de línea, al Equipo Legal o de Ética y *Compliance*, o a nuestra Línea de Ayuda Confidencial de *Compliance*. Durante 2020 y 2021 no hemos registrado ninguna denuncia por corrupción dentro de la compañía.

A lo largo de 2020 y 2021 se ha capacitado a la totalidad del directorio en relación a nuestras políticas y procedimientos anticorrupción. Además, realizamos una capacitación voluntaria para los trabajadores de BU Andina que están más expuestos a este tipo de situaciones. A esta asistieron abogados de cada uno de los tres países para brindar detalles sobre la realidad local de cada uno.

También, durante 2021, realizamos un entrenamiento online obligatorio para las personas ubicadas entre banda cero a cuatro, el cual se cumplió al cien por ciento.

Semana anticorrupción 2021

En 2021 durante la semana del 8 al 12 de noviembre, realizamos capacitaciones diarias de temas relativos al *compliance*, a nivel SAZ (South American Zone), en conjunto con Brasil y la BU Río de la Plata (Argentina y Uruguay), en cada uno de los días se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- **Lunes:** Charla acerca de la Ética en los negocios, dictada por los presidentes de cada BU.
- **Martes:** Actividad a nivel BU Andina sobre Libre Competencia, a la cual asistieron abogados de Chile, Paraguay y Bolivia para hablar de las nuevas tendencias en el tema.
- **Miércoles:** Charla a nivel BU Andina, con Lorena Recabarren y Amanda Contreras (miembro del equipo de *Compliance*) acerca de los Derechos Humanos.
- **Jueves:** Capacitación a nivel Bu Andina, sobre Anticorrupción, a la cual asistieron abogados de Chile, Paraguay y Bolivia para hablar de las nuevas tendencias en el tema.
- **Viernes:** Capacitación acerca de Transformación Digital y la Protección de Datos.

BrewRight

La compañía cuenta con la herramienta de inteligencia artificial BrewRight, creada por AB InBev Global con el fin de ser utilizada por los equipos legales y de *compliance* a nivel mundial. En Cervecería AB InBev la utilizamos, por ejemplo, para el análisis de pagos y categorización de proveedores, para prevenir riesgos de cohecho. La herramienta digital nos permite identificar proveedores riesgosos o pagos indebidos, entre otras utilidades. En cuanto a su forma de uso, el equipo de cumplimiento de la cervecería utiliza la plataforma de análisis que cuenta con tableros de trabajo. Al hacer clic en uno de ellos, se abre una pantalla que resume los datos sobre los procesos dentro de la empresa mediante listas, gráficos y mapas.



Derechos humanos

Como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a nivel global, estamos comprometidos con las prácticas comerciales que respetan los derechos humanos a lo largo de toda la cadena de valor y que se alinean con los estándares internacionales de conducta empresarial responsable.

Nuestra Política de Derechos Humanos describe el enfoque y el compromiso a nivel global que Cervecería AB InBev posee

Esta Política se aplica a todas las operaciones de Cervecería AB InBev a nivel global, tanto en las operaciones pertenecientes a negocios existentes, como en la evaluación y desarrollo de nuevas oportunidades de negocios. Asimismo, esta política alcanza a todos los colaboradores, y a cualquier subsidiaria o empresa conjunta donde Cervecería AB InBev tenga una participación mayoritaria o control de gestión o que preste servicios en las dependencias de la empresa.

Nos comprometemos con la orientación y los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos. Los compromisos asumidos en nuestra política se basan en la Declaración Internacional de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los Principios Fundamentales y Derechos en el Trabajo, los Derechos de los Niños y los Principios de Negocios, y los Principios de Empoderamiento de Mujeres establecidos por la ONU. Todos los lineamientos y políticas mencionados pueden consultarse abiertamente en [nuestra web](#).

Durante nuestra Semana *Compliance* en 2021 realizamos una capacitación voluntaria para Chile, Bolivia y Paraguay sobre esta política donde asistieron setenta personas. Allí se repasó el vínculo entre la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y varios tópicos de nuestra política, como trabajo infantil y/o forzado, libertad de asociación, jornada de trabajo y remuneración, discriminación y acoso, salud y seguridad, ambiente y derecho sobre la Tierra.

La capacitación antes mencionada sobre derechos humanos se realizó en conjunto con la Subsecretaría de Justicia y Derechos Humanos, contando con la participación de la entonces Subsecretaria de Justicia y Derechos Humanos, Lorena Recabarren, quien compartió con nosotros el proyecto de gobierno denominado “Plan de Acción Nacional de Derechos Humanos y Empresas” (PAN).

El PAN es una política pública cuya implementación está a cargo del Ministerio de Justicia y DD. HH. Tiene por objetivo instalar un enfoque protector de los derechos humanos en el que hacer diario de las empresas, en conformidad con los Principios Rectores de Naciones Unidas.

A su vez, durante el mes de julio del mismo año se realizó una capacitación especial sobre acoso en el trabajo, en la que participaron más de ciento treinta personas de Chile, Bolivia y Paraguay. En ella, se recorrió el contexto internacional de la temática, la definición del concepto, su clasificación, la tipología del acoso sexual y laboral, la regulación del acoso en las empresas, los derechos que se reconocen a las víctimas y los efectos y sanciones que conllevan el hecho.



Libre competencia

GRI: 206-1

En Cervecería AB InBev estamos comprometidos con el cumplimiento de las normativas que promueven la libre competencia, entendiendo que ésta fomenta la innovación y asegura que los bienes y servicios sean producidos de manera eficiente por parte de las empresas.

A su vez la libre competencia favorece a los consumidores, en tanto les permite acceder a mejoras en la calidad y variedad de los bienes y servicios a precios razonables.

Desde Cervecería AB InBev incentivamos a todas las personas que forman parte de la organización o que realizan actividades con nosotros a denunciar cualquier acción que atente contra la libre competencia, como un acuerdo con competidores, con nuestros proveedores o con clientes, o un intento de abuso de posición dominante o cualquier acto de competencia desleal.

En 2021 comunicamos a nuestros *stakeholders* la Política de Libre Competencia que aplicamos desde 2018, junto con una Guía para Contactos con la Competencia y Terceros Relacionados. Con el fin de prevenir riesgos y potenciales infracciones en materia de libre competencia, les brindamos las recomendaciones y directrices para enfrentar situaciones potenciales en las que colaboradores de la compañía

"Estamos comprometidos con la libre competencia, la ética y la transparencia, y trabajamos de manera proactiva para garantizar un entorno de negocios en el que prime la confianza y el respeto mutuo, siguiendo estrictos códigos de conducta con estándar internacional, de manera que sigamos consolidando nuestra posición como líderes en la industria".

José Antonio Alonso, Director Legal,
Asuntos Corporativos & Compliance

tengan contacto con la competencia, ya sea de manera directa o indirecta.

Año a año, junto con el equipo global de Libre Competencia, analizamos, a través de distintas variantes, el puntaje o porcentaje de riesgos de la operación de Cervecería AB InBev en el país. Esto se realiza mediante una plataforma que nos permite disminuir este riesgo con acciones preventivas sobre conductas que eventualmente podrían ser infracciones sobre la libre competencia.

A través de esta plataforma, debemos informar y adjuntar evidencia respecto a las acciones realizadas. Se compone de tres tableros: el primero establece situaciones que aumentan el riesgo y que deben ser informadas (por ejemplo, causas judiciales), el segundo señala acciones de cumplimiento obligatorio y el tercero establece acciones voluntarias. Los últimos dos tableros son los que permiten bajar el porcentaje de riesgo de la compañía. El objetivo principal es siempre llegar al nivel de riesgo más bajo posible. Esta plataforma se comenzó a utilizar en 2021 y fuimos la primera zona en cumplir el target.

Ética digital y protección de datos

Cervecería AB InBev se destaca por ser pionera en innovación y transformación digital. Somos conscientes de que la ética debe atravesar todas las dimensiones del negocio, y es por eso que contamos con un equipo global de ética digital con representantes en cada país, que se hace cargo del cumplimiento normativo de nuestras plataformas digitales, incluidas aquellas de venta directa al consumidor. En 2021, el Equipo de *Compliance* realizó capacitaciones específicas a las áreas más riesgosas en esta materia, como lo son las áreas de Marketing, Ventas y Recursos Humanos, además de crear un plan de comunicación para informar a los colaboradores sobre los riesgos digitales y la forma de afrontarlos.





— Impacto Social

Para nuestra compañía, las personas son lo más importante, por ello ofrecemos las mejores oportunidades laborales y de desarrollo profesional a nuestros trabajadores y a sus familias, además de fortalecer a las distintas comunidades locales que nos rodean, trabajando junto a ellos en proyectos que eleven su calidad de vida. A su vez, nos encargamos de generar relaciones con nuestros consumidores basadas en la responsabilidad y la seguridad alrededor del consumo de nuestros productos.

Impacto Social

Empleo

GRI: 102-8, 401-1, 401-2, 401-3, 405-1, 405-2

En Cervecería AB InBev estamos comprometidos con un ambiente laboral donde cada uno de nuestros colaboradores sea respetado y valorado. Todas las personas que forman parte de nuestra empresa deben sentirse cómodas de ser ellas mismas en su trabajo diario.

Es por eso que el Área de Personas diseña e implementa estrategias organizacionales con el propósito de construir espacios laborales colaborativos, comprometidos e inclusivos. Estos espacios permiten mejorar el desempeño de los equipos de trabajo, lo cual, a su vez, afecta positivamente los resultados de negocio y la proyección a largo plazo de la compañía.

Redes para el empleo juvenil

Durante 2021 nos propusimos ampliar nuestros programas de empleabilidad para llegar a más personas. Por este motivo decidimos participar de Redes, capacitando a jóvenes de liceos técnicos en cursos teórico-prácticos, en un laboratorio instalado en nuestra cervecería, con el fin de ofrecerles prácticas reales para procesos de automatización en las áreas de Electrónica, Neumática y Electricidad. De esta forma, buscamos enriquecer la experiencia de los escolares y brindarles herramientas para enfrentar el futuro mercado laboral, sumándoles la opción de trabajar con nosotros. Durante los primeros meses de 2022 iniciaremos la construcción del laboratorio y en abril iniciaremos los cursos de formación.

> Dotación 2021 según género, edad, nacionalidad y personas en situación de discapacidad

Dotación 2021	Hombre	Mujer	Total	Hombre %	Mujer %
Menos de 30 años	89	69	158	56,33%	43,67%
Entre 30 y 40	166	49	215	77,21%	22,79%
Entre 41 y 50	51	4	55	92,73%	7,27%
Entre 51 y 60	38	2	40	95%	5%
Entre 61 y 70	4	0	4	100%	0%
Más de 70 años	0	0	0	0%	0%
Nacionalidad Chilena	247	112	359	68,80%	31,20%
Nacionalidad Argentina	6	3	9	66,67%	33,33%
Nacionalidad Venezolana	58	3	61	95,08%	4,92%
Personas en situación de discapacidad	6	4	10	60%	40%

Empleo

> Dotación 2021 según tipo de contratación, género y modalidad de trabajo

	Personal Fijo Full time				Personal Temporal			
	Presencial	Teletrabajo o mixto	Presencial %	Teletrabajo o mixto %	Presencial	Teletrabajo o mixto	Presencial %	Teletrabajo o mixto %
Hombres	259	67	81,70%	41,87%	19	5	100%	100%
Mujeres	58	93	18,30%	58,13%	0	0	0%	0%
Total	317	160	100%	100%	19	5	100%	100%



Empleo

> Dotación 2021 según género, jerarquía y antigüedad en la empresa

		Antigüedad					
		Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Entre 6 y 9 años	Entre 9 y 12 años	Más de 12 años	Total
Directores / Gerencia	Hombre	0	1	0	1	3	5
	Mujer	2	0	1	0	0	3
	Total	2	1	1	1	3	8
Gerencias de área (subgerencias)	Hombre	11	8	4	3	0	26
	Mujer	10	4	1	0	0	15
	Total	21	12	5	3	0	41
Jefatura	Hombre	14	15	2	2	3	36
	Mujer	21	13	0	0	0	34
	Total	35	28	2	2	3	70
Coordinadores/Analistas	Hombre	54	8	1	2	3	68
	Mujer	55	7	1	0	1	64
	Total	109	15	2	2	4	132
Técnicos / Especialistas / Administrativos (BC)	Hombre	17	6	0	2	9	34
	Mujer	4	0	0	0	0	4
	Total	21	6	0	2	9	38
Operadores (BC)	Hombre	92	13	25	13	35	178
	Mujer	8	0	0	0	0	8
	Total	100	13	25	13	35	186

Empleo

> Tasa de contratación 2021

	Ingresos			Tasa de ingresos		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Menos de 30 años	22	35	57	25%	51%	36%
Entre 30 y 40	21	17	38	13%	35%	18%
Entre 41 y 50	11	2	13	22%	50%	24%
Entre 51 y 60	3	0	3	8%	0%	8%
Entre 61 y 70	0	0	0	0%	0%	0%
Más de 70 años	0	0	0	0%	0%	0%

> Permiso Parental 2021

	Hombre	Mujer	Total
Empleados que han tenido derecho a permiso parental	348	124	472
Empleados que se han acogido al permiso parental	9	0	9
Empleados que han regresado luego del permiso parental	9	0	9
Empleados acogidos a licencia parental durante 2021 y que se mantuvieron trabajando al menos 12 meses después	9	0	9
Tasa de regreso al trabajo*	100	0	100
Tasa de retención**	100	0	100

* [Cifra total de empleados que han regresado al trabajo después del permiso parental/Cifra total de empleados que regresan del permiso parental en los periodos objeto de informes anteriores] x100

** [Cifra total de empleados retenidos doce meses después de regresar al trabajo tras un periodo de permiso parental/Cifra total de empleados que regresan del permiso parental en los periodos objeto de informes anteriores] x100

Empleo

> Brecha salarial por nivel jerárquico 2021

	Ingresos promedio			Brechas
	Hombre	Mujer	Total	
Directores*	8.283.440	8.820.329	9.056.816	6%
Gerencias / Gerencias de área y subgerencias	4.690.228	4.678.532	4.686.134	0%
Jefatura	2.571.705	2.558.263	2.565.268	-1-5%
Coordinadores/Analistas	1.505.585	1.529.243	1.516.925	2-11%
Técnicos / Especialistas / Administrativos (BC)	892.695	881.419	890.440	-1-15%
Operadores (BC)	574.961	569.826	5.745.656	-1-15%

* Tiempo en posición de mujeres es menor a seis meses en enero 2022



Beneficios

> Beneficios para los empleados a tiempo completo 2021

Alcance (% trabajadores)		Alcance (% trabajadores)	
Universo total colaboradores fijos: 472 personas		Universo total colaboradores fijos: 472 personas	
Seguro de vida	100%	Regalo de Nacimiento	100%
Asistencia sanitaria / (salud, todos los seguros, BICEVIDA)	100%	Soft landing Maternidad	100%
Cobertura por incapacidad e invalidez (Mutual, pago licencia medica)	100%	Paternidad	100%
Permiso parental	100%	Sala de Lactancia	100%
Productos gratis mensual	100%	ABI Contigo	100%
Producto gratis cumpleaños	100%	Doctor en la Cervecería	100%
Cerveza adicional matrimonio	100%	Betterfly	100%
Servicio Comedor	100%	Idiomas y capacitación	100%
Buses de Acercamiento	100%	Convenio universidad	100%
Máquina de snack	100%	Programa de becas	100%
Celebración Fiestas Patrias	100%	Licencia por estudios en el exterior	52%
Celebración de Navidad	100%	Días adicionales de vacaciones	52%
Caja Navideña	100%	Home office y flexibilidad	52%
Aguinaldos Fiestas Patrias y Navidad	100%	Convenio empresa telefonía	100%
Regalos de Navidad	100%	Convenio banco santander	100%
Bono Nacimiento	100%		

Salud y seguridad en el trabajo

GRI: 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Proteger la salud de los trabajadores es una de nuestras principales preocupaciones, por ese motivo desarrollamos una serie de políticas y procedimientos destinados a cuidarlos en sus tareas diarias.

Política de salud ocupacional y seguridad

La Política de Seguridad Global de Cervecería AB InBev funciona como guía fundamental para la gestión de la seguridad en cada una de las áreas de la empresa.

Comité de seguridad

Con el fin de mejorar la comunicación con los empleados en temas de seguridad, cada planta posee un comité cuyas responsabilidades son:

- Promover comportamientos seguros.
- Identificar y eliminar acciones y condiciones inseguras con el fin de evitar accidentes.
- Identificar oportunidades de mejora de las condiciones de trabajo.
- Discutir sobre accidentes, incidentes y situaciones de emergencia.
- Discutir problemas relativos a la seguridad.
- Cumplir con la legislación local en materia de comités de seguridad.



Evaluación y reporte de riesgos

Como parte de la mejora continua de nuestras operaciones en planta, contamos con un proceso de evaluación y reporte de riesgos que contempla diversos eventos que pueden afectar la seguridad de las personas.

La evaluación de riesgos consiste en una técnica de revisión de tareas para identificar los peligros antes de que ocurran. Se centra en la relación entre el trabajador, la tarea, las herramientas y el entorno de trabajo, y define las medidas que se deban implementar para eliminar o reducir el peligro. Nuestro proceso de evaluación de riesgos nos permite ser conscientes de los peligros que nos rodean, nos ayuda a evitar lesiones, y asegura que las personas conozcan los procedimientos adecuados para garantizar su seguridad y posean el entrenamiento y los equipos necesarios.

El reporte de riesgos se aplica en la totalidad de la empresa para gestionar las situaciones que puedan generar lesiones (desde las más leves hasta graves o mortales) y para disminuir al máximo las posibilidades de que ciertos accidentes vuelvan a repetirse en el futuro. Nuestro procedimiento de reporte de riesgos define los roles de las personas en cuanto a la notificación de cualquier situación potencialmente peligrosa, y determina las responsabilidades de los trabajadores desde la front line hasta el jefe de seguridad.

Capacitaciones

Día de la Seguridad

Este evento tiene como objetivo incrementar la conciencia sobre la importancia de la seguridad del personal que conforma Cervecería AB InBev, sin importar el nivel de la organización al que pertenezcan.

Para poder garantizar la participación en el evento, durante un día se suspenden todas las actividades de la organización (salvo aquellas que por razones de seguridad o legales deban continuar) y se ofrecen talleres y capacitaciones para todos los colaboradores de Cervecería AB InBev, incluyendo a los empleados tercerizados, al personal eventual y a los empleados de contratistas que están involucrados en el ciclo productivo día a día.

Semana de la Seguridad

Durante la Semana de la Seguridad llevamos adelante diversas capacitaciones y talleres vinculados a temáticas como COVID-19, seguridad vial, accidentes, seguridad en tránsito en la planta y más.

Capacitaciones sobre seguridad

Algunos temas contemplados en nuestras capacitaciones son:

- Accidentes in itinere
- Comportamiento de seguridad
- Gestión de residuos
- Manejo defensivo
- Reporte de accidentes/ incidentes/ avisos de riesgo
- Resbalones y caídas
- Seguridad en circulación
- Respuesta ante emergencias
- Formación de brigadistas
- Manejo de cargas
- Trabajo en altura
- Seguridad en la entrega



> Lesiones por accidentes laborales 2021

	Empleados		Trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización	
	Número	Tasa	Número	Tasa
Fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral.	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables.	0	0	3	0
Los principales tipos de lesiones por accidente laboral.	NA		Golpe y cortes superficiales por manipulación de herramientas	
Número de horas trabajadas.	620.414		593.339	

> Dolencias y enfermedades laborales

Durante 2021 no se han registrado dolencias ni enfermedades laborales.

Formación y enseñanza

GRI: 404-1, 404-2, 404-3

Gracias a la formación y enseñanza continua que brindamos nos aseguramos de que los empleados tengan los conocimientos específicos necesarios para desempeñar su labor, y para responder a las demandas del mercado y a los requerimientos de la empresa. De esta manera podemos mantener un mejor ritmo de trabajo, aumentar la productividad y la motivación, obteniendo mejores resultados.

> Capacitación 2021

	Cantidad de personas capacitadas	Horas invertidas en capacitación	Monto invertido USD
Hombre	358	26.392	78.580
Mujer	154	7.622	11.080
Total	512	34.014	89.660

Formación y enseñanza

> Cantidad de personas capacitadas y horas por jerarquía 2021

Gerentes / subgerentes		Jefaturas		Profesionales / Analistas		Administrativos Operativos		Operarios	
Personas	Media de horas	Personas	Media de horas	Personas	Media de horas	Personas	Media de horas	Personas	Media de horas
52	30	75	40	132	36	1	20	253	120

> Listado de capacitaciones 2021

Nombre	Descripción	Cantidad de cursos	Nº asistentes	Alcance
Nutrición en tiempos modernos	Capacitación vinculada a lo importante de una alimentación saludable	1	52	11%
Lengua de señas	Capacitación introductoria al manejo de lengua de señas	2	62	13%
Taller de sesgos y barreras al talento femenino	Capacitación a los distintos sesgos que existen tanto externos como internos	1	68	14%
White belt	Herramienta de gestión ágil	2	60	13%
Plataforma de capacitación Nulinga	Plataforma de capacitación de idioma inglés y portugués	Semanal	53	11%
Plataforma Degreed de aprendizaje propio	Plataforma donde hay cargados más de 15 mil cursos	Diario	472	100%
Planificación efectiva	Capacitación sobre matriz de priorización	3	60	13%
Manejo de la ansiedad y el estrés	Capacitación sobre cómo transitar momentos de estrés vinculados también al contexto covid	1	40	8%
Salarios	Explicación de cómo se compone el salario	1	44	9%

Formación y enseñanza

> Empleados que recibieron evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional en 2021

	Hombre	Mujer	Total
Número	348	124	472
Porcentaje	100%	100%	100%

> Porcentaje de empleados que realizaron fijación de KPI de forma periódica en 2021

	Hombre	Mujer	Total
Número	348	124	472
Porcentaje	100%	100%	100%

Programas de pasantías, trainees y GMT

Estamos comprometidos con el desarrollo del talento en Chile, por eso todos los años realizamos tres grandes programas enfocados en estudiantes del último año universitario y personas graduadas con hasta dos años de experiencia.

Pasantías

Este programa que se realiza dos veces al año está pensado para estudiantes en el último año de carrera y tiene como objetivo ofrecer oportunidades de desarrollo para jóvenes profesionales, tanto en la operación de la compañía como en las áreas administrativas. Cada uno de nuestros pasantes tiene a cargo un proyecto desafiante que desarrolla con seguimiento constante de su líder. Además cuenta con una instancia trimestral en la cual, junto con el director del área se realiza la revisión de su desempeño, detectando oportunidades de crecimiento vinculadas a sus capacidades. Estos programas duran seis meses y los mejores proyectos del semestre se presentan al gerente general de nuestra

compañía. El 50 % de los y las estudiantes que realizan el programa permanecen trabajando con nosotros. En 2021 de las 45 personas ingresantes, 23 pasaron a formar parte de Cervecería AB InBev al finalizar sus pasantías.

Trainees

Este programa está enfocado en personas graduadas con hasta dos años de experiencia, a quienes les ofrecemos un extenso proceso de formación, tanto en las áreas de operación como de administración. Este programa dura un año, se crean de tres a cinco cupos, y en el proceso de selección participan, incluso, los vicepresidentes de las zonas donde operamos. Durante seis meses, los trainees tienen la oportunidad de conocer distintas áreas de la empresa y de participar en un proyecto donde podrán cumplir con objetivos específicos. Una vez que terminan el proyecto, todos los participantes toman un rol definido dentro de la compañía.

Global Management Trainee (GMT)

Este programa posee las mismas características de postulación que el programa Trainee, salvo que cuenta con uno a dos cupos máximo y quienes lo integran son personas con mucho potencial. El proceso de formación es de un año, al igual que para los trainees, con la diferencia de que este programa además ofrece la oportunidad de formarse en el exterior, en cualquiera de nuestras operaciones. Una vez que finaliza el proceso, el GMT toma un rol de liderazgo dentro de nuestra empresa.

Diversidad, equidad e inclusión

La inclusión consiste en valorar las diferencias de cada persona, con conductas que las reconozcan y comprendan. Un contexto inclusivo es útil para fomentar la innovación e impulsar el crecimiento del negocio ya que promueve la autenticidad y brinda un sentido de pertenencia. Es por esto que en Cervecería AB InBev nos abrimos a la amplitud de edad, identidad, expresión de género, orientación sexual, idioma, origen étnico, social y económico, nacionalidad, familia y estado marital, religión y creencias, educación, experiencia, capacidades físicas y cualquier otra característica que haga de nuestros colaboradores personas únicas.

La diversidad y la inclusión son importantes en Cervecería AB InBev porque:

- Se alinean directamente con nuestro sueño de crear un futuro con oportunidades, donde todos y todas sean valorados y celebrados por quienes son.
- Nuestros consumidores son diversos y la apertura nos ayuda a entenderlos en mayor medida para satisfacer sus necesidades.
- Un espacio inclusivo seguro les permite a los trabajadores expresar sus puntos de vista e ideas en confianza, generando diversidad de pensamiento, lo que resulta en una mejor toma de decisiones e ideas más innovadoras.
- Los lugares de trabajo inclusivos y diversos tienen mayor involucramiento, productividad y tasas de retención, por lo tanto deben ser elementos centrales de la estrategia de negocios para mantener la ventaja competitiva global sostenible.

Estos aspectos están estipulados en nuestros diez principios e integrados en todo lo que hacemos para atraer diversidad en quienes se postulan, para identificar y eliminar las potenciales barreras que impidan la equidad en las oportunidades de desarrollo y para promover un ambiente de trabajo en donde nuestra gente pueda crecer.

Procedimiento frente a la violencia de género en la familia y pareja desde el lugar de trabajo

La violencia de género en la familia y/o en la pareja va mucho más allá de lo físico y visible. Implica también un profundo daño que afecta la salud mental de la persona y su capacidad de socializar. Por lo tanto, su impacto puede alcanzar el ámbito laboral además del entorno cercano (familia y amigos). En las últimas décadas, esta problemática se ha vuelto una preocupación pública que ha llevado a diferentes países a crear nuevas políticas, legislaciones y medidas al respecto.

En Cervecería AB InBev procuramos que mujeres y hombres gocen de los mismos derechos y oportunidades en igualdad de condiciones. En base a nuestros valores y con el soporte corporativo de las Políticas Globales de Derechos Humanos, de Diversidad e Inclusión, de Anti Acoso y Anti Discriminación, junto al Estándar Global en Violencia Doméstica hemos conformado una política que ofrezca a nuestro personal un ambiente laboral positivo, seguro y saludable. A través de esta política reafirmamos nuestro compromiso con los DD. HH. y nuestro rechazo hacia cualquier expresión de discriminación o violencia en la familia y/o pareja.

El objetivo general de esta política es promover de forma

transversal (desde el nivel operativo hasta la alta dirección) creencias y acciones contrarias a la violencia en el hogar o en el lugar de trabajo. Para ello desarrollamos un programa de prevención de la violencia de pareja y de apoyo a quienes la viven.

Cervecería AB InBev ofrecerá asistencia para salir del circuito del abuso a quienes sufran violencia y a quienes la ejerzan. No obstante, quienes perseveren en el comportamiento violento serán objeto de sanciones. Asimismo, la compañía se compromete con la prevención, involucrando a toda la comunidad laboral en el necesario cambio cultural, de manera que el respeto, la equidad y el cariño prevalezcan en nuestras relaciones.



Diversidad e igualdad de oportunidades

Inclusión laboral de personas con discapacidad

Nuestro sueño de crear un futuro con más motivos para brindar comienza desde adentro. Por eso sostenemos que la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad es una responsabilidad compartida entre los distintos sectores de nuestra sociedad. En consonancia, nosotros como compañía abrimos nuestras puertas para que cualquier persona con discapacidad pueda ser parte de nuestra operación, proporcionándole un trabajo digno que le permita desarrollarse plenamente.

En la actualidad, superamos la Ley de Inclusión Laboral, que exige que las empresas con más de cien trabajadores que el 1% de su dotación esté conformada por personas con discapacidad, contando con más del 2% dentro de nuestra operación. Aun así, quisiéramos aumentar esa proporción. Apuntamos a que la diversidad y la inclusión sean parte de los principios que guían nuestra estrategia y nuestras decisiones más importantes, estableciendo la presente política y ratificando nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos en la Agenda 2030.

El propósito de nuestra política es alinear las acciones de inclusión laboral de personas con discapacidad, estableciendo pautas claras que institucionalicen la importancia de la inclusión y orienten a las distintas áreas de la compañía a tomar decisiones respetuosas de los derechos humanos declarados por la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

Sabemos que para lograr la inclusión de personas con discapacidad debemos encontrar las mejores formas de adaptar nuestra infraestructura, cultura y actitudes. Es una adaptación que nos alegra porque fluye con nuestro propósito como compañía, permitiéndonos tender lazos más empáticos, cercanos y sostenibles con la sociedad a la pertenecemos.

Protocolo de acompañamiento en la transición de género

El protocolo de acompañamiento en la transición de género responde al compromiso de promover la diversidad e inclusión en espacios laborales, donde todos los trabajadores de Cervecería AB InBev se sientan seguros y cómodos. A través de este protocolo se procura brindar el conocimiento necesario para asegurar un acompañamiento positivo y coordinado de la persona que declare formalmente en su lugar de trabajo su deseo de iniciar un proceso de transición de género.

El objetivo del protocolo es establecer las reglas de acción que deberá seguir el personal de la compañía, en instancias que involucren a personas en su proceso de transición de género, con el fin de poner en práctica actos afirmativos sustentados en el respeto, que garanticen los derechos humanos, con una perspectiva de género y no discriminación.

Para ello, dentro del protocolo se indican específicamente puntos como:

→ Generar canales de alerta de casos para actuar de manera eficaz y eficiente, instrumentando la capacitación especializada de los(as) trabajadores(as) de Cervecería AB InBev y CBN (operación en Bolivia).

→ Asignar roles y responsabilidades a fin de que los(as) trabajadores(as) adopten las medidas conducentes a una plena inclusión de los(as) trabajadores(as) trans durante las fases del proceso de transición.

→ Crear instancias y sesiones de preparación para el proceso de transición por medio de sensibilización y acogida por parte del equipo.

→ Reforzar las capacidades técnicas de los(as) trabajadores(as) de Cervecería AB InBev y CBN proporcionándoles herramientas conceptuales que permitan mejorar el ejercicio de sus funciones.

→ Para la comodidad de las personas involucradas, todos los propósitos y procesos mencionados serán realizados en un marco de confidencialidad.

Diversidad e igualdad de oportunidades

Programa para fomentar la empleabilidad de mujeres en puestos tradicionalmente masculinos

El transporte, las grúas y las bodegas son rubros comúnmente percibidos como masculinos, lo que hace que muchas mujeres ni siquiera los vean como opciones de trabajo disponibles para ellas. Esta problemática se agudizó con la pandemia del COVID-19, durante la cual la empleabilidad femenina retrocedió diez años.

Por eso, en 2020, con el objetivo de capacitar a personas que se encontraban fuera del mundo laboral (después del 18 de octubre de 2019), se impulsó el proyecto "Alas de Educación", junto a Inacap y Fundación Emplea. El proyecto reclutó alrededor de treinta personas, y un alto porcentaje de ellas ingresaría a trabajar a la nueva línea de envasado de la Cervecería cuando esté operativa.

En 2021 decidimos continuar con este tipo de programas e implementamos dos más: "Alas Mujeres" y "Alas Grueras". Este último tuvo como objetivo capacitar en el manejo de grúas horquilla a mujeres que se encontraban desempleadas, ampliando su campo laboral y rompiendo con los estereotipos de género: todo en un periodo de dos meses. Cinco de estas mujeres ahora forman parte de la compañía.

Durante 2022 se volverá a desarrollar el programa "Alas Mujeres" para seguir impulsando su contratación.

" Creemos en la igualdad de oportunidades para todos y todas, y por eso, hemos tomado como una bandera de lucha la incorporación laboral femenina al mercado laboral, partiendo por nuestra comunidad más próxima. En esa línea hemos desarrollado, por ejemplo, programas como Alas, que se enfocan en capacitar y emplear mujeres en puestos tradicionalmente masculinos, de manera de ayudar a acortar la brecha de género".

Consuelo Urquiza, Directora de People



No discriminación

GRI: 406-1

En Cervecería AB InBev hemos definido una política antiacoso y antidiscriminación con el objetivo de garantizar la seguridad de nuestros colegas, permitiéndoles prosperar en un lugar de trabajo protegido, inclusivo y libre de cualquier conducta inapropiada. Asimismo, nos comprometemos a investigar de forma inmediata cada una de las denuncias y quejas que realicen nuestros trabajadores sobre actitudes discriminatorias o situaciones de acoso, y a tomar medidas disciplinarias que podrían incluso llegar al despido.

Durante 2020 y 2021 atendimos denuncias de casos de discriminación y realizamos las investigaciones pertinentes a efectos de determinar si es que existió responsabilidad. En los casos en que correspondió se aplicaron las sanciones que establecen nuestro reglamento interno y la Política de Prevención de Acoso y Antidiscriminación.

Otra iniciativa de Cervecería AB InBev es la de responsabilidad parental, a través de la cual buscamos igualar las posibilidades, condiciones y deberes respecto a los cuidados y crianza de los hijos, permitiendo que madres y padres, de parejas heterosexuales y homosexuales, accedan al permiso postnatal de cuarenta y cinco días corridos. Según testimonios de los padres que han elegido esta opción, varios coinciden en lo gratificante de poder participar del proceso de cuidados del recién nacido porque les permite profundizar la conexión con su hijo/a desde el primer momento.

También tenemos el agrado de ser parte de la campaña “¡Sí, quiero!”, conformada por un grupo de empresas en apoyo a la Ley de Matrimonio Igualitario.

Todas las políticas, protocolos e iniciativas mencionadas nos permiten ser actualmente reconocidos por Human Rights Campaign y Fundación Iguales como uno de los mejores lugares para trabajar en Chile para el talento LGBTI+, y ser calificados con una A+ por Pride Connection (red de empresas, a la que pertenece la cervecera, que trabajan con diversidad sexual). Esto significa que, trabajando en Cervecería AB InBev, las personas LGBTI+ se sienten integradas, respetadas y en igualdad de condiciones.



¡Sí, quiero!

Se ha demostrado que un ambiente laboral diverso aumenta el potencial creativo de los grupos, el compromiso y el nivel de felicidad. Por eso, en Cervecería AB InBev desde hace años fomentamos y defendemos la importancia de la diversidad, la inclusión, el respeto y las políticas de no discriminación, hasta convertir estos valores en pilares fundamentales de nuestras acciones como organización. Tenemos la firme creencia de que hacerlo nos conduce como empresa a ser más sólidos y sustentables. En este sentido, porque creemos justo que todas las personas tengan los mismos derechos sin importar su orientación sexual, decimos “¡Sí, quiero!” al matrimonio igualitario en el país.

Iniciativas como esta son esenciales para seguir avanzando en la construcción de una sociedad en donde cada uno pueda participar de manera segura y con sentimiento de pertenencia. La campaña “¡Sí, quiero!” es apoyada por las siguientes organizaciones:

Accenture, Accor, Adidas, Aes Chile, Aramark, BEAT, Beiersdorf, Centro Global de la Universidad de Columbia en Chile, Cervecería AB InBev, Compará Online, Deloitte, Empresas SB, Google, IBM, Identidad Corporativa Comunicaciones, Impronta Chile, Johnson y Johnson, Manpower Group, Medtronic, Mercado Libre, MGC Consulting, Microsoft, Oracle, Pride Connection Chile, Reebok, Roche, Siemens, Uber, Walmart, WOM.

Comités de diversidad, equidad e inclusión

GRI: 413-1

En Cervecería AB InBev generamos una serie de comités cuyo propósito es que los trabajadores y trabajadoras de la compañía tengan las mismas oportunidades para crecer, desarrollar sus capacidades y liderar equipos. Para garantizarlo, Cervecería AB InBev cuenta con una política de diversidad activa que trabaja a partir de cuatro comités de inclusión —cada uno con sus propios objetivos, planes de acción y métricas de trabajo—, conformados de manera voluntaria: mujeres [Comité Women in Beer], diversidad sexual [Comité Lager], personas con discapacidad [Comité IPA] y acciones de apoyo a la comunidad [Comité Ale].



→ **El comité Women** in Beer busca apoyar el crecimiento profesional de las mujeres dentro de la compañía, terminar con brechas de género y educar a los colaboradores de la compañía respecto de este tema. Gracias al comité se han desarrollado programas como “*Women-toring*”, donde mentores les entregan herramientas a sus *mentees* para que desarrollen su carrera profesional dentro de la compañía.



→ **El comité Lager** concientiza sobre la diversidad sexual mediante charlas, talleres y capacitaciones sobre temáticas LGBTI con el objetivo de construir ambientes laborales libres de discriminación. Gracias a la visibilidad de esta temática se creó un manual de transición de género, acompañado de un seguro que aplica para todos los trabajadores y trabajadoras que inicien este proceso.



→ **El comité IPA** impulsa acciones relacionadas con la discapacidad. Su objetivo es generar conciencia y desarrollar programas para que todos los trabajadores y trabajadoras se sientan incluidos. Uno de los grandes proyectos lanzados por este comité ha sido que la cervecería cuente con un cien por ciento de accesibilidad universal.



→ **El comité Ale** cuenta con un enfoque específico de responsabilidad social empresarial y su objetivo es desarrollar iniciativas que aporten a la educación de Chile. “Letra Libre” es uno de sus proyectos más recientes, dedicado a niños y niñas del Colegio Padre Pedro Arrupe, en Quilicura, cuyo ritmo de aprendizaje se vio afectado por la pandemia del COVID-19. El proyecto los ayudó en el aprendizaje de la lectoescritura. Además, el comité realiza distintas acciones y campañas a lo largo del año, entre las que se encuentran donaciones de ropa, donación de frazadas en época invernal, celebraciones de Navidad, entre otras.

“Para nosotros es clave la diversidad e inclusión dentro de la compañía, siendo los comités nuestras puntas de lanza para lograrlo. Nuestra cultura interna se nutre gracias a quienes participamos en estas instancias y, es por eso, que promovemos y fomentamos que todos nuestros colaboradores sean parte de ellos”.

Denisse Raiquil, Directora de Finanzas.



Promoción del consumo responsable

Uno de nuestros objetivos de sostenibilidad hacia el 2025 es generar un cambio cultural en torno al consumo de alcohol para que cada día este sea más consciente y responsable. Para ello trabajamos, junto a nuestras marcas, iniciativas concretas que permitan avanzar en este camino.

Durante 2021, junto a Pilsen del Sur, actual sponsor oficial del equipo chileno de fútbol Colo Colo, difundimos mensajes sobre consumo responsable de una manera innovadora. En el superclásico del fútbol entre Colo Colo y Universidad de Chile —uno de los eventos deportivos más vistos—, Pilsen del Sur cambió su clásico logo en la camiseta de Colo Colo por frases como: “No hay Pilsen para menores de 18”, “Acompaña a tus Pilsen con comida”, “Toma agua entre tus Pilsen” y “Si tomas, no manejes”.

Estos mensajes de responsabilidad y consumo responsable están vinculados con 4 problemáticas relacionadas al consumo de alcohol en el país, a continuación se detallan:

“Si tomas, no manejes”: según la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito, en Chile, uno de cada diez accidentes fatales se debe al alcohol en la conducción, por lo que desde la marca cervecera piden que la gente no conduzca si ha bebido.

“No hay Pilsen para menores de 18”: hace poco entró en vigencia la nueva Ley de Alcoholes que busca regularizar el consumo de alcohol en menores, incrementando las trabas para su compra. Pilsen del Sur decidió unirse a ese propósito aportando su lema en el superclásico.

“Acompaña tus Pilsen con comida”: la OMS reconoció el presente año que el alcohol es uno de los principales responsables de diversas enfermedades gastrointestinales, por lo que Pilsen del Sur entrega este consejo en pos de que la bebida se digiera mejor.

“Toma agua entre tus Pilsen”: Chile es uno de los países con mayor consumo de cerveza a nivel latinoamericano, con 199 botellas de 330 cc por cabeza al año según la consultora estadounidense Expensivity, especializada en el consumo. Luego de esta acción comunicativa en el superclásico, las camisetas utilizadas fueron subastadas. Lo recaudado se derivó a programas terapéuticos de consumo problemático de alcohol y drogas del Hogar de Cristo.

“El consumo responsable es uno de los ejes más importantes de nuestra estrategia corporativa y, por lo mismo, está presente en las diferentes acciones que llevamos a cabo, especialmente aquellas relacionadas con nuestros productos, la experiencia del consumidor, nuestros clientes, la comunicación y la información que entregamos a los consumidores a través del etiquetado. En ese sentido, estamos constantemente innovando para que nuestros mensajes tengan un impacto real en los consumidores”.

Lina Aguirre, Directora de Marketing



Comunidades locales

El bienestar de las comunidades locales es un pilar fundamental a la hora de establecer nuestra estrategia empresarial; para Cervecería AB InBev es de suma relevancia la comunicación directa, la cooperación y colaboración con las comunidades en donde opera.

Por eso hemos trabajado en equipo para desarrollar una serie de proyectos e iniciativas que respondan a necesidades comunitarias y mejoren la calidad de vida.

Agua Segura

Cervecería AB InBev, junto a una de sus principales marcas, Stella Artois, dio inicio a un proyecto inédito de innovación social, denominado "Agua Segura", cuyo objetivo es brindar ayuda a más de cuatro mil personas de distintas comunidades de la Región Metropolitana, que actualmente sufren escasez hídrica.

La iniciativa utiliza la tecnología de creación nacional, Plasma Water, la cual funciona en base a plasma: el líquido ingresa a un equipo sanitizador donde, a través de agentes oxidantes, campos eléctricos y ondas de choque, se logra eliminar el cien por ciento de bacterias y virus. Este proceso de descontaminación deja el agua apta para ser consumida de manera segura.

El proyecto implica la instalación de siete equipos de sanitización de agua en diferentes localidades. La primera se realizó en la Escuela Capilla de Caleu en Til Til, en el marco

del Día Mundial del Agua, el 22 de marzo del 2021. El segundo equipo se instaló en la Escuela de Huechún en Til Til; el tercero y cuarto, en la Escuela Quebrada de Alvarado y la Escuela Las Palmas del Niño Dios, ambas en Olmué; el quinto, en la Escuela G-131 Llancay, en San Pedro de Melipilla y el sexto, en la Escuela Comodoro Arturo Merino Benítez en Pudahuel. Durante 2022 se instalará el séptimo equipo de sanitización.

Cabe destacar que Stella Artois lleva más de cinco años brindando a nivel mundial acceso a agua segura para comunidades que sufren alto estrés hídrico. A la fecha, gracias a esta asistencia, 1.700.000 personas han logrado acceder a este derecho.



Comunidades locales

Fondo Innova Agua

Según datos de Fundación Amulen, en Chile el 47,2 % de las viviendas rurales no cuenta con acceso formal al agua potable. Un proyecto de acceso a agua tradicional demora, en promedio, siete años en trámites antes de poder conseguir el agua. Ante esta problemática, Fundación Amulen —junto a Coca-Cola Chile y Cervecería AB InBev— decidió crear el programa Fondo Innova Agua, cuyo objetivo es implementar soluciones tecnológicas, innovadoras y de rápida instalación que ayuden a enfrentar la difícil situación de escasez hídrica. En esta oportunidad, de diez postulaciones preseleccionadas, el comité técnico escogió cuatro comunas: Colina, Empedrado, Licantén y La Ligua, en las que se hará una inversión de \$180 millones de pesos para facilitarles el acceso al agua.

Las soluciones aplicadas son: la potabilización del agua a través de la tecnología Remote Waters, obtención de agua del aire con la máquina de Watergem y captura de agua lluvia para dos de las localidades beneficiadas.

Un ejemplo de estos casos es Colina, precisamente en la Villa Peldehue. Allí el agua de vertiente no tiene ningún tratamiento y presenta altas concentraciones de arsénico, razón por la que el 45 % de sus habitantes no contaba con libre acceso hídrico y debía abastecerse a través de camiones aljibe que proveen poca cantidad de agua. Se realizó una potabilización y, gracias a este proyecto, ya noventa y tres familias (aproximadamente, 325 personas) fueron beneficiadas con solo la primera instalación del programa.

47,2 %

De las viviendas rurales no cuenta con acceso formal al agua potable.



> 325
personas



Inversión
\$180 millones de pesos

Características principales de la innovación

El sistema permite captar y tratar agua de lluvia para potabilizarla y disponibilizarla para consumo humano.

Agua para

Escuela
Los Copihues

Licantén

Comunidades locales

Pandemia

En 2020 impulsamos diversas acciones para ayudar a la comunidad de Quilicura a enfrentar los efectos de la pandemia de COVID-19, colaborando con emprendedores e instituciones públicas y privadas. Entre estas acciones destacamos la donación de más de 140 000 unidades de alcohol gel y 10 000 unidades de pan a los campamentos de Quilicura y Colina, el desarrollo de una aplicación para digitalizar los menús de restaurantes, el lanzamiento de una aceleradora de innovación social para apoyar a emprendedores y la entrega de implementos de prevención y seguridad a los vecinos de la comuna.

En línea con la ayuda a comunidades, nuestras marcas apoyaron a los distintos rubros empresariales que se vieron más afectados por la pandemia:

→ Corona junto a Smartrip “Apoya al Turismo Local”: iniciativa que asistió a veinticinco hoteles pymes, en trece regiones de Chile. Se sortearon 2.628 noches de hotel.

→ Stella Artois “Apoya a un Restaurante”: la dinámica consistió en que por cada vóucher de 10 mil pesos comprado por la gente en los locales adheridos, Stella Artois apoyaba con otros 10 mil pesos, aumentando de este modo el cupo de ese ticket, lo que permitía disfrutar de la comida del restaurante que el consumidor eligiese cuando sus ventas se reanudarán.

→ Becker junto a Casa de la Cerveza “Apaña a tu Botillero”: se realizaron donaciones del 30 % de las compras realizadas a través de tubotillero.cl al botillero que los necesitara y que el consumidor elegía.

→ Budweiser “Juega de local, quédate en casa”: se ayuda a la Cruz Roja con 10.000 unidades de alcohol en gel; y a los centros de salud que lucharon contra el COVID-19 se les brindó un aporte monetario.

→ Michelob Ultra “Indoor Marathon”: por cada kilómetro corrido, Michelob Ultra donó \$1.000 a la fundación Desafío Levantemos Chile para ayudar a los más afectados en el norte del país.

En 2021 decidimos seguir entregando apoyo a las comunidades para que puedan enfrentar la dura realidad que dejó la pandemia. Volvimos a realizar donaciones de alcohol gel: para apoyar la labor de la Junta Nacional de Bomberos de Chile, les donamos más de 3.500 unidades; y al Servicio Nacional del Adulto Mayor (Senama), 2.000 unidades.



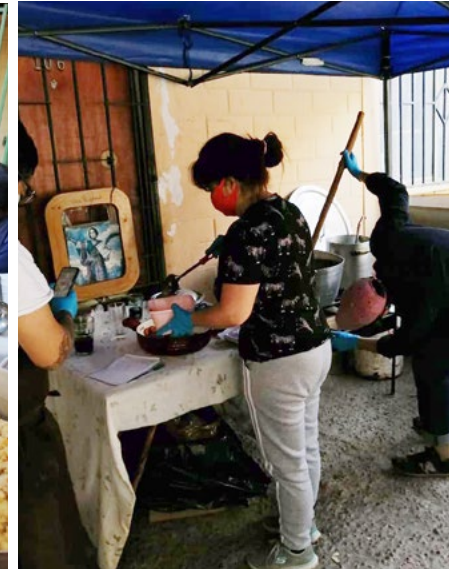
Comunidades locales

Comida Para Todos

De acuerdo con uno de los últimos informes mundiales de la FAO sobre la crisis alimentaria, a raíz de la pandemia, crisis económica y otros conflictos en el interior de los países, hay al menos 155 millones de personas que no tienen asegurado un acceso físico o económico a los alimentos necesarios para vivir. Por esta razón, en España, como una forma de combatir el hambre, surge la iniciativa "Comida Para Todos", que luego fue traída a Chile por el presidente de la fundación Gastronomía Social, Rafael Rincón, para entregar un plato sabroso y nutritivo a quienes más lo necesiten. Sin embargo, esta iniciativa va mucho más allá de una comida. Detrás hay una cadena de valor que ayuda a la reactivación económica: Cada plato donado es preparado por un restaurante que, por un tiempo, debió cerrar sus puertas; involucra también a transportistas escolares que frente a la pandemia vieron su fuente de trabajo detenida, ellos son quienes se encargan de realizar el despacho de cada menú a su comedor de destino.

Cada plato entregado cuesta 3.000 pesos y su preparación se financia a través de aportes de personas o de empresas, lo que ha hecho posible entregar hasta la fecha más de 220 mil almuerzos.

Cervecería AB InBev se sumó a esta ayuda solidaria donando el equivalente a más de 10 mil almuerzos para los comedores comunes "4 Torres" y "Construyendo Historias", ubicados en la comuna de Quilicura.



Comunidades locales

Vacunatorio

En 2021, con el objetivo de cuidar la salud de las personas de la comunidad de Quilicura, trabajamos junto al departamento de Salud de la Municipalidad poniendo a disposición nuestra planta de producción para instalar allí un vacunatorio de COVID-19 e influenza. Esto logró que no se retrasara el calendario de vacunación nacional contra el COVID-19 dispuesto por el Minsal (como hubiera ocurrido dado que, durante las elecciones, tres colegios donde se estaba llevando a cabo la vacunación fueron convertidos en locales de votación).

Además de ofrecer nuestras instalaciones, pusimos a disposición, tanto de la comunidad como de los trabajadores, buses de acercamiento gratuitos para facilitarles el acceso al vacunatorio. Así, conseguimos que habitantes de poblaciones aledañas, como por ejemplo el Campamento Las Totoras, pudieran trasladarse hasta las instalaciones y participar del proceso de vacunación.

Diagnóstico a comunidades en Quilicura

Como Cervecería AB InBev queremos seguir avanzando en un enérgico trabajo con nuestras comunidades en la comuna de Quilicura. Por eso, a fines de 2021 decidimos realizar un diagnóstico, con encuestas en terreno y talleres presenciales, para entender mejor de qué manera podemos ser un actor de cambio para la gente de Quilicura y cómo podríamos crecer junto a ellos en los próximos años. Este diagnóstico, que nos permitirá conocer sus necesidades y ser un punto de contacto para la comunidad, se realizará durante los primeros meses de 2022 y nos guiará para la implementación de una ambiciosa agenda social y ambiental.



Marketing y etiquetado

GRI: 417-1

Los *packagings* —primarios y secundarios— y las etiquetas son uno de los puntos de contacto más importantes entre nuestras marcas, los clientes y los consumidores. Por este motivo, se constituyen como una plataforma única para comunicarnos con ellos transmitiendo importantes mensajes. Dicho en otras palabras, para nosotros el etiquetado no solo tiene como función cumplir la ley, sino comunicar y promover hábitos de consumo responsable de nuestros productos.

Además, de cara a seguir mejorando, en 2021 nos adherimos a un acuerdo público privado de producción limpia sobre Ecoetiquetado (APL), mediante Sofofa, que entrega información a clientes y consumidores sobre cómo reciclar productos. De esta forma, a través de envases y embalajes se promueve el aumento del porcentaje de reciclabilidad de productos que se elaboran, importan y comercializan. Este es un primer ejercicio de materialización de la Ley REP, en el que, a través del etiquetado, se entrega información de reciclabilidad, apelando al cambio cultural de clientes y consumidores.

En 2022 volveremos a trabajar junto a Sofofa en APL II para aumentar la cantidad de productos que tengan el sello de EcoEtiquetado #ElijoReciclar.

Respecto a nuestro etiquetado:

Genérico:

→ Todas las etiquetas deben tener los logos de consumo responsable:



→ El etiquetado debe incluir si el producto es reciclable e incentivar al consumidor a hacerlo:



→ Si los SKU fueron validados con estudio de reciclabilidad y aceptados por el Ministerio de Medio Ambiente, deben llevar el siguiente logo:



→ Ejemplo de lo indicado anteriormente:



Cada etiqueta debe incluir:

→ País de elaboración.

→ País donde es envasado con la dirección de la cervecería [puede ser por ejemplo producida en Brasil y envasado en Chile].

→ Si es un producto de una marca global producida en Chile, debe ir con la licencia indicada en los legales [ejemplo: Corona, Stella y Bud].

→ Ejemplo de Stella Artois:



Marketing y etiquetado

- Se debe indicar el RES. SSMA 10202.
- Se indican los ingredientes que componen la cerveza y se indican los alérgenos como por ejemplo "contiene cebada".
- Se indica el grado alcohólico.
- Se indica el contenido neto ya sea pack primario, secundario o terciario.
- Se indica la fecha de consumo preferente en el envase (la fecha no se indica necesariamente en el legal, pero sí en el envase).
- Se indica el contacto para información del consumidor (teléfono y página web).
- Se indican sugerencias, como por ejemplo: "no exponer al sol", "beber con moderación", "conservar en un lugar limpio, fresco y seco", "proteger de aromas agresivos", "limpiar antes de abrir", "no consumir directamente del envase", etc.
- Se indican las prohibiciones, tales como: "prohibida su venta a menores de 18 años".
- En el envase se deben indicar los ml del líquido que contiene.

En resumen, a través del etiquetado entregamos información sobre nuestros productos, sobre campañas de concientización respecto al consumo responsable, y sobre causas que impulsan nuestras marcas. A su vez, mantenemos un canal de comunicación que nos permite recibir sugerencias, observaciones, reclamos, denuncias o propuestas, de cara a mejorar nuestros productos y a entender las necesidades de nuestros clientes y consumidores.



Abastecimiento responsable y clientes

GRI: 204-1, 307-1, 308-1, 308-2, 414-1

En Cervecería AB InBev nos preocupamos por construir nuestra empresa sobre bases sólidas de prácticas empresariales responsables. Para ello hemos conformado la "Política de Abastecimiento Responsable", con un enfoque basado en el respeto a los derechos humanos y a la comunidad, acogiendo prácticas laborales seguras y saludables y comprometiéndonos una vez más con la sostenibilidad y la integridad. Procuramos no solo promover, sino también compartir estos valores con nuestros proveedores y socios comerciales; y esperamos que ellos mismos nos señalen y ayuden a comprender los desafíos dentro de nuestra propia cadena de suministro para encontrar juntos nuevas soluciones.

Esta política espera que nuestros proveedores y socios comerciales cumplan con los siguientes aspectos:

- Respetar y estar dentro del marco legal del país.
- Respetar los principios de los derechos humanos.
- Prohibir toda forma de discriminación y acoso por género, raza, orientación sexual, identidad o expresión de género, religión, cultura, opinión política, nacionalidad, origen social, discapacidad, embarazo y/o maternidad, pertenencia sindical y cualquier otro motivo arbitrario.
- Ofrecer a sus trabajadores un salario estándar adecuado a la vida, siendo este igual o superior al mínimo legal aplicable.
- Garantizar altos estándares de seguridad y salud para los trabajadores, los equipos y las instalaciones, cumpliendo, como mínimo, con las leyes locales aplicables.

→ Cumplir con los principios definidos en el Código de Marketing y Comunicaciones Responsables en caso de contratar a promotores y embajadores de marca para AB InBev.

→ Cumplir todas las leyes y normativas aplicables relacionadas al medio ambiente, con foco en las áreas de: emisiones, agua, contenido y porcentaje de material reciclado. Deberán informar anualmente sobre estos indicadores clave y presentar certificados de cumplimiento.

→ Garantizar que las adquisiciones de terrenos y aspectos relacionados a recursos naturales se realizan respetando la ley y el derecho de las personas y comunidades que puedan verse afectadas.

→ Adherirse a los más altos estándares de integridad y ética comercial para evitar sobornos, corrupción y conflictos de intereses.

→ Mantener ética digital y confidencialidad respecto al almacenamiento y manejo de datos sensibles.

→ Disponer de un canal de denuncias para trabajadores y agentes externos.

Todos los contratos de suministros de Cervecería AB InBev con un socio comercial o proveedor incluyen el pre requisito de reconocer esta política y un acuerdo para sumarse a los estándares establecidos en ella.

Durante 2021 comenzamos a trabajar sobre un proyecto de evaluación de aspectos ambientales, sociales y de gober-

nanza para nuestros proveedores, desarrollado con el Equipo de *Compliance* de la compañía.

Año tras año buscamos integrar a más PyMEs a nuestra cadena de suministro. Nos enfocamos en la compra a proveedores locales que se comprometan con la gestión de sus impactos económicos, sociales y ambientales y les exigimos que tomen acción sobre las problemáticas que identificamos como prioritarias en nuestra estrategia de sostenibilidad, acompañándolos en la incorporación de cambios que promuevan su desarrollo. Todo esto permitió que, por ejemplo, durante el año 2021 el 85,45% de nuestros pagos tuvieran como destino proveedores de insumos y servicios nacionales. Durante 2022 desarrollaremos una política especial para la contratación de proveedores centrada en evaluar temas de triple impacto, para poder disminuir la posibilidad de que ocurran malas prácticas en sus operaciones.

Entendemos que una buena comunicación y el trabajo en equipo son las claves para garantizar que nuestros productos lleguen a los puntos de expendio de la mejor forma. Año tras año buscamos perfeccionar nuestro desempeño en cuanto a los tiempos y la forma de entrega, desarrollando acuerdos comerciales más beneficiosos e implementando estrategias de marketing efectivas que nunca descuiden la ética de cara al consumidor.



— Impacto Ambiental

Sabemos que nuestro negocio está basado en la naturaleza debido a que realizamos productos elaborados con ingredientes naturales. Es por ello que entendemos la importancia de mantener un ambiente sano que permita no sólo la regeneración de dichos recursos sino que también posibilite el desarrollo de ecosistemas completos de forma sostenible a nivel global.

Impacto Ambiental

Desafío Carbono Neutral 2040

Cervecería AB InBev, como la compañía cervecera más grande del mundo, se compromete a ser carbono neutral para el año 2040 en toda su cadena de valor. Esto representa un gran desafío si consideramos que, según cifras globales propias de la empresa, más del 85 % de su huella de carbono en 2020 fue indirecta, es decir, que provino de colaboradores y proveedores externos que integran la cadena de valor. Es una meta importante que va en línea con la estrategia de sostenibilidad, uno de sus principales pilares a nivel mundial, manteniendo así su continuo interés en trabajar por un futuro mejor para todos. En cuanto a objetivos concretos de cara al 2025, nuestra hoja de ruta de acción climática se compone de la siguiente manera:



Agua

Pese a que la cerveza es una de las bebidas alcohólicas de menor huella hídrica, sigue siendo un desafío para Cervecería AB InBev reducir al máximo el consumo de agua en su producción. Por este motivo, dentro de nuestra estrategia nos hemos propuesto lograr, para 2025, un 46% de reducción en consumo de agua. Esto será un gran desafío para nosotros si consideramos que la huella hídrica media de un litro de cerveza es 298 litros de agua⁽¹⁾.

Durante los años venideros trabajaremos en objetivos concretos de reducción medidos mensualmente hasta llegar a nuestra meta. También, tenemos un objetivo local en compromiso con nuestras comunidades. Queremos dar acceso a agua segura a personas en regiones con alta escasez hídrica. Nos proponemos, para 2025, beneficiar, al menos, a 11 mil personas/3 mil hogares que hoy no tienen acceso a agua segura a nivel país y de esta manera asegurar el 100 de acceso a agua segura a comunidades aledañas a nuestra cervecería. Durante 2021, gracias al programa [Agua Segura](#) y la alianza con [Fondo Innova Agua](#) beneficiamos a más de 4 mil personas. Durante 2022 y los años que siguen robusteceremos estos y otros programas para lograr nuestro objetivo al 2025. Para más información, visita las secciones Agua Segura ([link](#)) y Fondo Inno-

⁽¹⁾ Datos proporcionados por The Water Footprint Network y disponibles en www.waterfootprint.org

va Agua ([link](#)). Para conocer nuestro desempeño 2021 en la gestión del agua, [visita la sección Agua y efluentes](#).



Emisiones

El primer objetivo al que aspirábamos con miras a 2025 fue contar con una fuente de electricidad para producción de cerveza que proviniera 100 % de energía renovable no convencional. Afortunadamente cumplimos ese objetivo en 2019 gracias al acuerdo con Enel *Green Power*, que nos otorgó el Sello Verde.

No satisfechos con eso, nos propusimos para 2025 reducir en un 25 % las emisiones de CO₂ (Kton) directas e indirectas. Para conocer nuestro desempeño 2021 en la gestión de emisiones de gases de efecto invernadero [visita la sección Emisiones](#).



Economía circular

Para 2025 teníamos como objetivo que al menos el 50 % de las latas de aluminio estuvieran compuestas por material reciclado. Esta meta ya se cumplió y actualmente nuestras latas están compuestas de material reciclado en un 78 %. Pero aún tenemos una gran meta respecto al vidrio. Actualmente, nuestras botellas de vidrio están compuestas en un 30 % de material reciclado.

Queremos que, para 2025, ese porcentaje ascienda a 50 % y en latas a un 80%. Cumplir estos objetivos nos impulsa a seguir buscando aliados y socios estratégicos que compartan nuestros deseos de mejorar. Para conocer nuestro desempeño 2021 respecto de la adhesión a Acuerdos de Producción Limpia, [visita la sección Marketing y etiquetado](#).

Para lograr todas estas metas sabemos que la única manera es a través de una activa colaboración con partners estratégicos, donde podamos generar alianzas. En ese sentido, para nosotros es fundamental poder incorporar y desarrollar agricultores chilenos para elaboración de cerveza, así como también, seguir desarrollando nuestra plataforma de innovación colaborativa, [Accelerator 100+](#), para que más start ups puedan brindar soluciones medio ambientales y sociales.

Energía

GRI: 302-1, 302-3

Sello Verde de Enel Green Power

En 2019 se le otorgó a Cervecería AB InBev el Sello Verde de Enel Green Power. Este acredita que una cantidad igual al consumo necesario para fabricar sus cervezas es generada e inyectada al sistema en un 100 % con Energía Renovable No Convencional (ERNC), proveniente de la central solar Diego de Almagro. Si bien en dicho año, se otorgó el sello por los 19 260 MWh que se utilizaron, en 2021 esa cifra disminuyó a 16 800 MWh.

Esta certificación reconoce el esfuerzo de reducir el impacto medioambiental de las operaciones, de favorecer la eficiencia energética en el funcionamiento de las instalaciones y de disminuir la huella de carbono. En otras palabras, con esta certificación reafirmamos el compromiso de la empresa con la eficiencia energética como prioridad y con el cuidado del medio ambiente.

Consumo de energía 2020 y 2021

> Consumo total de energía en la organización

263.394 GJ

195.151 GJ

> Consumo energético dentro de la organización

Combustibles utilizados de fuentes no renovables	2021	2020
Gas natural	191.796 GJ	143.359 GJ



— Energía

Sello Verde de Enel Green Power

> Consumo energético dentro de la organización

Consumo total de energía	2021	2020
Consumo de electricidad	71.598 GJ	51.832 GJ
Consumo de calefacción	NA	NA
Consumo de refrigeración	NA	NA
Consumo de vapor	3.796.108 M³	3.852.129 M³
Otros (especificar)	NA	NA

> Intensidad energética

	2021	2020
Ratio de la intensidad energética	119,55	124,43
Unidad de medida	MJ	MJ
Denominador utilizado para calcular el ratio*	hL	hL
Tipos de energía utilizados en el cálculo de la energía y su intensidad	Energía eléctrica y gas	Energía eléctrica y gas

* El ratio abarca el consumo energético dentro de la organización

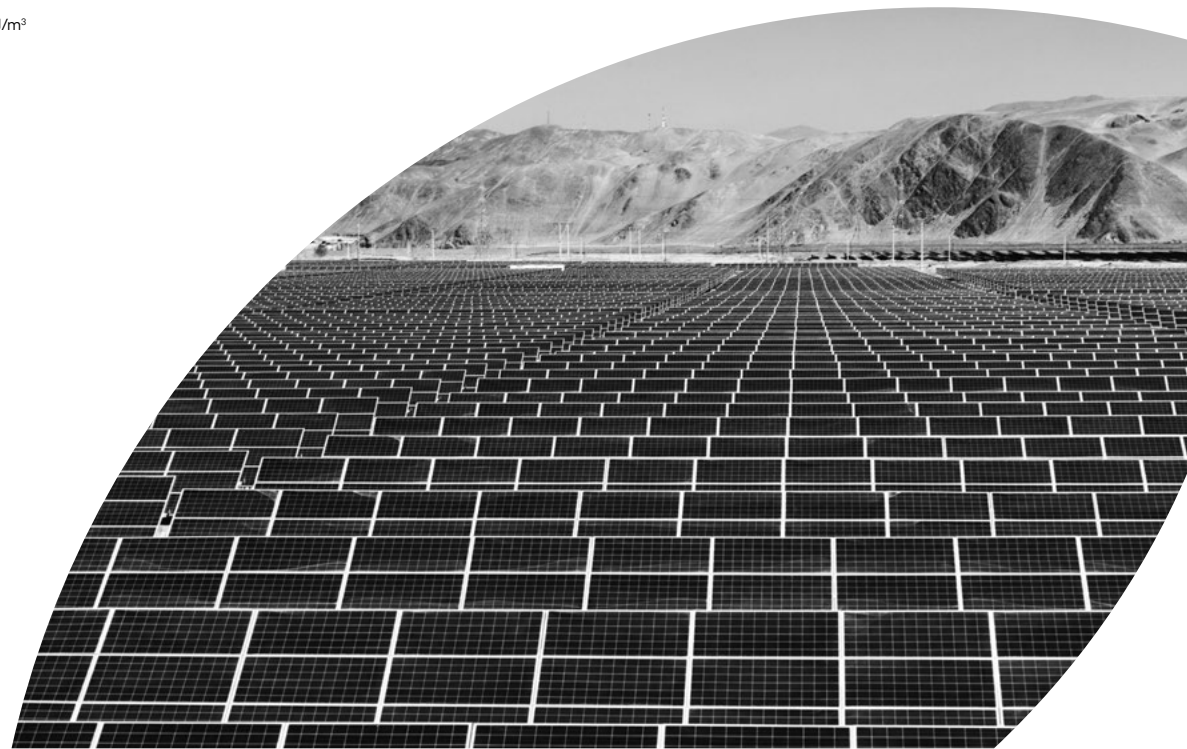
all you need
is ~~love~~ BEER

Consumo de energía 2020 y 2021

> Reducción del consumo energético

	Reducción del consumo energético
Reducción del consumo energético	5 MJ/hL
Tipos de energía utilizados en el cálculo de la energía y su reducción	Energía eléctrica y gas
Línea base del cálculo	124,43 MJ/hL
Año base del cálculo	2020
Iniciativas utilizadas para lograr la reducción	aislación de tuberías, modernización de equipos y automatización de sistemas de etanol y aire
Los estándares, las metodologías, las suposiciones o las herramientas de cálculo utilizados.	Cálculo a través del consumo de planta

Para construir las anteriores tablas se utilizan los caudalímetros de gas y medidores de energía eléctrica de la planta. La fuente de los factores de conversión utilizados son los siguientes: sistema internacional (kWh -> MJ). En el caso del gas se asume un PCI de 34,99 MJ/m³ (valor estándar del proveedor de gas).



Agua y efluentes

El manejo del agua es fundamental para nuestra industria ya que conforma el mayor recurso utilizado. Por este motivo nos preocupamos en hacer un uso responsable del agua que extraemos, en reducir al mínimo su desperdicio y en tratarla de la mejor manera posible para garantizar la seguridad de los productos. Nuestro Equipo de Agua, compuesto por representantes de diversas áreas, realiza la revisión y el seguimiento de acciones de ahorro o recuperación de agua, y otras acciones de GOPs² de agua.

"En la compañía nos gusta decir que la sostenibilidad es nuestro negocio y alineados con ese propósito es que llevamos varios años haciendo grandes esfuerzos para reducir el impacto de nuestra operación en el entorno. Una de nuestras mayores preocupaciones es hacer más eficiente el uso del agua, para lo cual estamos constantemente aplicando innovaciones que nos han llevado a ser pioneros en la industria".

Augusto Chiviló, Director de Supply

Monitoreo del consumo de agua

Anualmente comparamos el consumo de agua de nuestras operaciones con las de todas las demás ubicaciones de la compañía a nivel global mediante una herramienta especializada.

Esto nos permite comparar las operaciones en todo el mundo con el indicador de desempeño más bajo posible y crear puntos de referencia que abran brechas para la mejora continua en el desempeño. A su vez contamos con GOPs³ de agua que permiten generar un plan de acción con los hallazgos y las no conformidades encontradas.

La Superintendencia de Medio Ambiente (SMA) monitorea nuestro consumo de agua mediante un informe mensual con las tendencias de consumo y el estado actual de funcionamiento de los pozos de extracción de agua.

Iniciativas de consumo de agua

Las metas son establecidas a nivel interno y están alineadas con los objetivos de la estrategia de sostenibilidad global de la compañía, considerando mejoras con respecto al año anterior y teniendo en cuenta si es una zona de estrés hídrico o no. [Conoce el detalle de nuestros objetivos en la sección Desafío Carbono Neutral 2040.](#)

Mapa de Agua

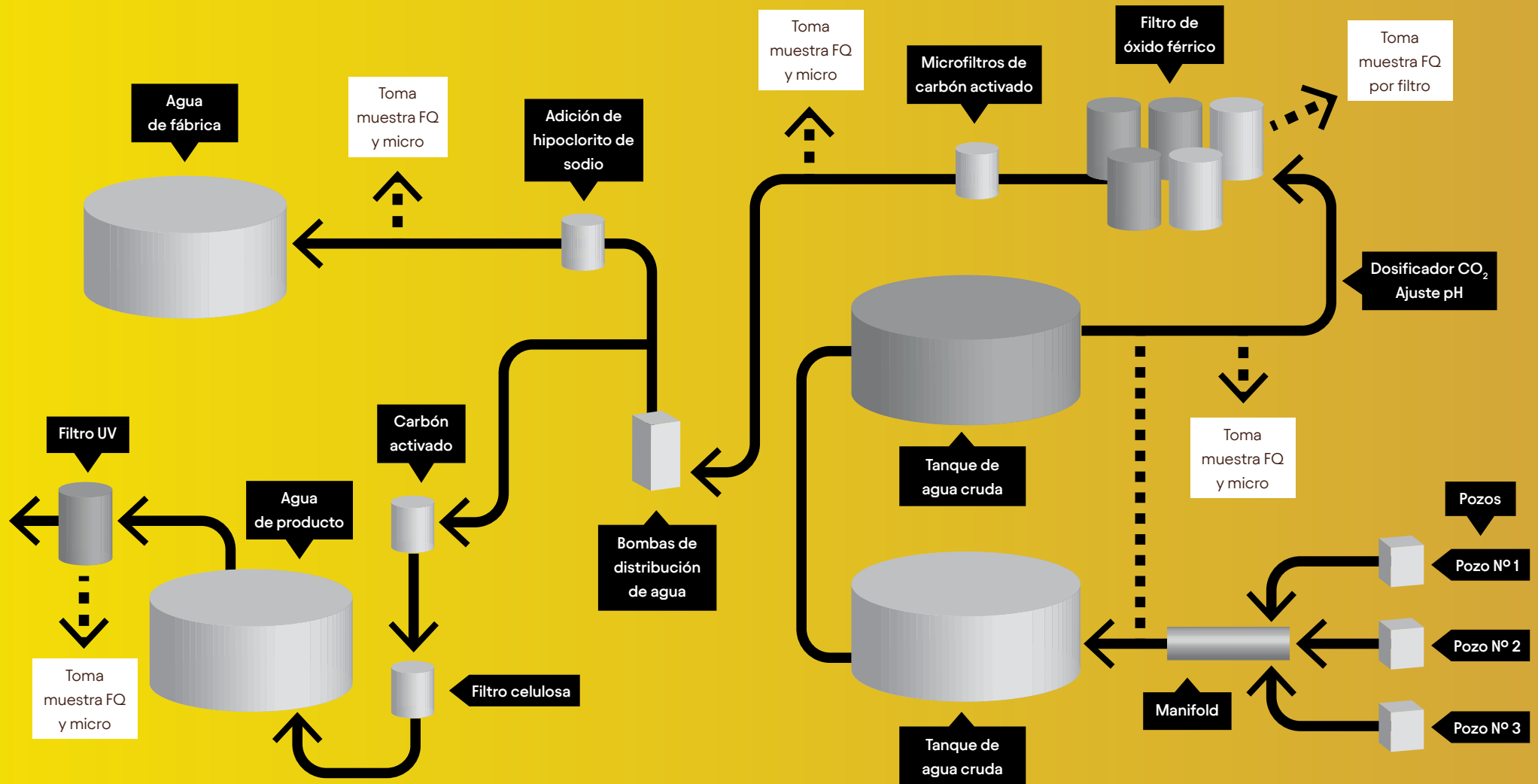
Con esta herramienta creamos un diagrama de flujo de agua, desde la extracción hasta los consumidores finales, incluyendo caudalímetros, y monitoreamos diversos KPI de consumo de agua identificando el consumo por sector.

[2] Good Operational Practices

[3] Buenas Prácticas Operacionales 114



Extracción y uso del agua



Agua y efluentes

Certificación Azul

En 2021 nos adherimos al APL Certificación Azul, que lleva adelante la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, y que fue gestado en el marco del Programa El Agua Nos Une – SuizaAgua de Fundación Chile. El APL busca apoyar el cumplimiento de la Declaración N°24 de la XIV Cumbre de la Alianza del Pacífico organizada en Lima en 2019. Los países miembros de esta alianza asumen el compromiso de fomentar la implementación de normas voluntarias que promuevan el uso sostenible y eficiente del agua por parte del sector empresarial. Este APL es un instrumento voluntario mediante el cual, como empresa adherente, buscamos implementar acciones concretas para la gestión sostenible del recurso hídrico en Chile, a través de su uso eficiente en la producción de cervezas. Además, esto nos permitirá seguir trabajando con nuestras comunidades, incorporando variables ambientales y sociales en nuestra estrategia de desarrollo. Durante 2022 seguiremos avanzando en los niveles que integran la Certificación Azul.

Tratamiento de efluentes

En Cervecería AB InBev contamos con una planta de tratamiento de efluentes con etapas anaeróbicas y aeróbicas que permiten disminuir la carga orgánica, los sólidos y el fósforo, entre otros parámetros. Al finalizar el tratamiento en nuestra planta, el efluente se envía a la sanitaria ESSA para su procesamiento final, hasta cumplir con los siguientes parámetros de calidad:

Parámetro	Requerimiento contrato
DBO5 (mg/L)	600
SST (mg/L)	500
Fósforo (mg/L)	25
Caudal (m³/día)	3.250
CO (kg DBO5/día)	1.400

> Extracción total de agua

	2020	2021	Unidad de medida
Agua superficial	NA	NA	
Agua subterránea	676.950	938.450	hL/año
Agua submarina	NA	NA	
Agua producida	NA	NA	
Agua de terceros	NA	NA	
Otros (especificar)	NA	NA	



— Agua y efluentes

GRI: 303-1, 303-3, 303-5

Certificación Azul

> Extracción total de agua en zonas de estrés hídrico

	2020	2021	Unidad de medida
Agua superficial	NA	NA	
Agua subterránea	676.950	938.450	hL/año
Agua submarina	NA	NA	
Agua producida	NA	NA	
Agua de terceros	NA	NA	
Otros (especificar)	NA	NA	

> Extracción total de agua según fuente

	2020	2021	Unidad de medida
Agua dulce	676.950	938.450	hL/año
Otras aguas (especificar)	NA	NA	

*Extracción de agua de los pozos calculada según caudalímetro



Biodiversidad

En Cervecería AB InBev entendemos la importancia del ecosistema que nos rodea y del que somos parte, por eso, más allá de los compromisos adquiridos por nuestro plan de compensación de emisiones con la ampliación de nuestra cervecería, también nos hemos comprometido voluntariamente con la reforestación.

Instalaciones en zona de humedales

El 1º de julio de 2021 se conformó el Humedal Urbano de Quilicura mediante la promulgación de la Ley N° 21202 que modifica diversos cuerpos legales con el objetivo de proteger los humedales urbanos. El canal que atraviesa el sector norte de la compañía alimenta el humedal que se encuentra en el sector O'Higgins.

Reforestación

Con el objetivo de compensar las emisiones de PM10 generadas en el marco del proyecto de optimización y ampliación de instalación de nuestra cervecería durante 2021, realizamos una actividad de reforestación interna y externa junto a la Universidad de Chile, a través de la Facultad de Ciencias Agronómicas.

La reforestación externa se está realizando en terrenos del Santuario de la Naturaleza Quebrada de La Plata, donde desde abril de 2022 se plantarán, en 60 hectáreas, 3.500 plantas.

Asimismo, dentro de nuestras instalaciones, esta actividad incluyó la incorporación de 655 ejemplares de especies nativas, tales como el peumo (285 ejemplares) y el quillay (370 ejemplares) para las áreas verdes en el interior de Cervecería Chile S.A., con un sistema eficiente de riego (sistema por goteo o aspersión). Este proceso se realizó en dos etapas: la primera fue realizada en 2020 y la segunda, en 2021. Esta reforestación interna se enmarca en nuestros compromisos ambientales voluntarios no exigidos por la legislación vigente.



Emisiones

GRI: 305-1, 305-7

La correcta gestión y disminución de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero es uno de los objetivos más importantes que poseemos como organización. Desde 2017 apuntamos a una meta corporativa a nivel global de reducción porcentual de emisiones dentro del componente de acción climática en la agenda medioambiental a 2025. [Conoce el detalle de nuestros objetivos en la sección Desafío Carbono Neutral 2040.](#)

Flota de camiones a gas natural licuado

En 2021 implementamos una flota de camiones a gas natural licuado, convirtiéndonos en la primera empresa del país y de Sudamérica en establecer una red logística de grandes proporciones para este tipo de combustible. Alrededor del 30 % de la flota fue reemplazada con el nuevo sistema, esto nos permitió disminuir en un 18 % las emisiones de CO2 anuales y bajar en un 90 % las emisiones de material particulado, lo que equivale a retirar 251 autos de circulación o plantar más de 1.614 árboles.

La iniciativa fue posible gracias a tres alianzas de trabajo con distintas empresas:

- IVECO: empresa que fabrica los vehículos europeos 100 % a gas natural licuado.
- Lipigas: construyó en Linares la primera estación de servicio privada para el suministro continuo de gas licuado.
- Transportes San Gabriel: empresa con sede en Linares que opera los camiones que utilizan este tipo de combustible.

Plan de compensación de emisiones

Sustitución de calefacción a leña residencial por alternativas de calefacción eléctrica, gestión que fue liderada por la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y, en particular, por su centro de Ambiente y Energía.

Gracias a esta iniciativa, se compensaron 38,84 t/año de NOx, lo que son 221 hogares de Lampa y Colina.

> Emisión de gases de efecto invernadero

Detalle emisiones alcance 1	2020	2021
Total GEI en ton CO2 eq.	75.044	125.205
Los gases incluidos en el cálculo: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3 o todos.	CO, SO2, NOX	CO, SO2, NOX
Emisiones biogénicas de CO2 en toneladas métricas de CO2 equivalente.	0	0
Año base para cálculo	2017	2017
Emisiones en el año base	66.547	66.547
Contexto de cualquier cambio significativo en las emisiones que haya dado lugar a nuevos cálculos de las emisiones en el año base.	En el 2020 se pone en marcha la planta de efluentes	En el 2021 se pone en marcha un grupo electrógeno
Fuente de factores de emisión	3	4
Enfoque de consolidación para las emisiones: participación accionaria, control financiero o control operacional	Control Operativo	Control Operativo
Estándares, las metodologías, las suposiciones y/o las herramientas de cálculo utilizados	Norma ISO/IEC 17025, Biogas flare e 04 02 2009	Norma ISO/IEC 17025, Biogas flare e 04 02 2009

“Como compañía tenemos la ambiciosa meta de alcanzar la carbono neutralidad en toda nuestra cadena hacia 2040, lo que significa reducir las emisiones de todos quienes son parte de nuestro proceso productivo y logístico. Ese camino ya lo iniciamos y en 2021 sumamos reemplazamos el 30% de nuestra flota a gas natural licuado (GNL), convirtiéndonos así en la primera empresa de Sudamérica en establecer una red logística de proporciones para este tipo de combustible”.

Bruno Melaré, Director de Logística

Emisiones

> Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire

	Cantidad	Unidad de medida	Fuente relativa a los factores de emisión utilizados
NOX	0,177875827	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
SOX	0,036144148	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
Contaminantes orgánicos persistentes (COP)	0,021809703	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	0	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
Contaminantes del aire peligrosos (HAP)	0	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
Partículas (PM)	0,333149298	ton/año	Caldera 3, Caldera 4 y Antorcha en planta de efluentes
Otras categorías de emisiones al aire identificadas en regulaciones relevantes	Declaración de emisiones D.S. N°138/2005	ton/año	Caldera 3, Caldera 4

Estándares, las metodologías, las suposiciones o las herramientas de cálculo utilizados: Norma ISO/IEC 17025, Biogás flare e 04-02-2009



Residuos

GRI: 306-2

Desde hace varios años llevamos adelante iniciativas vinculadas a promover la reciclabilidad de los residuos y subproductos que se generan durante el proceso de elaboración de cervezas. Nuestra operación se encarga de reciclarlos con objetivos y metas concretas, conócelas en detalle en la sección [Desafío Carbono Neutral 2040](#).

> Residuos generados

Composición de residuos	Peso	Unidad de medida
Líquido no conforme	115.920	kg
Residuos especiales / peligrosos	36.065	kg
Residuos generales	491.160	kg

> Residuos no destinados a eliminación

Composición de residuos	Peso	Unidad de medida
Bagazo	26.767.812	kg
Cajones molidos	40.819	kg
Cartón	232.870	kg
Chatarra	4.960	kg
Latas de aluminio	85.014	kg

> Residuos no destinados a eliminación

Composición de residuos	Peso	Unidad de medida
Bagazo	26.767.812	kg
Levadura húmeda	7.971.180	kg
Líquido no conforme	1.213.900	kg
Lodo aeróbico de BTS	527.370	kg
Paletas descartables	524.441	kg
Maltería: polvo	128.270	kg
Papel	23	kg
Plástico: bidones	1.160	kg
Plástico: film - termocontraíble	70.490	kg
Plástico: zunchos	3.630	kg
Vidrio	777.006	777.006

Residuos

> Residuos según reutilización, reciclado u otras formas de valorización 2021

Reutilizados			
Tipo de residuo	Peso	Unidad de medida	Fuera de la instalación
Bagazo	26.767.812	kg	Agrícola Lonquen - Agrícola Don Alejo
Paletas descartables	524.441	kg	Reciclajes Industriales
Maltería: polvo	128.270	kg	Agrícola Don Alejo

Reciclado			
Tipo de residuo	Peso	Unidad de medida	Fuera de la instalación
Cajones molidos	40.819	kg	Greenplast
Cartón	232.870	kg	Río Aconcagua
Chatarra	4.960	kg	Ecotran
Latas de aluminio	85.014	kg	Metales y Aluminios
Papel	23	kg	Fundacion San José
Plástico: bidones	1.160	kg	Greendot
Plástico: film - termocontraible	70.490	kg	Mamut
Plástico: zunchos	3.630	kg	Greendot
Vidrio	777.006	kg	Cristalerías Chile

Otras operaciones de valorización			
Tipo de residuo	Peso	Unidad de medida	Fuera de la instalación
Levadura húmeda	7.971.180	kg	Reciclajes Industriales
Líquido no conforme	1.213.900	kg	Reciclajes Industriales
Lodo aeróbico de BTS	527.370	kg	Reciclajes Industriales



Residuos

> Residuos según reutilización, reciclado u otras formas de valorización 2021

Composición de residuos	Peso	Unidad de medida
Aceite usado	1.760	kg
Envases vacíos ácido fosfórico	10.945	kg
Envases vacíos adhesivo	1.760	kg
Envases vacíos solución ácida	1.440	kg
Envases vacíos solución alcalina	16.480	kg
IBS cloruro férrico	160	kg
Envases llenos con pintura	160	kg
Envases llenos de sol. alcalina	2.080	kg
Envases llenos sol. ácida	480	kg
Huaipe contaminado	320	kg
Reactivos de laboratorio	480	kg



— Materiales

GRI: 301-1, 301-2, 301-3

> Peso o el volumen total de los materiales usados para producir y envasar los principales productos 2021

	Peso o volumen			Peso o volumen	
Materiales renovables	Cantidad	Unidad de medida	Materiales no renovables	Cantidad	Unidad de medida
Vidrio	94.573	ton	Latón	142.893	ton
Aluminio	10.647	ton	Plástico	330	ton

> Insumos reciclados utilizados 2021

Materiales reciclados	Cantidad	Unidad de medida
Vidrio	37.706	ton
Aluminio	429.572	ton





ce más de 800 años en la abadía del antiguo
léem en Bélgica, cuando un grupo de monjes que
e enfermedades y epidemias mortales por beber
e las cervezas mas emblemáticas de nuestra



1366

1445

Índice de contenidos GRI

GRI: 102-55

Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
102-1	Nombre de la organización	Nuestra empresa	6
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Marcas	9
102-3	Ubicación de la sede	Nuestra empresa	6
102-4	Ubicación de las operaciones	Nuestra empresa	6
102-5	Propiedad y forma jurídica	Nuestra empresa	6
102-6	Mercados servidos	Nuestra empresa	6
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Empleo	30
102-9	Cadena de suministro	Cadena de valor	14
102-12	Iniciativas externas	Nuestra empresa	6
102-13	Afiliación a asociaciones	Nuestra empresa	13
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del CEO	4
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestros 10 principios	13
102-48	Reexpresión de la información	Acerca de este reporte	3
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No aplica por ser el primer reporte	N/A



Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
102-50	Periodo objeto del informe	1 de enero de 2020 - 31 de diciembre de 2021	3
102-51	Fecha del último informe	No aplica por ser el primer reporte	NA
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Acerca de este reporte	3
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Acerca de este reporte	3
102-55	Índice de contenidos GRI	Índice de contenidos GRI	71
102-56	Verificación externa	Acerca de este reporte	3
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Abastecimiento responsable y clientes	54
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Anticorrupción	26
205-2	"Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción"	Anticorrupción	26
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Anticorrupción	26
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Libre competencia	28



Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Materiales	70
301-2	Insumos reciclados	Materiales	70
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Materiales	70
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Energía	57
302-3	Intensidad energética	Energía	57
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Agua y efluentes	63
303-3	Extracción de agua	Agua y efluentes	63
303-5	Consumo de agua	Agua y efluentes	63
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Emisiones	65
305-7	"Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire"	Emisiones	65
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Residuos	67



Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Durante 2020 y 2021 no registramos incumplimientos	-
308-1	"Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales"	Abastecimiento responsable y clientes	54
308-2	"Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas"	Abastecimiento responsable y clientes	54
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Empleo	30
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Empleo	30
401-3	Permiso parental	Empleo	30
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador- empresa de salud y seguridad	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	36



Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo	36
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo	36
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Formación y enseñanza	38
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Formación y enseñanza	38
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Formación y enseñanza	38
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Empleo	30



Índice de contenidos GRI

Número	Título	Sección	Página
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Empleo	30
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No discriminación	44
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Comités de desarrollo, Comunidades locales	45
414-1	"Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales"	Abastecimiento responsable y clientes	54
417-1	"Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios"	Marketing y etiquetado	52
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	"Durante 2021 registramos un incumplimiento ante el Ministerio de Salud, Sumario número EXP211332596/2021, por infracción al Código Sanitario. Recibimos una multa de 120 UTM, a 2022 el caso se encuentra cerrado." "	-



