



2022 Reporte de Sostenibilidad



Índice

Nuestro compromiso por un futuro con más motivos para brindar 3

Acerca de este reporte 6

Definición del contenido 7

Análisis de materialidad 8

Grupos de interés 9

Matriz de materialidad 10

Lista de temas materiales prioritarios 11

Nuestra empresa 12

Nuestra zona SAZ 14

Marcas 15

Principales clientes 16

Nuestra historia 17

Nuestros 10 Principios 19

Cadena de valor 20

Premios y reconocimientos 2022 22

Organigrama 23

Sostenibilidad 24

Estrategia de sostenibilidad 2025 25

100+ Labs 27

Partners y asociaciones 28

Gobernanza 29

Derechos humanos 30

Ética y transparencia 31

Impacto Social 34

Cultura de la compañía 35

Diversidad, equidad de género e inclusión 38

Salud, seguridad y bienestar 43

Calidad del producto, ingredientes y transparencia 49

Consumo responsable y moderación 51

Satisfacción y experiencia del usuario y el cliente 53

Relación con la comunidad 56



Impacto Ambiental 58

Gestión de residuos y economía circular 59

Residuos 60

Agua 64

Energía 67

Emisiones de carbono y acción climática 68

Agricultura Sostenible 73

Índice Contenidos GRI 74



Este es un Reporte interactivo, cuando aparezca este icono puedes hacer click para mayor información.

**Nuestro compromiso
por un futuro con
más motivos para
brindar**





Cumplir con el propósito de nuestra empresa significa volver a imaginar el futuro juntos

En Cervecería AB InBev, nuestra tradición cervecera tiene una trayectoria de más de 30 años en Chile. Esta rica historia nos proporciona una perspectiva valiosa y una visión tanto presente como futura, lo que nos permite asumir un papel de liderazgo en el desarrollo de negocios sostenibles. En 2022, en un contexto de desafíos globales convergentes, desde el cambio climático hasta las presiones económicas, continuamos priorizando la colaboración y la innovación para promover el desarrollo hacia un futuro con más motivos para brindar. Ya sean nuestros esfuerzos de probar y escalar soluciones innovadoras a través de nuestra aceleradora corporativa 100+Labs, el desarrollo de nuestro programa Agua Segura para proveer de agua potable a comunidades de alta escasez hídrica o la Feria de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad que realizamos, exitosamente, mediante un esfuerzo público-privado, porque creemos en el poder de las alianzas y la innovación.



Inspirados en nuestro propósito diseñamos nuestra estrategia ambiental, social y de gobierno corporativo (ESG) junto a nuestra visión comercial

Seguimos comprometidos con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ONU), invirtiendo en nuestras prioridades estratégicas de ESG: consumo responsable; acción climática; administración del agua; agricultura sostenible; economía circular; emprendimiento; diversidad, equidad e inclusión; y ética y transparencia. Nuestros esfuerzos nos han posicionado como una de las 100 compañías más sostenibles de Chile, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR), así como también, hemos sido reconocidos con el Premio Oro en categoría Grandes Empresas en Equidad de Género y Empoderamiento de la Mujer entregado por WEP's ONU Mujeres y como uno de los mejores lugares para trabajar en Chile para el talento LGBTI+ otorgado por *Human Rights Campaign* y [Fundación Iguales](#).



La cerveza es inclusiva, natural y local

Nuestra cadena de valor está profundamente arraigada en las comunidades locales y los ecosistemas naturales

→ Inclusiva

Nos esforzamos por mejorar la vida de las personas, nuestros clientes y proveedores. Así, impulsamos el programa Mujeres Botilleras, iniciativa en la que entregamos herramientas y capacitación a mujeres dueñas de sus propias botillerías para la administración de sus negocios, y también hicimos el primer Encuentro de Desarrollo Económico Local con el objetivo de promover el relacionamiento entre emprendedores y grandes empresas. Además, la inclusión se extiende a nuestras ofertas de productos para una base de consumidores más diversa con una cartera de cervezas sin alcohol.



→ Natural

Con productos elaborados con ingredientes simples, somos una empresa basada en la naturaleza. Así, por ejemplo, nuestra cerveza Corona es elaborada con ingredientes 100 % de origen natural: agua, cebada, lúpulo y maíz, y se convirtió en la primera marca de cerveza en tener huella cero de plástico. De esta manera, seguimos invirtiendo en soluciones basadas en lo natural para abordar desafíos como el estrés hídrico, el cambio climático y la pérdida de biodiversidad. Más allá de nuestros ingredientes, nuestros procesos también se encuentran impulsados por la naturaleza. Estamos orgullosos de elaborar nuestras cervezas con energía eléctrica 100 % renovable y de tener el 30 % de nuestra flota de larga distancia abastecida a Gas Natural Licuado.

→ Local

Invertimos en nuestro negocio y, por lo tanto, contribuimos al desarrollo social y económico de las comunidades locales. La cerveza también es un motor para promover normas sociales centradas en la responsabilidad y la moderación. Por esta razón, promovemos el consumo responsable mediante de campañas de concientización como Road Safety, donde intervenimos puntos con alta siniestralidad vial en la comuna de Quilicura, con el objetivo de mejorar sus indicadores.

En el centro de nuestros esfuerzos se encuentra un firme compromiso con nuestra gente

Estamos agradecidos por nuestros colaboradores, quienes demostraron constantemente pasión, innovación, resiliencia y compromiso con la seguridad en 2022. Nos sentimos honrados de ver que nuestro índice anual de *engagement* aumentó para alcanzar el puntaje más alto del último tiempo (86 %), en un año desafiante. Además, en reconocimiento a nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI), nos sentimos honrados de que el 43 % de las mujeres dentro de la compañía se encuentren en cargos directivos.

Un futuro con más motivos para brindar prosperidad compartida para nuestras comunidades, para el planeta y nuestros colaboradores

Estamos orgullosos de liderar el camino hacia un futuro sostenible y de ser hoy una empresa vanguardista que trabaja incorporando la escucha activa, la colaboración y la visión a largo plazo dentro de su cultura. Esperamos que nuestro propósito sea evidente a lo largo de este reporte y estamos emocionados de compartir con ustedes nuestras aspiraciones y avances relacionados con nuestras prioridades ESG. Como siempre, agradecemos sus comentarios y colaboración. Únanse a nosotros mientras soñamos en grande para crear un futuro con más motivos para brindar.



Acerca de este

Reporte

El presente documento contiene el Reporte de Sostenibilidad de Cervecería AB InBev, denominada legalmente como Cervecería Chile S. A., con información sobre la gestión de cada uno de los temas materiales obtenidos del proceso de análisis de materialidad. El periodo objeto de este reporte se extiende desde el 1.º de enero hasta el 31 de diciembre de 2022. La recopilación de información y la elaboración del archivo se hicieron bajo la modalidad de referencia del estándar GRI (*Global Reporting Initiative*). Este documento ha sido revisado y aprobado por el comité de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad.

Para consultas sobre el reporte, puedes escribirnos a:

Mail: cerveceria@ab-inbev.com

Teléfono: 22 730 4300

Web: www.abinbev.cl

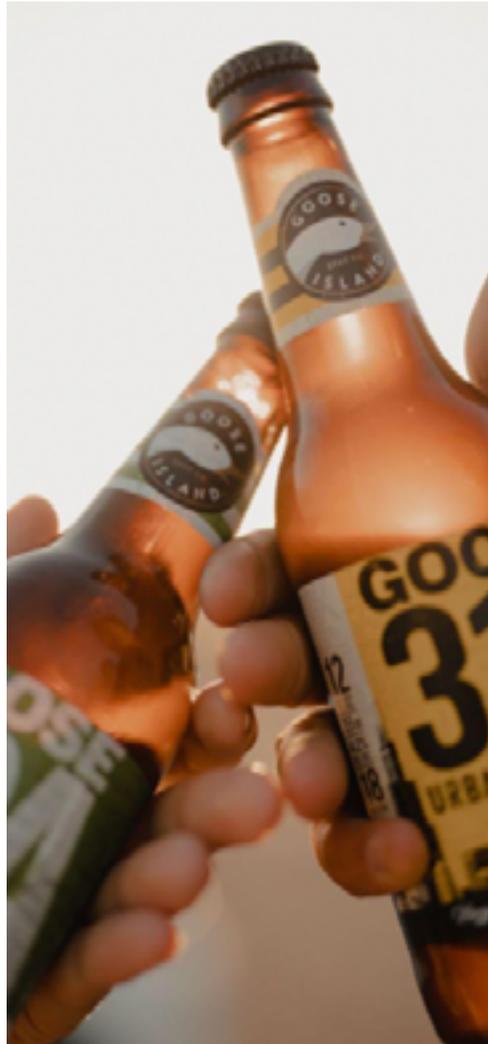
Cervecería Chile S. A.

Eduardo Frei Montalva #9600, Quilicura.

Definición del contenido

Para definir el contenido de este reporte, se consideraron los resultados del análisis de materialidad e información que la empresa desea reportar de manera voluntaria. Entendemos que todos los temas abordados en esta versión son los más relevantes para nuestros grupos de interés y son suficientes para reflejar el impacto económico, ambiental y social de nuestras operaciones durante 2022.

Comprendemos que siempre quedará espacio para mejorar nuestro desempeño en cada una de las dimensiones de la sostenibilidad, y seguir en el tiempo reduciendo los impactos negativos y potenciando los positivos.



Análisis de materialidad

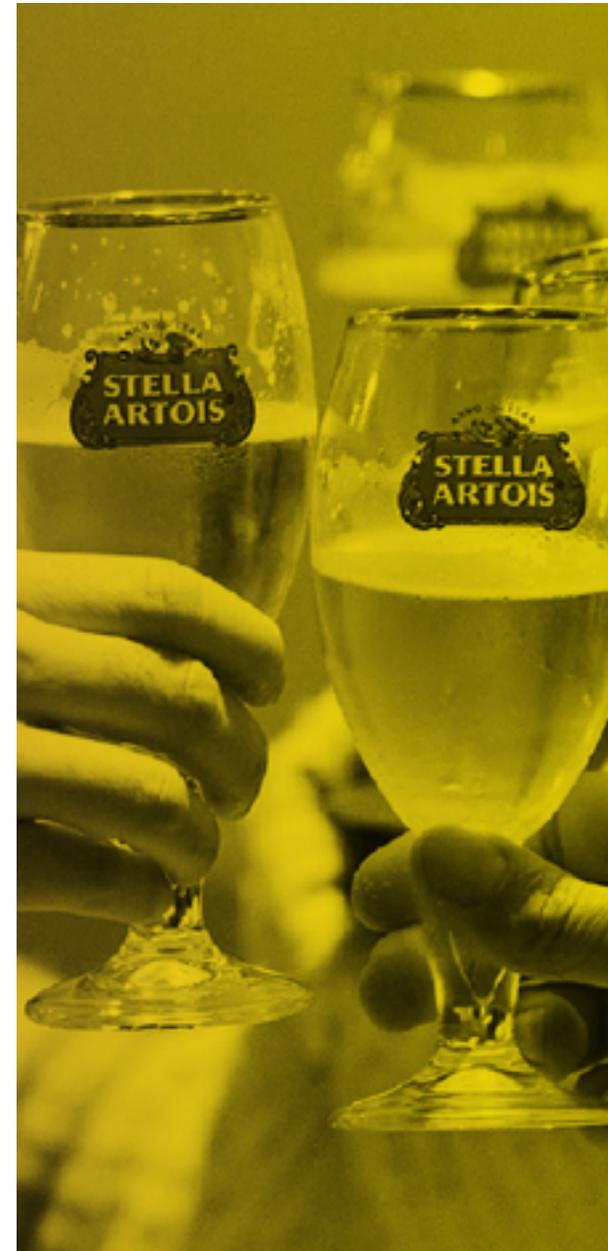
A través de la consulta con los grupos de interés, el análisis de materialidad permite identificar los temas más relevantes e importantes para dichos grupos y, por lo tanto, para la empresa.

El grado de importancia que le asignan las personas a cada uno de los temas puede tener diferentes orígenes: verse impactados directamente por alguno de esos temas, interesarse en nuestra gestión y desempeño dado el contexto nacional-global o razones relacionadas con la inversión, fiscalización o medioambiente, entre muchas otras.

El ejercicio de este análisis nos permite, por un lado, reconocer el derecho a participación de las personas y organizaciones, considerando su perspectiva a la hora de tomar decisiones; y por el otro, visibilizar áreas en donde quizás desconozcamos el nivel de impacto de nuestras operaciones.

El presente análisis de materialidad estuvo compuesto de cinco etapas:

- Generar una extensa lista de temas preliminares, considerando fuentes como SASB, empresas referentes de la industria y la materialidad de Ambev.
- Determinar la lista con la que se consultará a los grupos de interés, cruzando los temas de las tres fuentes mencionadas.
- Establecer los grupos de interés y recopilar los datos de contacto de cada una de las personas que los componen.
- Enviar la encuesta a través de la plataforma Tero para rescatar la opinión y valoración de los temas.
- Analizar los datos obtenidos y generar la matriz de materialidad para visualizar los temas materiales prioritarios para nuestros grupos de interés.



Grupos de interés

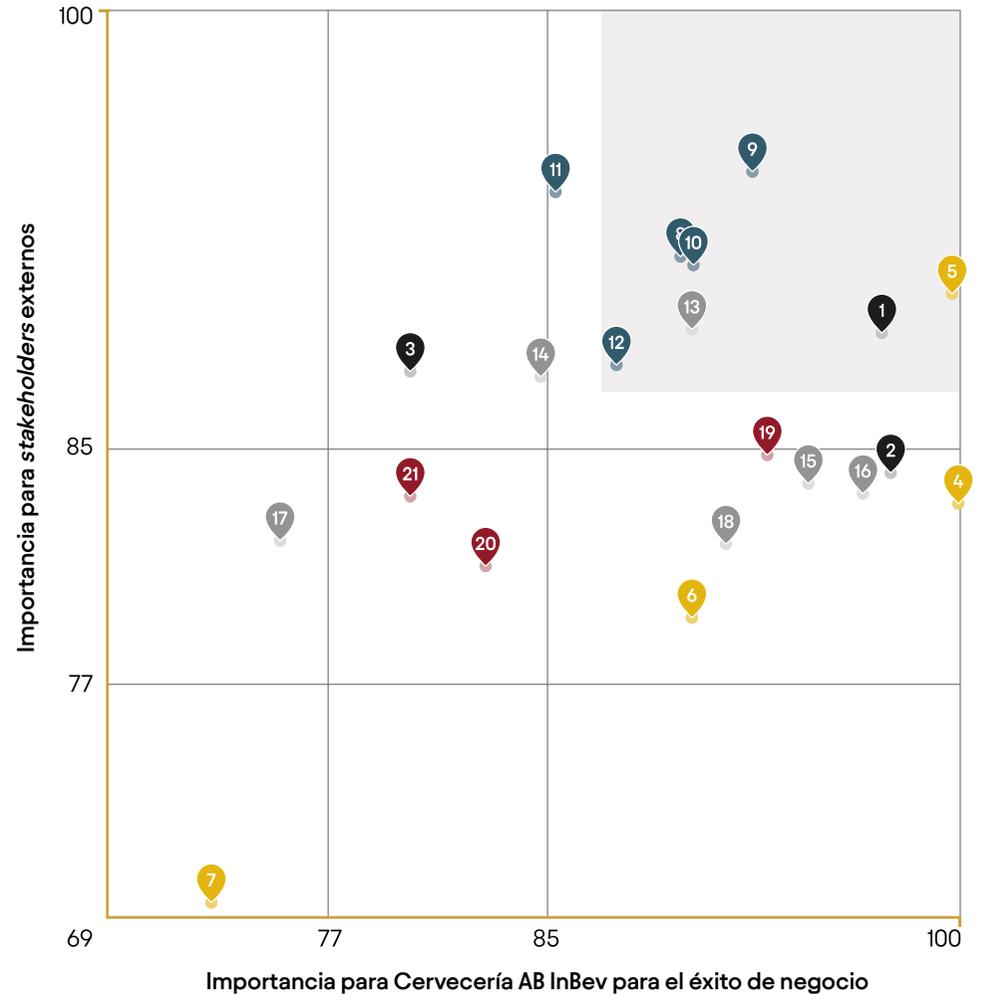
Consideramos como grupo de interés a todas las personas y organizaciones que se relacionan con la empresa en cualquiera de las etapas de nuestras operaciones, ya sea de manera interna o externa.

- Gerencia Chile
- Gerencia BU Andina
- Matriz Regional Brasil
- Trabajadores
- Proveedores
- Comunidad
- Consumidores finales
- Accionistas
- Fiscalizador
- Competencia
- Prensa
- Academia



Matriz de materialidad

Tras analizar las respuestas obtenidas, conformamos una matriz de materialidad donde se refleja la posición de los veintiún temas consultados. En la matriz realizamos un corte en el 87 %, y determinamos como “materiales” los temas que obtuvieron mayor puntuación.



Lista de temas materiales prioritarios

13 → **Derechos humanos:** política de derechos humanos, prohibición del trabajo infantil o forzoso, promoción de las buenas prácticas laborales en la cadena de valor, no discriminación.

5 → **Ética y transparencia:** ética en los negocios, anticorrupción, libre competencia, privacidad de la información, transparencia.

9 → **Agua:** gestión eficiente del recurso hídrico, reducción del consumo, garantía de la calidad, y relación con las comunidades en torno al agua.

8 → **Energía:** gestión eficiente y reducción del consumo de energía en todas sus formas. Uso de energía limpia y renovable.

10 → **Emisiones de carbono y acción climática:** gestión y reducción de la huella de carbono y de los principales impactos ambientales, tanto propios como de la cadena de proveedores. Resguardo de la calidad del aire.

1 → **Calidad del producto, ingredientes y transparencia:** calidad del producto, descripción del producto, ingredientes, etiquetado.

12 → **Agricultura sostenible:** desarrollo de pequeños agricultores y promoción de las buenas prácticas sociales y ambientales en proveedores agrícolas.

Temas materiales reportados de forma voluntaria

19 → **Innovación:** investigación y desarrollo [i+d], innovación, conexión con la academia, transformación digital.

4 → **Cultura de la compañía:** propósito, principios y valores de la compañía, y la integración de estos por parte de los colaboradores.

18 → **Diversidad, equidad de género e inclusión:** respeto a todas las diversidades, trabajo por la equidad de género, inclusión de personas en situación de discapacidad, cierre de brechas y empoderamiento para segmentos vulnerables.

14 → **Salud, seguridad y bienestar:** prácticas de seguridad en el trabajo, prevención de riesgos y accidentes, capacitación y formación al respecto.

6 → **Consumo responsable:** promover el consumo responsable, la moderación en el consumo de alcohol y la educación y acción al respecto. Promover una comunicación responsable desde nuestras marcas.

2 → **Satisfacción de clientes / consumidores:** experiencia de clientes y consumidores con respecto a la disponibilidad de producto, la pre-venta, venta y post venta.

11 → **Gestión de residuos y economía circular:** reducción de residuos generados, ecodiseño, uso de materiales con menor impacto, reciclaje, gestión responsable de los envases y el embalaje [packaging].

Nuestra empresa

Budweiser

”

Estamos orgullosos de liderar el camino hacia un futuro sostenible y de ser hoy una empresa vanguardista que trabaja incorporando la escucha activa, la colaboración y la visión a largo plazo dentro de su cultura.

”

Nuestra empresa

Cervecería AB InBev es una subsidiaria de la multinacional AB InBev, dedicada a la elaboración, importación, distribución, comercialización y venta de diferentes marcas de cerveza. Con presencia en todo el territorio nacional, actualmente contamos con nuestro centro corporativo, una planta de producción y trece bodegas externas. Pertencemos a la zona SAZ (South American Zone) compuesta por Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Bolivia y Paraguay. Dicha zona se subdivide en tres unidades de negocios (*Business Units*): BU Brasil, BU Andina y BU Río de la Plata.



Nuestra zona SAZ



> 38.000
personas



Somos
6 países



Líderes en
5 de los 6 mercados

Marcas



Principales canales y clientes

Entre nuestros principales clientes se encuentran:



Cadenas de supermercados
nacionales y regionales



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



Canal tradicional
(botillerías)



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 emblema 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

Corona

En la Cervecería Modelo en México, nace otra cerveza insignia de AB InBev, 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 AB InBev, 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.

2022 | CHILE



Realizamos la primera Feria de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad, junto a la Ilustre Municipalidad de Providencia, donde participaron 23 grandes empresas, ofreciendo +1.200 ofertas laborales, y asistieron +1.500 personas.

Nuestros 10 Principios

- 1. Soñamos en grande.** Soñar en grande es nuestra esencia y es como creamos un futuro con más motivos para brindar para nuestros consumidores, clientes, comunidad y ecosistema. Es como nos inspiramos, desafiamos y energizamos.
- 2. Somos dueños y dueñas que pensamos a largo plazo.** Dueños y dueñas lideran con el ejemplo y se comprometen personalmente con nuestro negocio, siempre con una mirada a largo plazo.
- 3. Nos inspiran grandes personas y construimos equipos diversos a través de la inclusión y la colaboración.** Nuestra gente es nuestra fortaleza. Atraemos y desarrollamos talentos diversos que nos ayuden, como compañía, a ser nuestra mejor versión. Construimos un ambiente inclusivo y colaborativo para crecer juntos.
- 4. Lideramos el cambio e innovamos para nuestros consumidores.** Nuestros consumidores están en el centro de todo lo que hacemos. Buscamos estar siempre cerca para entender quiénes son y qué quieren. Nos mantenemos curiosos y nunca paramos de aprender. De esta forma innovamos y lideramos los cambios para construir mejores marcas, productos y servicios para todos y cada uno.
- 5. Crecemos cuando nuestros clientes crecen.** Trabajamos y crecemos junto con nuestros clientes. Escuchamos activamente sus necesidades, buscamos resolver sus desafíos y encontramos la mejor manera de fortalecer nuestras alianzas.
- 6. Prosperamos cuando nuestro ecosistema prospera.** Asumimos la responsabilidad de ser un socio global para las comunidades de todo el mundo y fomentamos la prosperidad de todo el ecosistema.
- 7. Creemos en la simplicidad y soluciones escalables.** Sabemos que la simplicidad es el mejor camino, nos brinda foco, claridad y excelencia en lo que hacemos. Acelera nuestra agilidad y fortalece la ejecución. Escalamos soluciones que generen valor para nuestros clientes y el ecosistema.
- 8. Cuidamos nuestros costos con disciplina y tomamos decisiones que impulsan el crecimiento.** Entregamos más con menos, porque cada peso importa. Utilizamos nuestros recursos para generar crecimiento.
- 9. Creamos y compartimos valor.** Siempre nos preguntamos si lo que hacemos importa y crea valor porque es fundamental para llevar a nuestra compañía al futuro, generando crecimiento, atrayendo y reteniendo talentos y recompensando a los inversores.
- 10. Nunca tomamos atajos.** No tomamos atajos para construir una compañía que nos genere orgullo. La integridad y transparencia guían todo lo que hacemos.

Cadena de valor

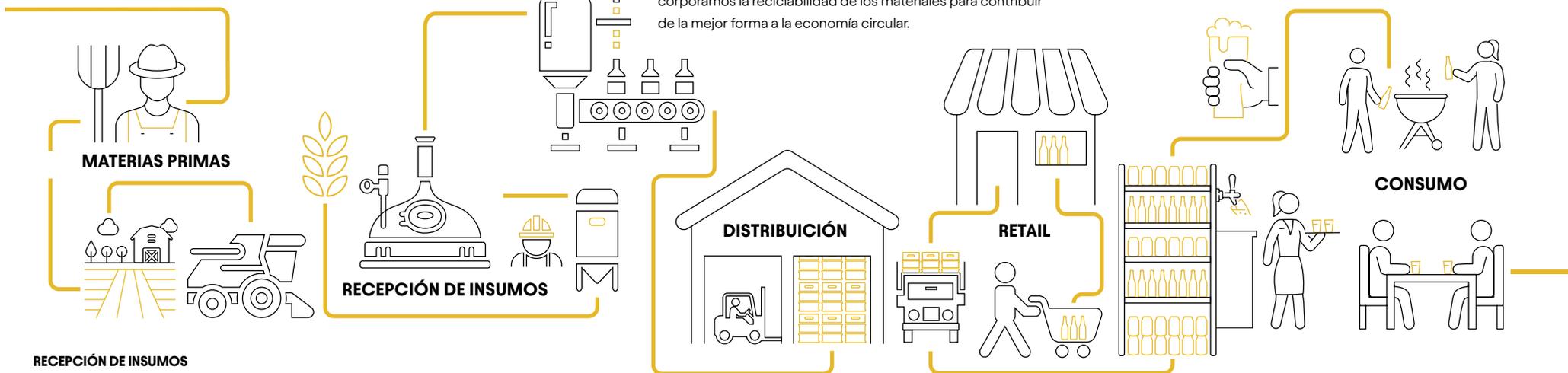
La cerveza es un producto que proviene de la agricultura y, por eso mismo, tiene un delicado proceso de elaboración. Cada parte de nuestra cadena de valor cumple un rol fundamental. Trabajamos para que cada paso del proceso productivo, desde la manipulación de nuestras materias primas hasta la distribución de nuestros productos, sea óptimo, eficiente, y llegue a la mayor cantidad de clientes y consumidores. Además, día a día buscamos nuevos mecanismos para hacernos cargo de nuestros residuos y de cada producto que entra al mercado.

MATERIAS PRIMAS

Los productores de las materias primas que utilizamos son una parte fundamental de nuestra operación. Por este motivo, nos encargamos de desarrollar relaciones cercanas y duraderas con cada uno de ellos, lo cual a su vez, nos permite 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, contemplando las características de cada producto. Incorporamos la reciclabilidad de los materiales para contribuir de la mejor forma a la economía circular.



RECEPCIÓN DE INSUMOS

Día tras día, la materia prima (levadura, granos de cebada y lúpulos, entre otros) llega a nuestra planta de la mano de proveedores, tanto nacionales como internacionales. Estos insumos son el alma de nuestros productos, por eso procuramos garantizar la calidad de cada uno de ellos. Así como también, nos encargamos de que un gran porcentaje de las latas y las botellas que recibimos provenga de material reciclado.

DISTRIBUCIÓN

Mediante una cadena logística interna trasladamos tanto insumos como productos terminados, trabajando en conjunto con los distribuidores que aseguran la disponibilidad de nuestros productos donde sea que los consumidores los necesiten. La eficiencia logística en la que trabajamos constantemente es parte fundamental de nuestra estrategia de reducción del impacto climático. Como se mencionó en el [reporte 2020-2021](#), durante ese período firmamos un acuerdo de distribución con el sistema Coca-Cola en Chile, a través de sus embotelladores Andina y Embonor.

CLIENTES

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.



Cadena de valor

DISEÑO DE PRODUCTOS

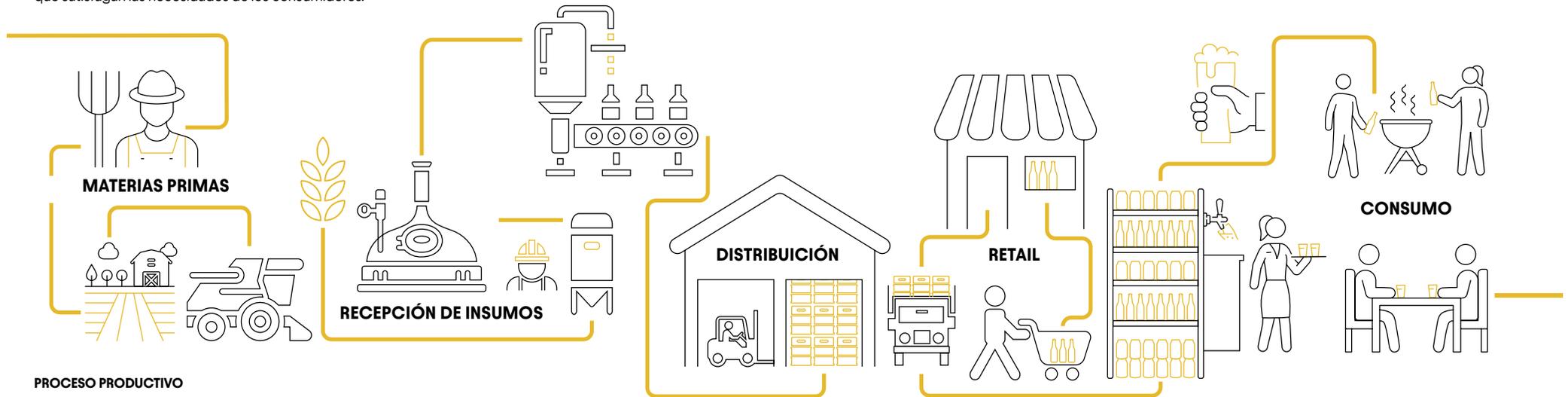
Mediante los procesos de elaboración, embotellado y etiquetado transformamos las materias primas en bebidas que los consumidores eligen día a día. En base a la experiencia y el conocimiento que nos integra, aplicamos distintas tecnologías para desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades de los consumidores.

RESIDUOS

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

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.



PROCESO PRODUCTIVO

Diferentes líneas se encargan de los distintos tipos de cerveza que hacemos, brindando un cuidado único de sus recetas, tiempos y especificaciones de producción. Asimismo, comprometidos con la sostenibilidad, utilizamos los recursos necesarios de forma que nuestros procesos sean cada vez más eficientes.

CONSUMIDORES

Los consumidores son uno de los actores más importantes de nuestro proceso; por este motivo, consideramos esencial escucharlos, entenderlos y adaptarnos a sus preferencias. Asimismo, promover su consumo responsable es parte de nuestra tarea.

Premios y reconocimientos 2022

→ **Premio Equidad CL**, fuimos reconocidos por segundo año consecutivo con el puntaje más alto en relación a políticas y prácticas inclusivas para el talento LGBT+, entregado por Fundación Iguales y Human Rights Campaign

→ Recibimos el sello, por segundo año consecutivo, de las mejores empresas para trabajar para el talento LGBT+, entregado por Fundación Iguales y *Human Rights Campaign*.

→ Mejor empresa en consumo masivo en el ranking de "mejores empresas para jóvenes profesionales" de EFY (*Employers for Youth*).

→ **Puesto 81 en Merco Empresas**, Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, que mide a las 100 empresas con mejor reputación de Chile.

→ **Puesto 55 en Merco Talento** (durante el 2021 estuvimos en la posición 93), evaluación global del atractivo de las empresas para atraer y retener talento.

→ 3er puesto en Merco Talento Digital

→ Reconocimiento a nuestro comité Woman in Beer, que trabaja en pos de la equidad

de género, entregado por WIM, *Women In Management*.

→ **Sello IPG (paridad de género)**, otorgado por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género para generar una alianza público-privada que tiene como propósito reducir las brechas de género y aumentar la participación económica y el progreso de las mujeres en el mercado laboral.

→ **Premio MBA, Mujeres que Buscan Avanzar, de certificación por "contratación responsable"**, entregado por Fundación Emplea en reconocimiento a nuestros programas de inserción femenina en roles socialmente masculinizados.

→ **Segundo lugar en la categoría "cervezas" del ranking *Most Innovative Companies***, del ESE Business School, que mide a las empresas más innovadoras de Chile.

→ **Adhesión al "Acuerdo de producción limpia y transición a la economía circular"** del gremio empresarial Acción Empresa.

→ Graduación del programa "Mide lo que importa", de Invest Chile 2022.



Desde Marketing destacan los siguientes reconocimientos:

→ Eikon Oro: Corona Island - Influencers 2022.

→ Effie Plata - Back to Live - brand experience 2022.

→ [2 reconocimientos misma institución] ACHAP - work in paradise / brand experience y branded content.

→ Kantar, Brand Guidance : Corona, cerveza con mayor Brand Power de Chile.

→ Budweiser y Corona, nombradas como las 2 marcas de cerveza más valiosas del mundo (Nº1 y Nº2 respectivamente) según el estudio Best Global Brands del instituto InterBrand. Estas dos marcas son la Nº37 y Nº78 del ranking de marcas más valiosas del mundo según este mismo estudio.

→ 4 de las marcas que vendemos en Chile están en el ranking de las 10 marcas más valiosas de alcoholes del mundo según el estudio BrandZ de Kantar. Budweiser Nº2, Stella Artois Nº5, BudLight Nº6 y Corona Nº7 (en cervezas Nº1, Nº3, Nº4 y Nº5 respectivamente).

Organigrama



Gerente General y
Presidente BU Andina
LUIS VIVES



Director de Supply
AUGUSTO CHIVILO



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



Directora de Marketing
LINA AGUIRRE



Director Comercial
RICARDO AVELLO



Directora de People
EMA YOSHIKAWA



Directora de Finanzas
DENISSE RAIQUIL



Director de Logística
GERMÁN MIGNONE

Sostenibilidad

Nuestra empresa se alinea con la Estrategia Ambiental, Social y de Gobernanza, elaborada por nuestra matriz global. Esta estrategia propone desarrollar nuestros negocios considerando ese triple impacto ambiental, social y de gobernanza. De manera que podamos crear valor económico, al mismo tiempo que regeneramos el ambiente e impulsamos el desarrollo de las comunidades. Así buscamos que nuestro impacto sobre las personas y el planeta sea positivo a corto, mediano y largo plazo.

La estrategia que nos conduce se enfoca en ocho prioridades:



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

Estrategia de sostenibilidad 2025

Nuestra estrategia 2025 funciona como la hoja de ruta que guía nuestro accionar. Se basa en cinco metas de sostenibilidad que buscamos alcanzar como compañía y que se generan desde nuestra zona de mayor impacto, además tienen relación directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

E Environment



WATER STEWARDSHIP



+40% eficiencia de uso (2 HL / HL)

CLIMATE ACTION



100% ERNC
-25% emisiones Scope 3 a 2025 [Carbono Neutrales 2040]

CIRCULAR PACKAGING



80% material reciclado en latas
50% material reciclado en botellas de vidrio

95% valorización residuos [zero waste]

ENTREPRENEURSHIP



Trackeo mejoras de indicadores ambientales mediante startups 100+ Labs

S Social



WATER STEWARDSHIP



Agua Segura:
+11.000 personas impactadas
Proveer seguridad hídrica a 30 % población vulnerable **mapeada de Quilicura**

DIVERSITY & INCLUSION



Mujeres:
15% operación
0% brecha salarial

Directorio Paritario: entre 3 y 4 mujeres de 7 miembros del MANCOM
PcD:
5%

SMART DRINKING



Marketing:
5% inversión paquete en temáticas de consumo responsable
Seguridad Vial:
-10% siniestros viales en Quilicura

ENTREPRENEURSHIP



100+ Labs:
20% startups finalistas en cadena de valor

G Governance



ANTICORRUPCIÓN



Curso obligatorio de anticorrupción a **95%** de operación total

LIBRE COMPETENCIA



Curso obligatorio de libre competencia a **95%** de operación total

DIGITAL ETHICS



95% operación total capacitada en protección de datos y privacidad

CADENA DE VALOR



100% de cadena de valor auditada en sostenibilidad

Estrategia de sostenibilidad 2025

Durante 2022, comenzamos la elaboración de un panel de seguimiento que nos posibilite monitorear las metas ambientales, sociales y de gobernanza para 2025. Este panel permite la priorización sistemática al detectar las principales brechas de consecución, para así concentrar esfuerzos conjuntos que nos aseguren el cumplimiento de todas las metas.

Nuestros 5 focos estratégicos a nivel ambiental:

1. EMBALAJE CIRCULAR: que la totalidad de nuestros envases y embalajes provengan de material reciclado en porcentaje mayoritario o que sean retornables.

2. SMART DRINKING: poder generar un cambio cultural en torno al consumo de alcohol, y lograr que este sea consciente y responsable.

3. ACCIÓN CLIMÁTICA: que el 100 % de nuestra cerveza sea producida con energía renovable no convencional (objetivo que ya cumplimos en 2019), y reducir en un 25 % nuestra huella de carbono en los scopes 1,2 y 3.

4. ADMINISTRACIÓN DEL AGUA: asegurar el acceso a agua de calidad para nuestras operaciones y comunidades.

5. AGRICULTURA INTELIGENTE: que todos los agricultores directos con los que trabajamos entren en la lógica de la agricultura sostenible (para ello estamos generando proyectos específicos que favorezcan la economía local).

Por último, dentro del marco de nuestra estrategia de sostenibilidad, llevamos a cabo el proyecto de Carbono Neutralidad 2040 de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.





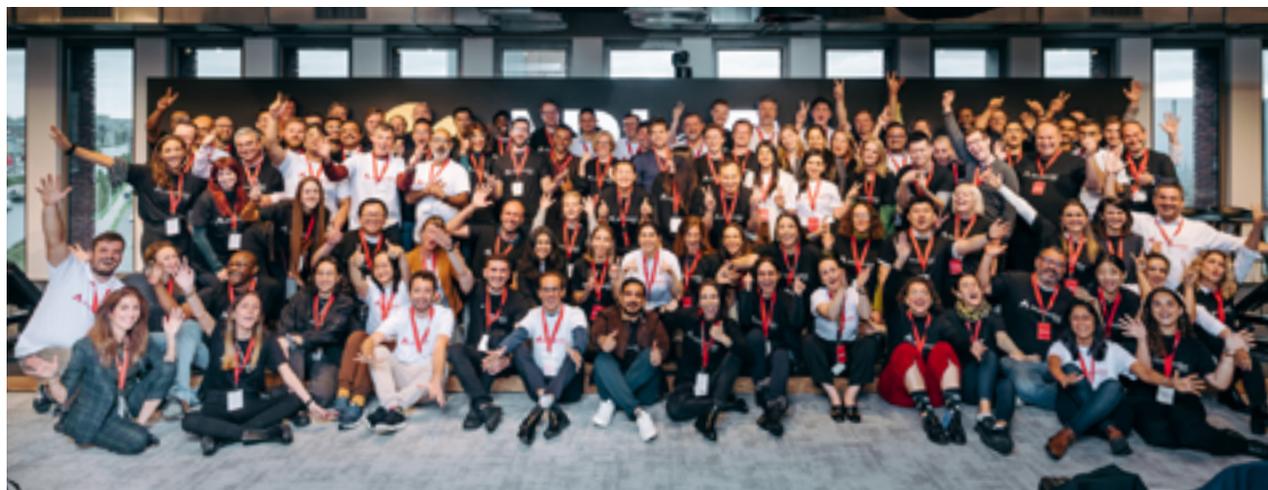
100+ Labs es la aceleradora corporativa de Cervecería AB InBev, que pertenece al programa global de la compañía 100+ Accelerator, donde se reclutan startups de todo el mundo para solucionar desafíos de sostenibilidad.

En Chile, el programa inició en 2020, en alianza con Socialab, equipo encargado de ejecutar la aceleradora. Consiste en una convocatoria internacional de innovación abierta. Su fin es impulsar el progreso y la innovación mediante el apoyo a emprendimientos que solucionen desafíos relacionados con la cadena de valor de Cervecería AB InBev, y que contribuyan a mejorar el impacto social y medioambiental de la compañía. En otras palabras: emprendimientos que nos ayuden a encontrar soluciones sustentables para lograr nuestros Objetivos de Sostenibilidad 2025.

En 2022 se realizó la tercera versión 100+ Labs (2022-2023), nuevamente ejecutada por Socialab y en partnership con Coca-Cola Andina y We Work. Para la convocatoria se seleccionaron cuatro desafíos centrales: Gestión del agua; Economía circular; Uso eficiente de energías; y Logística inteligente.

Los emprendimientos ganadores de esta versión fueron Binariotech, que trabaja en la limpieza de aguas residuales, y Omnix, que trabaja la automatización logística. Este año se tomó la decisión de aumentar el premio, de manera que en 2023 cada emprendimiento reciba un aporte de USD 15.000 para desarrollar e implementar un piloto en las dependencias de Cervecería AB InBev y Coca-Cola Andina.

Binariotech implementará su piloto en Cervecería AB InBev; y Omnix, en Coca-Cola Andina, ambos por un periodo de cuatro meses. Además, gracias a la alianza que generamos con We Work, ambas startup dispondrán de una oficina gratuita por seis meses en las



dependencias de We Work. Sumado a esto, Binarotech, por haber sido el emprendimiento con mayor puntaje, podrá asistir al Pitch Day Latam de 100+ Labs.

Cabe mencionar que, durante la segunda versión de esta aceleradora (2021-2022), los dos mejores proyectos recibieron:

→ Un aporte de \$ 10.000.000 por parte de Cervecería AB InBev para Kran Nanoburbujas (proyecto ganador uno) para desarrollar e implementar un piloto de su proyecto en la cervecería.

→ Un aporte de \$ 10.000.000 por parte de Coca Cola Chile para Asynos (proyecto ganador dos) para desarrollar e implementar un piloto de su proyecto en su operación y/o embotelladores.

→ Ambos optaron a seis meses de aceleración, implementando un piloto con expertos de Cervecería AB InBev Chile, Coca Cola y Socialab, con el fin de que sean parte de la cadena de valor de las compañías.

→ El proyecto ganador uno tuvo la oportunidad de participar en el DEMO DAY de operación de AB InBev en Brasil, Ambev.

100+ Accelerator

El programa global de nuestra aceleradora, 100+ Accelerator, realizó su cuarta versión durante 2022, "Cohort 4", donde quedaron seleccionadas 46 startups de 23 países para pilotear sus proyectos con AB InBev o alguno de sus partners: Coca-Cola Company, Colgate-Palmolive y Unilever.

Dentro de las startups finalistas destacan dos de Chile: Kran Nanoburbujas, que fue también la startup ganadora de la tercera versión de nuestra aceleradora local, y Done Properly, startup que utiliza residuos de la levadura para crear un nuevo producto que reemplaza el sodio. Ambos recibirán un monto alrededor de USD \$100 mil para pilotear sus innovaciones en Cervecería AB InBev.

Partners y asociaciones

Buscamos activamente formar parte de asociaciones y gremios, y establecer alianzas con socios que consideramos de suma importancia para nuestras operaciones. La colaboración es uno de nuestros principios fundamentales, ya que creemos en la importancia de aprender de buenas prácticas y participar en las diversas conversaciones que se desarrollan en estos espacios. Como compañía, estamos comprometidos en ser un agente activo y participativo en este ecosistema, trabajando en colaboración con otros actores para abordar los desafíos que enfrentan nuestras comunidades y nuestro país.

Afiliación a asociaciones



Partners estratégicos



Gobernanza



”

Creemos que sentar bases corporativas sólidas permite promover, desde la gobernanza, la importancia de la transparencia y ética del negocio, en todos los aspectos operativos y en cada una de las etapas de los proyectos, velando siempre por el respeto a los derechos humanos y fomentando el liderazgo comprometido con generar un impacto positivo.

”

Derechos humanos

GRI 408, 409, 412, 419

Considerando a los derechos humanos como parte esencial del desarrollo de las personas y la comunidad, en Cervecería AB InBev hemos implementado diferentes mecanismos que nos permitan proporcionar un espacio seguro y promover el respeto y la justicia dentro de nuestra operación. Desde el área de gobernanza podemos destacar:

→ **Política de derechos humanos:** en base a esta, asumimos el compromiso de velar por el medioambiente y de tratar al recurso hídrico como un recurso compartido, nos enfocamos en prevenir situaciones de acoso, de discriminación, de trabajo forzoso o trabajo infantil. Además, defendemos el derecho sindical, y comunicamos públicamente nuestra adhesión al Pacto de las Naciones Unidas.

→ **Política de abastecimiento responsable:** según sus parámetros, reconocemos la responsabilidad empresarial de respetar y promover los derechos humanos entre los proveedores y socios comerciales a lo largo de la cadena de valor.

Consecuentemente con esto, creemos que es importante generar un cambio en la cultura interna de la compañía, para facilitar la implementación de futuras medidas. Por esta razón, durante 2022 lanzamos una campaña comunicacional y educativa dirigida a todos los colaboradores, sobre cada uno de los derechos humanos y sobre nuestra propia política. Esta campaña llegó al 80 % de los trabajadores de Cervecería AB InBev, y proporcionó aproximadamente un total de 100 horas de formación.

Sumado a esa iniciativa, dentro de nuestro equipo global de *compliance* conformamos un grupo especialmente dedicado a la materia. El grupo identificó en qué países de la BU Andina existe mayor riesgo de infringir los principios de los derechos. Así obtuvimos información valiosa a la hora de trazar una estrategia enfocada en derechos humanos.

En cuanto a la cadena de valor, durante 2022 comenzamos con el proyecto de Debida Diligencia, para el cual contemplamos un total de tres años de implementación completa. Si bien, actualmente todos nuestros contratos con proveedores tienen una cláusula de cumplimiento de nuestras políticas internas,

y no hemos identificado un riesgo significativo de presentar trabajo infantil o forzoso, este proyecto nos permitirá, en el futuro cercano, profundizar el análisis de nuestra cadena de valor y evaluar las operaciones en relación al impacto que pueden tener en los derechos humanos. Además, nos emociona y nos parece realmente útil, ya que actualmente no existe un mecanismo regulatorio en esta materia.

Como empresa privada, manifestamos explícitamente nuestro interés en trabajar en los temas relacionados con los derechos humanos, no solo con la intención de aportar, sino también de invitar a otras empresas a hacer lo mismo. Nuestra meta para 2023 es capacitar a nuestros proveedores sobre el tema, para asegurar el cumplimiento normativo y fomentar el bienestar de las personas.



Ética y transparencia

GRI 205 y 206

Para desarrollar el negocio de manera ética y transparente es fundamental establecer mecanismos que les generen confianza a los colaboradores y clientes. Al ser parte de una multinacional, algunos de estos mecanismos provienen directamente del equipo global de AB InBev, y son ajustados de acuerdo a las necesidades regionales y las normativas vigentes. Entre los mecanismos establecidos podemos encontrar:

→ **Código de ética:** durante 2022 realizamos la modificación del código, contemplando los requerimientos globales y propios para la prevención del delito. Dicha modificación aún no ha sido publicada dado que seguimos en la etapa de adaptación a la cultura local.

→ **Programa de ética y anticorrupción:** diseñado para abarcar una gran variedad de temáticas relacionadas a través de un plan de comunicación interna.

→ **Compliance week:** una vez al año el área de *compliance* organiza una semana de capacitaciones para los colaboradores de la BU Andina, sobre el código de ética, la prevención del acoso laboral y los derechos humanos, entre otros. La versión 2022 se rea-

lizó en conjunto con Río de la Plata (Argentina y Uruguay) y con Brasil, evento que logró la capacitación de más de mil personas.

→ **Legal Hold:** mecanismo cuyo objetivo es almacenar mensajes y correos electrónicos que sean necesarios para investigar casos de incumplimiento a la ética organizacional [por normativa, todos los correos se eliminan de sus casillas tras un periodo de 60 días corridos].

→ **Modelo de prevención del delito:** tal como su nombre lo indica, su objetivo es identificar posibles áreas de riesgos y prevenir posibles incumplimientos. Durante 2022 logramos su certificación.

Constantemente trabajamos para reconocer las áreas que necesitan reforzar los contenidos relacionados a la ética, y establecemos un plan de acción / entrenamiento para abordar las brechas identificadas. Durante 2022, el área que presentó mayores dudas fue el de operación. Allí logramos capacitar aproximadamente al 90 % de los colaboradores a través de cincuenta instancias educativas en las que se explicó la línea ética de la organización y se proporcionaron copias del Código de Ética a cada asistente. Asimismo,

como todos los años, cumplimos con la obligación de informar y capacitar al 100 % del directorio sobre la normativa ética y anticorrupción. Obtuvimos la certificación del modelo de prevención Ley Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas 20393.

Certificación Modelo de Prevención del Delito

En diciembre de 2009 se publicó en Chile la Ley 20393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas jurídicas, en línea con los lineamientos de la OCDE relativas al cumplimiento preventivo en las empresas, lo que impulsó un importante cambio en la cultura empresarial en pro de los valores y la ética en el actuar de sus colaboradores.

Así, en el año 2021, Cervecería AB InBev implementó su propio Modelo de Prevención de Delitos. Para eso, se siguieron cinco lineamientos:

→ Establecimiento de un encargado de modelo de prevención de delitos

→ La definición de medios y facultades de dicho encargado de prevención

→ Un sistema de prevención de delitos

→ La supervisión y monitoreo de dicho sistema [la que contempla, entre otras actividades, la presentación de informes de gestión y reportes semestrales del Encargado de Prevención al Directorio de la Sociedad]

→ Capacitaciones continuas adecuada al personal

Gracias a esto, en 2022, la Sociedad Certificadora de Modelos de Prevención de Delitos IPA, certificó a Cervecería AB InBev por la implementación de un Modelo de Prevención de Delitos. Esta certificación estará vigente por un plazo de dos años.

Ética y transparencia

GRI 205 y 206

En cuanto a la **comunicación interna**, si bien tenemos un sistema de mailing para los colaboradores, hemos decidido de manera estratégica dar prioridad a la plataforma *Workplace*, debido a la alta interacción que genera entre las personas, con su formato similar al de las redes sociales. La plataforma no solo tiene como objetivo comunicar información, sino también ser un espacio de entretenimiento y conversación entre los colaboradores. En el ámbito de los proveedores, cada año durante el mes de enero, definimos las categorías de riesgo que pueden estar relacionadas con el manejo de información, el contacto con autoridades, los contactos de aduana, etc. Todas estas categorías tienen un profundo análisis que se realiza y se evidencia en la plataforma Exiger. El propósito es corroborar que los proveedores cuenten con herramientas para abordar esos riesgos, y que se encarguen de disminuirlos o eliminarlos. Asimismo, no es un dato menor el hecho de que todos nuestros contratos contienen cláusulas de conformidad para asegurar el cumplimiento normativo correspondiente.



En cuanto a la **libre competencia**, realizamos un análisis por país (en Chile, Bolivia y Paraguay). Durante 2022, el riesgo de atentar contra la libre competencia fue de -7,9 en las operaciones de Chile (siendo sobre 0 riesgoso, es decir, esta calificación demuestra que se mitigaron los riesgos de forma satisfactoria), y no hubo casos judicializados en relación a incumplimientos en la materia, lo cual evidencia nuestro buen desempeño. El resultado se debe al cons-

tante trabajo en el panel de seguimiento que utiliza el área de *compliance*. En este se registran, por un lado, todas las iniciativas anuales obligatorias (como por ejemplo, las auditorías y los planes de comunicación online y presencial) y; por el otro, las acciones voluntarias, como la *Antitrust Academy*, que funciona de manera similar a la *Compliance week*, pero con enfoque en la libre competencia y una robusta formación que se realiza al área de ventas.

Respecto a la **gestión de casos por denuncia**, contamos con un KPI (*Key Performance Indicator*) denominado Nomu, que controla las investigaciones y su grado de relevancia. Todas las denuncias son ingresadas a la plataforma y revisadas por la encargada de gestión para comprobar que la infracción notificada se relacione con temas del Código de Ética (conflicto de intereses, acoso, finanzas, etc.). El área de *compliance* no impone sanciones directamente, solo las sugiere en base al tipo de infracción y su gravedad. Quienes deciden el resultado del caso son el área de RR. HH. y el jefe del área al cual pertenece el denunciado.



Ética y transparencia

GRI 205 y 206

Finalmente, a las medidas de gestión de ética enumeradas se les suman las políticas individuales que regulan el resto de la operación en Cervecería AB InBev. Entre ellas se encuentran:

- **Política global anticorrupción:** previene comportamientos indebidos y asegura el cumplimiento normativo.
- **Política de conflicto de Interés:** determina el procedimiento a seguir en caso de presentar un conflicto de interés personal con los intereses de la compañía.
- **Política de libre competencia:** busca asegurar el cumplimiento de la normativa vigente de libre competencia durante el desarrollo de las operaciones.
- **Política de derechos humanos:** establece el enfoque y el compromiso que asume la compañía en cuanto al respeto de los derechos humanos a lo largo de las operaciones globales y de la cadena de valor.
- **Política de denunciantes:** brinda un procedimiento seguro que cuide el bienestar de los denunciantes, y promueve una cultura abierta en donde se planteen las inquietudes

- **Política antiacoso y antidiscriminación:** busca proporcionarles a nuestros colaboradores un espacio inclusivo, libre de todo tipo de acoso y discriminación, y protegerlos de conductas inapropiadas u ofensivas.
- **Política de diversidad e inclusión:** establece las pautas de comportamiento que esperamos en nuestros colaboradores y líderes, para crear un espacio de respeto, inclusivo y seguro en donde se valore a cada una de las personas.
- **Política y procedimiento frente a la violencia de género en la familia y pareja desde el lugar de trabajo:** busca promover de forma transversal una cultura preventiva de la violencia en la familia y/o pareja, y brindar apoyo a quienes la experimentan.

- **Política de inclusión laboral de personas con discapacidad:** impulsa la inclusión de personas con discapacidad en un espacio laboral que responda a sus necesidades.

- **Protocolo de acompañamiento en la transición de género:** tiene el fin de brindar apoyo y acompañamiento a las personas que están en el proceso de transición de género.
- **Política de abastecimiento responsable:** fomenta valores relacionados al respeto de los derechos humanos, a la salud y seguridad, la gestión ambiental y la integridad empresarial a lo largo de la cadena de valor.



Impacto

Social

”

Cuidar el bienestar de las personas nos impulsa a llevar a cabo diferentes iniciativas que nos permiten ofrecer de manera interna oportunidades de crecimiento laboral en un espacio seguro e inclusivo, y de manera externa apoyar el desarrollo de las comunidades locales y promover el consumo responsable de nuestros productos.

”

Cultura de la compañía

Entendemos la cultura de la compañía como el conjunto de costumbres, creencias y sucesos que ocurren en el interior de la organización y que determinan el ambiente en el cual el personal desempeña diariamente sus labores. Sabemos que un espacio de trabajo cómodo, seguro y comprensivo mejora el bienestar de nuestros colaboradores y de sus familias. Por este motivo estamos atentos a las diferentes necesidades que nuestros empleados puedan expresar.

El primero es la escucha activa. Tenemos un importante proceso de evaluaciones para entender cómo se sienten nuestros colaboradores. Así como también, participamos de conversatorios y vamos a distintos espacios donde podamos entender qué está pasando en el país y donde están las necesidades de las personas para apuntalar mejor nuestra estrategia.

El segundo es la colaboración. Trabajamos interáreas para lograr resultados más integrales. Así como también, nos aliamos a distintos partners para desarrollar proyectos porque sabemos que con la colaboración logramos mayores y mejores resultados.

El tercero es la visión a largo plazo. Nuestra presencia en Chile está pensada en el largo plazo, por ello trabajamos en una estrategia ESG y contamos con planificación de 1, 3 y 10 años, porque entendemos que hay que ser ágiles para adecuarnos a distintos contextos, pero con un norte claro para un crecimiento sostenible.

Uno de los mecanismos que utilizamos para monitorear la percepción de los trabajadores y su nivel de bienestar es la encuesta de cultura: **Engagement**. Esta se compone de 55 preguntas que se pueden contestar con una calificación de 0 a 100. A pesar de ser una encuesta de práctica anual, durante 2022 la administramos dos veces, para obtener resultados más rápidos y acertados al momento. Asimismo, decidimos separar los datos por género, para analizarlos con mayor detalle. Entre la información que obtuvimos, destacamos la siguiente:



Cultura de la compañía

Tanto mujeres como hombres evalúan a la empresa con una nota general del 86 %.

Una vez rescatados los datos cuantitativos, desarrollamos diversas instancias de conversación para recopilar los cualitativos. Estas instancias pueden ser sesiones de equipo o uno a uno. Los resultados de ambas mediciones se comparten con las diferentes áreas de Cervecería AB InBev para que, con el apoyo del área de personas (Recursos Humanos), cada sector pueda conformar planes de acción que potencien las buenas prácticas y cubran las brechas identificadas.

Los diferentes planes de acción lograron que en 2022 obtuviéramos la nota general más alta hasta ahora alcanzada (86 %). Gracias a ello comprendemos que nuestros colaboradores valoran la compañía y se divierten trabajando en ella. Esta valoración refleja la labor interna constante y también el crecimiento natural y orgánico de la organización. De manera que estamos sentando las bases correctas para seguir creciendo y por ello, nuestra meta para 2025 es alcanzar una nota del 90 %. Parte importante del desarrollo cultural de una compañía está relacionado con la salud mental de los empleados. Por ello, durante 2022 lanzamos una guía de salud mental donde se reafirma la importancia de hablar sobre el tema y se aclaran mitos que generalmente se asocian

con la salud mental. La guía incluye un instructivo para identificar posibles estados psicológicos y saber cómo actuar al respecto; además brinda consejos para cuidar de sí mismos y de quienes nos rodean.

Asimismo, no es menor señalar que desde la compañía nos preocupamos por promover instancias de distensión entre nuestros colaboradores, organizando torneos de videojuegos FIFA, actividades de trekking, competencias en colaboración con Butterfly y distintas celebraciones a lo largo del año. Esto se condice con los resultados del apartado de *Mental Health* de la encuesta de *Engagement*, donde pasamos de un 75 % en 2021 a un 76 % de aprobación en 2022.

Paralelamente, porque consideramos esencial la capacitación continua de los colaboradores, diseñamos una matriz de aprendizaje dividida en capacitaciones formales, informales y voluntarias. Esta división se hace en base a las competencias que creemos necesarias en cada uno de nuestros colaboradores, ya sea para potenciar su desempeño laboral o para mejorar la cultura organizacional. En cuanto a las capacitaciones voluntarias, todos quienes forman parte de Cervecería AB InBev pueden acceder a ellas.



Cultura de la compañía

De manera más amplia, existe la plataforma *Degree*, disponible para la comunidad de BU Andina. La plataforma tiene un formato "a la carta" y ofrece a lo largo del año una gran cantidad y variedad de contenido formativo.

Para enriquecer nuestra oferta, durante 2022 realizamos un sondeo a nivel empresa sobre las temáticas que a los colaboradores les interesaría aprender y sobre sus preferen-

cias en cuanto al formato. De allí surgió la implementación del modelo de tres focos: *on demand*, asíncrono (a través de zoom) y sincrónico (presencial), y la segmentación de las capacitaciones en tres pilares temáticos: diversidad e inclusión, habilidades del futuro y habilidades de liderazgo.

Para 2023, nuestro objetivo es seguir desarrollando la cultura, esta vez dando especial

énfasis a temas de salud mental, diversidad e inclusión: es fundamental para Cervecería AB InBev que las personas se sientan parte de la comunidad, a gusto con su entorno y sus labores.



Diversidad, equidad de género e inclusión

GRI 405 y 406

Una de nuestras prioridades es crear un espacio laboral seguro y libre de discriminación, en donde los colaboradores puedan ser ellos mismos y sentirse parte de Cervecería AB InBev. Para ello, durante 2022, el área encargada logró establecer los siguientes pilares por trabajar:

- **Diversidad e inclusión:** relacionado con el liderazgo inclusivo y los grupos subrepresentados, es decir, las minorías.
- **Liderazgo y evolución cultural:** orientado a la integración de los pilares culturales de la compañía, que son escucha activa, colaboración y visión a largo plazo.
- **Capability of the future:** enfocado en la gestión del talento y el desarrollo laboral.
- **Bienestar:** en cuanto a velar por la salud mental de los colaboradores y entregar beneficios laborales.

El primero y el segundo pilar guiaron nuestra gestión durante 2022, focalizándonos especialmente en el rol de la mujer y su participación en los diferentes niveles de la organización. Para contextualizar: durante 2019 contábamos con un 3 % de participación femenina en la fuerza productiva, un 40 % en los cargos administrativos y un 21 % en cargos de jefatura y gerencia. Pero en el periodo 2022, logramos aumentar a un 10 %, 50 % y 44 %, respectivamente, alcanzando la paridad en el grupo administrativo. Este progreso ha sido sumamente positivo, dado que, cuando existía una mayor disparidad en un área, notamos que las mujeres evaluaban con menor nota a la compañía. Este feedback nos impulsó a priorizar el desarrollo del talento femenino.

Para lograr estos avances fue necesario implementar una serie de medidas que nos permitieran cubrir las brechas de representatividad y participación. Una de las medidas fue impulsar la promoción por género: el 51 % de las promociones internas fueron obtenidas por mujeres, lo que demuestra la importancia de apostar por el desarrollo laboral de las colaboradoras.



Diversidad, equidad de género e inclusión

GRI 405 y 406

Según el conteo realizado en 2022, dentro de la compañía encontramos la siguiente distribución de empleados:

Empleados por categoría laboral, divididos según categorías de diversidad

	Hombre	Mujer	< 30 años	30 - 50 años	> 50 años
Mesa directiva	4	3	0	7	0
Roles de liderazgo	61	48	32	75	2
Roles administrativos	53	56	55	51	3
Operación	185	17	53	116	29

* Ninguna de las personas pertenece a un grupo minoritario o vulnerable.

En cuanto a brecha salarial, se visualiza de la siguiente manera en cada una de las categorías laborales:

Brecha salarial por categoría laboral

	Ingresos promedio			Brecha
	Hombre	Mujer	Total	
Mesa directiva	\$10.660.248	\$9.622.075	\$10.400.050	10 %
Roles de liderazgo	\$3.910.604	\$3.732.117	\$3.831.140	5 %
Roles administrativos	\$1.753.132	\$1.703.596	\$1.727.965	3 %
Operación	\$583.713	\$556.269	\$577.281	5 %



Diversidad, equidad de género e inclusión

GRI 405 y 406

Otra medida tomada en pro de la equidad es el *WU mentoring*, un programa de mentoría para mujeres que se realiza en cooperación con *Her Global Impact*. En 2022, el programa contó con la participación de 71 mujeres de la empresa, a quienes se les ofreció un seguimiento de tres sesiones para asegurarnos que recibieron las herramientas necesarias para asesorarse sobre los temas que más les importaban.

También ampliamos los beneficios para nuestros colaboradores, sumando durante 2022 a la lista los siguientes puntos:



→ **Descuento en Clínica Monteblanco de fertilidad:** a través del centro de fertilidad, las colaboradoras podrán acceder a 6 meses de almacenamiento gratis de óvulos y 1 año para la crío preservación. Además, todos contarán con descuentos en prestaciones e intervenciones y tendrán a su disposición capacitaciones sobre fertilidad.

→ **Regreso paulatino al trabajo:** al retornar de un postnatal, la persona puede trabajar medio día durante la primera semana de su regreso y, hasta que el bebé cumpla un año su jornada termina a las 15:00, a partir de entonces y hasta los 2 años del niño, la persona tiene derecho a una jornada hasta las 16:00.

→ **Días de home office:** durante el primer año de un hijo, los cuidadores primarios y/o secundarios pueden optar por realizar trabajo remoto hasta cuatro días a la semana, y hasta tres días durante el segundo año del menor.

→ **Postnatal de 45 días:** según las normas de la organización, con el objetivo de fomentar la corresponsabilidad en la crianza, tanto madres como padres, biológicos y adoptivos, de parejas heterosexuales y homosexuales, tienen un permiso obligatorio de 45 días a partir de la llegada del hijo.

→ **Plataforma AB contigo:** es una plataforma con diversos servicios de asesoría disponibles, como asesoría psicológica, financiera, legal y nutricional, entre otras.

→ **Acompañamiento a parejas LGBT en proceso de adopción:** se trata de una asesoría impartida por una pareja adoptante de dos papás. Ellos realizan un acompañamiento a las parejas homoparentales que estén en el proceso de adopción.



Diversidad, equidad de género e inclusión

GRI 405 y 406

Sumado a esto, contamos con tres programas que fomentan la inclusión de mujeres: Mujeres Botilleras, Mujeres Power y Alas. Los dos primeros se iniciaron en 2022, mientras que vamos por la cuarta edición del último.

Mujeres Botilleras

El objetivo del programa es entregar herramientas a mujeres emprendedoras para potenciar sus negocios. Para ser seleccionadas, las participantes debían cumplir con tres requisitos: ser mujeres dueñas de botillerías que contarán con un mínimo de cinco años de operación, y pertenecer a los sectores más vulnerables de Santiago. De acuerdo con estos parámetros, **se seleccionaron 17 botilleras.**

El programa estuvo compuesto por dos sesiones teóricas de entrenamiento en marketing, finanzas, legal e impuestos, y una visita práctica de las participantes a nuestras instalaciones para conocer de qué manera opera Cervecería AB InBev. Al mismo tiempo, desde el programa se le proporcionó a cada red de *networking* y visitamos sus negocios para brindarles apoyo con las mejoras necesarias.



Alas

El objetivo de Alas es brindar entrenamiento en roles técnicos y operativos a mujeres desempleadas, para que puedan insertarse con menor dificultad en el mundo laboral formal, específicamente en las áreas socialmente masculinizadas.

En su cuarta implementación, participaron un total de 29 mujeres, el programa tuvo una duración de dos meses y hubo doce incorporaciones en el área de abastecimiento de Cervecería AB InBev.



Una vez finalizado, realizamos una feria laboral con Sodexo, uno de nuestros proveedores, pero pese a nuestros esfuerzos, no logramos formalizar contrataciones, ya que la formación de las participantes no alcanzaba los requisitos de los puestos disponibles. Por ese motivo, decidimos no llevar adelante este programa durante 2023, ya que, por el momento, no contamos con las herramientas necesarias para abordar las brechas identificadas. Sin embargo, nos comprometemos a trabajar en la modificación y mejora del programa, para beneficiar de manera eficaz al grupo objetivo.

Gracias a las medidas descritas, durante 2022 fuimos galardonados con los premios Oro Wep's, IPG (paridad de género), además de haber recibido la certificación de contratación responsable.

Mujeres Power

Este programa tiene el propósito de empoderar a madres chilenas que estén sin trabajo. La labor se realiza a través de talleres y charlas diseñadas para entregarles herramientas que les permitan acceder con mayor facilidad al mundo laboral formal y generar una red de apoyo entre mujeres.

En total, en un periodo de ocho meses, desarrollamos diez talleres sobre empoderamiento femenino, cuatro encuentros presenciales con la compañía y treinta sesiones de acompañamiento para la familia. Participaron 20 mujeres.



Diversidad, equidad de género e inclusión

GRI 405 y 406

En cuanto al nivel de inclusión de la compañía, cerramos 2022 con un 3,2 % de personas con discapacidad dentro del plantel de Cervecería AB InBev, y contamos con tres gestores de inclusión certificados (dos más de lo que indica la ley). Nuestro desafío para 2023 es incluir a tres personas más para lograr el objetivo 2025 de contar con un 5 % de personas con discapacidad dentro de nuestros colaboradores. Para ello, primero debemos continuar con el plan de adaptación de nuestra planta en Quilicura hasta convertirla en un edificio con accesibilidad universal. El edificio administrativo de nuestra planta y nuestras instalaciones en Vitacura ya cuentan con las modificaciones necesarias, por lo que, con la adaptación de Quilicura alcanzaremos el 100 % de accesibilidad universal.

Asimismo, en relación con la diversidad sexual, en 2022, obtuvimos la categoría "A" de "mejores empresas" por segundo año consecutivo. Junto a ello, obtuvimos el sello de mejores empresas para el talento LGBT+. Durante el mismo año, realizamos una capacitación en la planta del bar Roca Cielo, para

interiorizar a los colaboradores en materia de diversidad sexual, y así disminuir el riesgo de discriminación por desconocimiento. Con ello pudimos otorgarle al bar el sello de lugar seguro para la comunidad LGBT+. También fuimos participantes activos de la Marcha del Orgullo 2022.

Otro logro relevante es que, por segundo año consecutivo, logramos obtener el nivel más alto en la medición de liderazgo inclusivo dentro de los países de la BU Andina, para lo cual utilizamos el modelo de Deloitte, que considera seis atributos: compromiso, coraje, autoconciencia de sesgos, curiosidad, inteligencia cultural y colaboración.

Mirando hacia 2023, nuestro foco estará en el tercer y cuarto pilar de diversidad [gestión del talento, desarrollo laboral y bienestar], abarcando más temas relacionados a la salud mental y la promoción de la cultura de Cervecería AB InBev. Además, en consecuencia con los avances en materia de participación femenina logrados en 2022, nos hemos planteado como objetivo para 2025 alcanzar paridad en todos los cargos.



Comités de desarrollo

- **Comité Women in Beer:** busca apoyar el crecimiento profesional de las mujeres dentro de la compañía, disminuir las brechas de género y educar a los colaboradores respecto de este tema.
- **Comité Lager:** concientiza sobre la diversidad sexual mediante charlas, talleres y capacitaciones sobre temáticas LGBT+, con el objetivo de construir ambientes laborales libres de discriminación.
- **Comité IPA:** impulsa acciones relacionadas con la discapacidad. Su objetivo es generar conciencia y desarrollar programas para que todos los trabajadores se sientan incluidos.
- **Comité Ale:** cuenta con un enfoque específico de responsabilidad social empresarial, y su objetivo es desarrollar iniciativas que aporten a la educación de Chile.



Salud, seguridad y bienestar

GRI 403



En Cervecería AB InBev contamos con un sistema interno de salud y seguridad que protege a todos sus colaboradores. Además, disponemos de un programa de trabajo con ACHS, que responde a las necesidades legales exigidas por Chile (Ley 16744) para gestionar y controlar el aspecto legal de la salud y bienestar laboral. Las políticas y normas de seguridad se recopilan en el Handbook, el cual se construye en base a la normativa legal global (OSHAS, NFPA, ISO).

Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes

Para identificar los peligros en la operación de Cervecería AB InBev, realizamos un mapeo de proceso que establece el paso a paso en toda nuestra cadena de valor. Luego, el especialista de seguridad de cada sector procede a realizar la evaluación de riesgos. Esta última contempla:

- Identificación de los riesgos de cada tarea, rutinaria y no rutinaria.
- Evaluación de peligros (probabilidad de consecuencia).
- Planteo de medidas de control pertinentes para evitar la ocurrencia de accidentes y enfermedades profesionales.

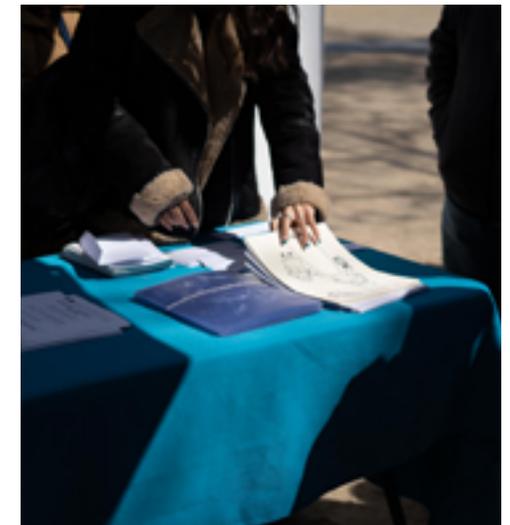
En base a los resultados de la evaluación, generamos planes focalizados alineados a nuestro sistema de gestión y plan con el Organismo Administrador de la Ley. Este proceso se actualiza anualmente por normativa de la compañía. Del mismo modo, cada vez que ocurre algún evento relacionado con la

seguridad, se incorpora un proceso nuevo que responde a dicho evento.

Por su parte, todos los trabajadores están habilitados para reportar situaciones de peligro laboral, ya sean estas condiciones inseguras o comportamientos indebidos relacionados a la salud y a la seguridad. La notificación pueden hacerla a través de nuestra plataforma digital o de forma escrita (no digital). Con la base de datos resultante, el encargado de seguridad junto a líderes y operadores de cada sector abordarán los problemas particulares del área y, en caso de ser necesario, llevarán adelante una investigación más profunda.

Para resguardar la seguridad de los colaboradores implicados, la notificación puede emitirse de manera anónima. Al mismo tiempo, el colaborador está protegido por distintas políticas de la compañía, que en suma indican que quien reporte una situación irregular

no sufrirá represalias por dicha notificación. Sumado a esto, contamos con una red telefónica para denunciar, también de manera anónima, cualquier tipo de circunstancia que atente contra el bienestar de los colaboradores, como acoso o vulneración de derechos del trabajador.



Salud, seguridad y bienestar

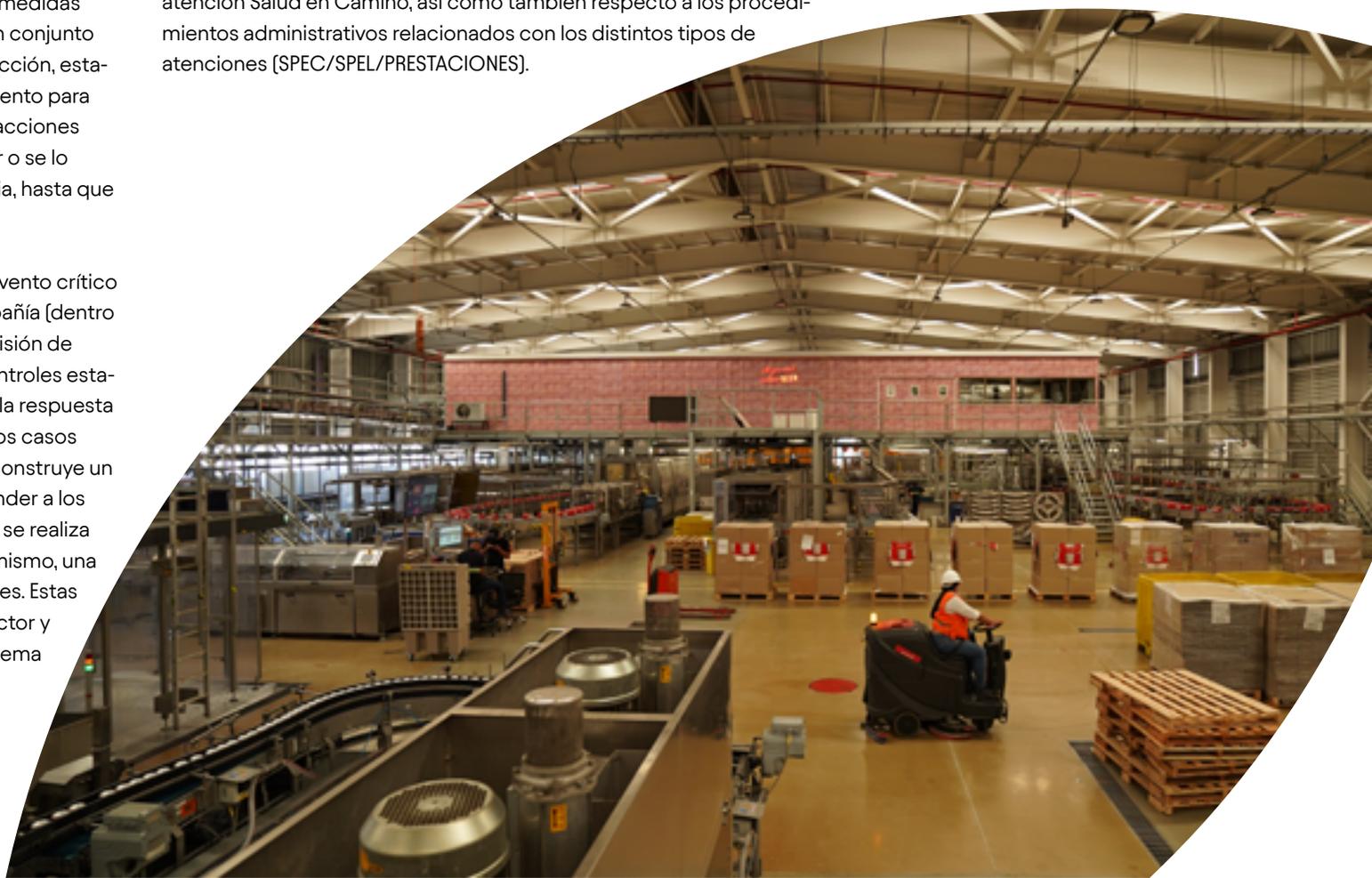
GRI 403

Los trabajadores que consideren que están expuestos a lesiones o enfermedades profesionales pueden retirarse de su espacio de trabajo. Deben notificar la situación para que, junto al Organismo Administrador, se pueda evaluar el peligro en busca de medidas correctivas. Una vez realizada la evaluación, se define en conjunto con los gerentes de cada área y sus líderes, el plan de acción, estableciendo plazos, responsables de ejecución y seguimiento para asegurar su cumplimiento. Al mismo tiempo, se toman acciones inmediatas que disminuyan la exposición del trabajador o se lo reubica en algún puesto de trabajo de manera provisoria, hasta que el plan de acción se ejecute.

Cada vez que se reporta un incidente o sucede algún evento crítico de seguridad en alguna planta perteneciente a la compañía (dentro o fuera de Chile), lo primero que efectuamos es una revisión de nuestra evaluación de riesgos para determinar si los controles establecidos evitan la ocurrencia del evento en cuestión. Si la respuesta es negativa, se investiga cada caso y, en paralelo, para los casos asociados a comportamientos de los trabajadores, se construye un "mapa de empatía" (una herramienta que permite entender a los trabajadores mediante la escucha activa). Este proceso se realiza siempre de manera normativa. Para dar continuidad al mismo, una vez finalizada la investigación, se determinan las acciones. Estas acciones se plasman en la evaluación de riesgos del sector y se incorporan en el plan de trabajo que responde al sistema de gestión y al plan con ACHS, si es pertinente.

Servicios de salud en el trabajo

Contamos con lineamientos establecidos bajo los estándares legales obligatorios respecto al protocolo de asistencia en los centros de atención Salud en Camino, así como también respecto a los procedimientos administrativos relacionados con los distintos tipos de atenciones (SPEC/SPEL/PRESTACIONES).



Salud, seguridad y bienestar

GRI 403

Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo

La participación de los trabajadores y su consulta en cuanto al desarrollo, la aplicación y evaluación del sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo, se realizan por tres medios: las plataformas de reportabilidad de eventos, el Comité Paritario de Higiene y Seguridad y el plan Punta Estrella. Además, existen otras dos oportunidades de participación. La primera es la reunión en terreno para rescatar los puntos de vista de los colaboradores una vez que se implementan cambios en la ejecución de los proyectos, y la segunda es a través de las pruebas de cambio o incorporación de Elementos de Protección Personal (EPP).

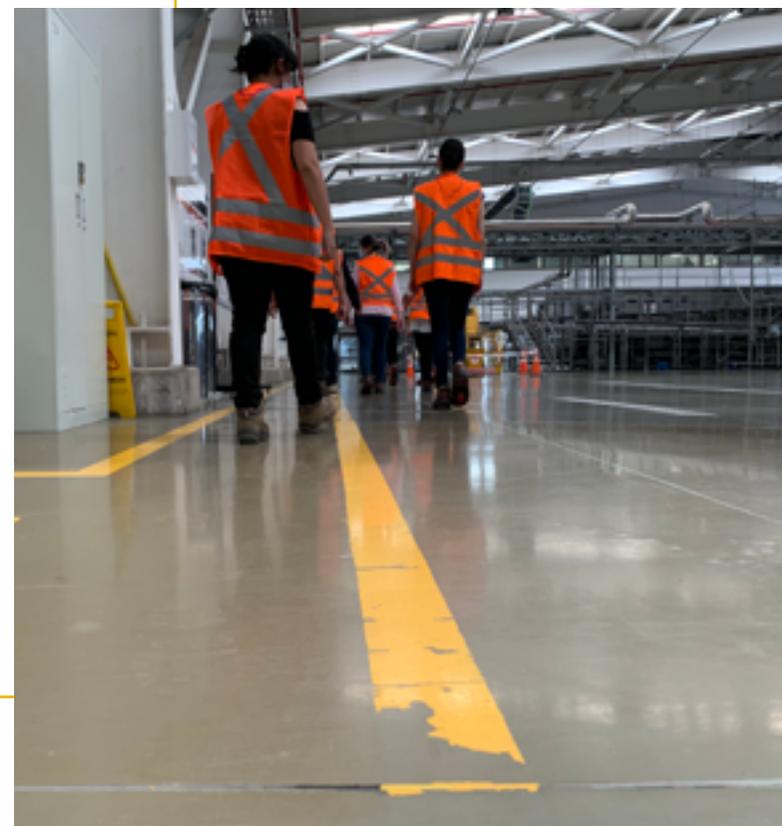
La comunicación sobre temas de salud y seguridad en el trabajo se realiza a través de charlas diarias de quince minutos, en las que el líder, trabajador, operador o encargado de seguridad expone lo más relevante ocurrido durante la semana en el área correspondiente. Esto puede involucrar resolución de problemas, análisis de eventos, actualización de indicadores y monitoreos de seguridad, entre otros. Por otra parte, se emiten comunicados mediante correos masivos y utilizando la plataforma Workplace. De esta manera todos los colaboradores reciben información actualizada y relevante sobre el tema.

Nuestro Comité Paritario de Higiene y Seguridad (CPHS) está conformado por seis trabajadores electos por votación popular (tres titulares y tres suplentes) y seis representantes de la empresa, designados

por la alta gerencia (tres titulares y tres suplentes). Los integrantes del comité aportan a la formación de una cultura preventiva en el interior de la empresa, sumando su esfuerzo para reducir e incluso erradicar los accidentes del trabajo y las enfermedades profesionales. Esta labor se lleva adelante por medio de tres comisiones de trabajo:

- Análisis de eventos e indicadores de seguridad, para dar foco a las otras dos comisiones.
- Monitoreos mensuales, para detectar comportamientos y condiciones de trabajo (con foco entregado por la comisión de análisis).
- Difusión y capacitación.

El comité se reúne una vez al mes, durante una hora, para registrar temas relevantes de seguridad y salud en el trabajo y verificar que las acciones se cumplan mensualmente. Además, en el comité participan, como representantes de la empresa, los gerentes de cada área, lo cual facilita la toma de decisiones y la autonomía del comité.



Salud, seguridad y bienestar

GRI 403

Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo

Durante 2022 brindamos diversos cursos de formación relacionados con la salud y la seguridad en el trabajo. Los cursos fueron para un total de 1225 colaboradores. Entre las temáticas ofrecidas podemos mencionar:



Capacitaciones Safety

1. Requisitos legales aplicables - Mandatorio
2. Uso y manejo de extintores - Mandatorio
3. Espacio confinado - Mandatorio
4. Trabajo en altura - Mandatorio
5. Examen seguridad - Mandatorio
6. Manejo de sustancias peligrosas - Mandatorio
7. PIS seguridad + Reglas que salvan vidas + Comportamientos foco - Mandatorio
8. Monitoreos de seguridad - Mandatorio
9. Plan de emergencia - Mandatorio
10. Gestión de contratistas - Mandatorio
11. SAM y LOTOTO - Mandatorio
12. Capacitación en seguridad vial - Mandatorio
13. Capacitación en riesgo eléctrico - Mandatorio
14. Concepto gestión de SIF - Mandatorio
15. Evaluación de riesgos y AROS - Mandatorio
16. PSM Polvo, PSM NH3, SSM y ESM - Mandatorio
17. Permisos de trabajo - Mandatorio
18. Uso de herramienta *Smart check* (seguridad) - No mandatorio
19. Territorio seguro - Mandatorio
20. Corte con vidrio - Mandatorio

Fomento de la salud de los trabajadores

Para facilitar el acceso de los trabajadores a servicios médicos y de cuidado de la salud, hemos implementado "MiDoctor" como primera evaluación ante emergencias o consultas médicas. Además, contamos con una plataforma donde agendar horas a consultas médicas y ofrecemos códigos QR para facilitar el acceso a diferentes links de inscripción. En paralelo, realizamos campañas de vacunación y campañas de comunicación para informar sobre diversos temas asociados.

El servicio de salud proporcionado es complementario, tiene un enfoque integral y busca disminuir el motivo de consulta por patologías comunes en la Mutual de Seguridad y disminuir riesgos ocupacionales con Prevención de Riesgos en protocolo conjunto y aliado con la ACHS.



Salud, seguridad y bienestar

GRI 403

Prevención y mitigación

Para prevenir y mitigar los impactos en la salud y en la seguridad de los trabajadores que se relacionan de manera directa con nuestra compañía como subcontratistas, hemos implementado, junto a la ACHS, un programa de seguimiento a los protocolos aplicables a las miniplantas, para eliminar la exposición a riesgos y enfermedades profesionales.

Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	
Número de empleados cubiertos por el sistema	500
Porcentaje de empleados cubiertos por el sistema	100 %
Número de empleados cubiertos por el sistema (sujeto a auditoría interna)	500
Porcentaje de empleados cubiertos por el sistema (sujeto a auditoría interna)	100 %
Número de empleados cubiertos por el sistema (sujeto a auditoría o certificación por parte de un tercero)	500
Porcentaje de empleados cubiertos por el sistema (sujeto a auditoría o certificación por parte de un tercero)	100 %

*Se contempla a todo personal según la Ley 16744, con el 100 % del personal afiliado a los seguros obligatorios de los organismos administradores. Es un requisito legal aplicable a nivel nacional.

Entre los peligros que han contribuido a provocar lesiones se cuentan: cortes con vidrio, interacciones indebidas con máquinas, ejecuciones deficientes de procedimientos operativos, resbalones y caídas. Para eliminar estos peligros, se mejoraron terrenos de acceso, se actualizaron procedimientos de trabajo, los líderes aumentaron su participación en los monitoreos de seguridad y se disminuyeron los tiempos de respuesta frente a notificaciones de peligros.

Lesiones por accidente laboral

	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	6	8,47		
Número de horas trabajadas		70.880		70.880

*Las tasas se han calculado por 1.000.000 horas trabajadas. Datos contemplados del certificado de tasas Folio: 0003367031

Salud, seguridad y bienestar

GRI 403

Dolencias y enfermedades laborales

Los peligros laborales que impliquen un riesgo de dolencia o enfermedad se determinan en base a un análisis realizado en conjunto con el médico perteneciente al programa MiDoctor, el cual investiga todos los eventos registrados. Por normativa, existe un plazo máximo de siete días para mejorar las condiciones inseguras que puedan provocar una dolencia o enfermedad.

	Empleados	Trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización
Cantidad de fallecimientos resultantes de una lesión por dolencia o enfermedad laboral	0	0
Cantidad de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	8	11
Principales tipos de dolencias y enfermedades laborales	Esguince de tobillo (2)	Cuerpo extraño en globo ocular (5)

Entre los peligros que han contribuido a provocar dolencias y enfermedades laborales se cuentan: objetos extraños en el globo ocular y esguince de tobillo, ambos causados por conductas indebidas a la hora de realizar las tareas asociadas a las operaciones. Para prevenir y corregir estas situaciones hemos modificado los lentes de seguridad de los colaboradores, y hemos impartido distintas capacitaciones con el objetivo de informar sobre la correcta limpieza, manipulación y mantenimiento de los elementos de protección personal.



Calidad del producto, ingredientes y transparencia

GRI 416 417

En Cervecería AB InBev utilizamos principalmente cuatro tipos de materiales para la elaboración de nuestros productos, estos son, en orden de prioridad: vidrio, lata, cartulina y cartón. Para asegurar la calidad del producto que ponemos a disposición de nuestros clientes realizamos dos pruebas técnicas:

→ **Shipping test:** para comprobar la resistencia de los materiales frente a las condiciones de transporte y verificar que el producto llegue a manos del consumidor final en las mismas condiciones que sale de la planta.

→ **Prueba de estiba:** para comprobar la resistencia del material al estar apilado y asegurar que el empaque no se aplaste ni deforme. Al igual que el shipping test, el objetivo de esta prueba es que el producto llegue al consumidor final en las mismas condiciones óptimas con las que sale de planta.

Cada una de nuestras marcas se encarga de que el insumo refleje estéticamente la calidad del producto, considerando las imágenes, los colores y materiales que se utilizan. Conjuntamente, nuestra coordinadora de innovación se encarga de revisar los aspectos



legales que deben presentar cada uno de los empaques, para cumplir con los requerimientos normativos. En relación a esto último, la ley solicita que se informe el lugar de envasado, la elaboración, la licencia de origen en caso de ser una cerveza importada y los ingredientes sin proporciones (para mantener la confidencialidad de las recetas).

Un buen producto para ejemplificar todo lo mencionado es la cerveza Corona. Esta se produce, elabora y envasa en Chile, pero no es una receta originalmente chilena, por lo que debemos declarar la licencia bajo Cer-

vecería Modelo de México para asegurar que cumpla con los estándares de calidad de origen. En cuanto a los ingredientes, destaca que para su elaboración solo necesita cuatro ingredientes, sin embargo, por ley debemos transparentar un quinto: la levadura, aunque esta última sea retirada en el proceso final mediante filtración, de todas maneras debe mencionarse. En cuanto a las cervezas con recetas modificadas, como es el caso de la variedad gluten free de Stella Artois, realizamos un análisis de laboratorio para asegurar que no contenga gluten ni trazas de gluten. Sin esta validación científica el producto no sale al mercado.

Desde el aspecto legal también se solicita que el empaque indique el contenido neto, la fecha preferente de consumo y la declaración de "Beber con moderación". De manera voluntaria, agregamos consejos como "No exponer al sol", "Conservar en un lugar limpio, fresco y seco" y "Proteger de aromas agresivos", así como pictogramas referidos al consumo responsable: "no maneje", "para mayores de 18 años" y "no recomendado para embarazadas".

Calidad del producto, ingredientes y transparencia

GRI 416 417

Nuestra área de calidad se conforma en la zona SAZ, y cuenta con un área de ZBS que trabaja directamente con abastecimiento del área industrial. En calidad se evalúan los productos y las operaciones en tres modos distintos:

→ **Fisicoquímico o de elaboración:** aplica a las cervecerías, y permite controlar los parámetros fisicoquímicos y microbiológicos del producto para asegurar la calidad en el punto de venta y cumplir con los requisitos legales y con las especificaciones técnicas de cada marca.

→ **Sensorial:** aplica a las marcas con perfil previamente establecido. Se realizan degustaciones y envío de muestras a paneles de otros países para obtener retroalimentación sobre los posibles desvíos de perfil y, poder así, corregir los procesos.

→ **Calidad externa:** para asegurar la calidad del producto, tanto en la planta como en sus puntos de venta, contamos con analistas que trabajan en el envasado, la logística y los controles de los puntos de venta con visitas a terreno. Además, se cercioran de que el producto se almacene según las indicaciones de exposición a luz solar, temperatura y humedad. Si bien la distribución se realiza mediante Coca-Cola, a través de Andina y Embonor, existe un encargado de auditoría en los centros de distribución, quien verifica que se cumplan los estándares utilizados por Cervecería AB InBev.

Sumando la completa evaluación descrita, monitoreamos el "indicador de eficiencia de calidad", que corresponde a cuánto producto en

malas condiciones fue sacado de la línea de producción y retenido en nuestras instalaciones para destruirlo o reprocesarlo. También controlamos el "indicador de reclamos", que es uno de los más importantes. Los reclamos pueden realizarse a través de nuestro call center (número indicado en la etiqueta de nuestros productos), ante lo cual AB InBev compensa al consumidor por lo ocurrido. Esto nos permite analizar en qué paso del proceso fallamos y, de esta manera, poder solucionar el fallo. Es gratificante para la compañía informar que durante 2022 no recibimos ninguna denuncia por infracción o incumplimiento relacionados con la transparencia de los ingredientes informados.

De la misma manera, cabe destacar que la totalidad de nuestros productos es evaluada según el impacto en la salud de los consumidores, para asegurarnos que ponemos a disposición del mercado productos que cumplan con todos los requisitos pertinentes. Es importante añadir que durante el periodo de este reporte, no presentamos ningún incumplimiento sobre el tema.

Sin embargo, en 2022, identificamos una dificultad importante vinculada con el futuro cambio de regulación y las nuevas exigencias respecto al etiquetado de los productos. La nueva ley, promulgada en 2021, señala que se deberá informar las calorías de las bebidas alcohólicas, sin embargo, no existe un instructivo que indique aspectos técnicos como, por ejemplo: en base a cuántos ml se debe realizar la medición. Por esta razón aún no contamos con un procedimiento claro para adecuarnos a la normativa.

Sensory Global Brands

A nivel global, existe un indicador llamado Sensory Global Brands el cual mide la calidad de las marcas globales producidas de AB InBev (Stella Artois, Budweiser, Corona) en distintos países.

Para realizar esta medición cada unidad/operación envía a paneles sensoriales (expertos degustadores) de la zona/globales las marcas que produce, en los cuales se evalúan asignándole una nota en escala de 1 a 9.

En particular, las marcas globales se envían a paneles sensoriales en Estados Unidos, Bélgica, Brasil y México que evalúan el alineamiento de la cerveza elaborada en nuestra planta con el perfil de la marca. Así, desde el segundo semestre de 2021 la producción de Chile lidera el ranking en SAZ (South American Zone). Es decir, producimos las mejores marcas globales de la zona.

Consumo responsable y moderación



Debido a cómo está articulada nuestra agenda de sostenibilidad, manejamos metas sobre consumo responsable a nivel global. De todas formas, cada país puede aportar a las metas globales. Estas son un lineamiento general que establece los porcentajes, los indicadores o las acciones específicas que se deben cumplir.

Con miras al 2025, a nivel global contamos con cuatro metas principales de consumo responsable:

Seguridad vial

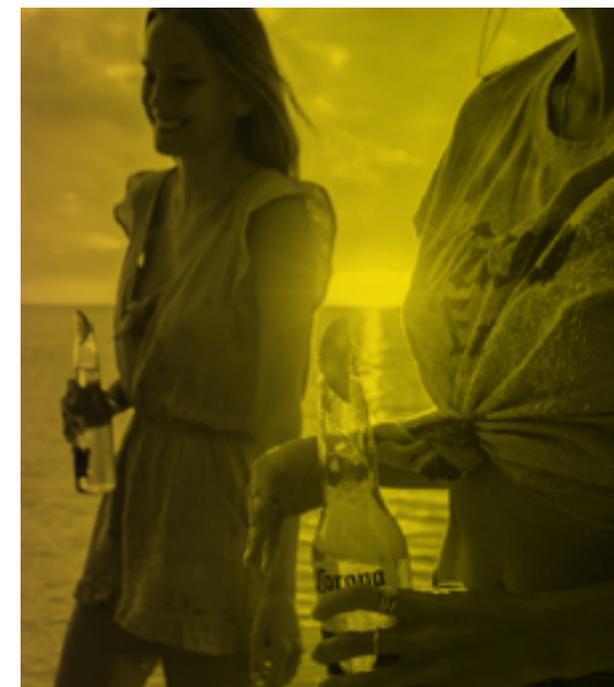
Siendo el consumo nocivo de alcohol la principal causa de accidentes viales, nuestra segunda meta es disminuirlo en un 10 %. Para lograr esta disminución, todos los años, nuestra Fundación Cervecería AB InBev, con sede central en Estados Unidos, realiza concursos de financiamiento a proyectos que apunten a la seguridad vial, como concientización, intervenciones viales y alianzas con *stakeholders* (municipios, agentes de gobierno, carabineros, entre otros).

Durante 2022 desde Chile postulamos un proyecto de seguridad vial que consistía en intervenir los puntos más críticos de accidentes automovilísticos en la comuna de Quilicura, donde se encuentra nuestra planta. Comenzamos realizando un diagnóstico a nivel general para identificar dónde se encontraban esos puntos.

De este análisis recopilamos los doce puntos con más accidentes y los agrupamos en un portafolio de proyectos para intervenirlos de manera concreta, dilucidando la razón de la cantidad de accidentes en esas zonas. A futuro, se pretende construir una obra ingenieril que apunte a reducir los niveles de siniestros viales. Dado que la Fundación AB InBev exige contar con una contraparte técnica en temas de vialidad, para este proyecto, nos aliamos con la Fundación Emilia.

Inversión en iniciativas

La primera es invertir entre todas las cervecerías que componen Cervecería AB InBev un billón de dólares en iniciativas de concientización de consumo responsable. Esto se realiza a través de la plataforma *One Boys*, en la que se registra cada vez que se realiza un desembolso vinculado al consumo responsable. Con el fin de alcanzar esta meta en 2025, se les indica a todos los paquetes de marketing que inviertan al menos un 5 % de su presupuesto en iniciativas de consumo responsable.



Consumo responsable y moderación

En 2022, se realizaron diagnósticos y se analizaron los resultados, sobre todo estadísticos. Identificamos los rangos etarios, los días y las horas de mayor ocurrencia de accidentes. El análisis se hizo en la comuna de Quilicura y a nivel nacional. Gracias a este estudio, se llegó a la conclusión de que el mayor problema se relaciona con el mal estado de las calles de la comuna: grietas, señaléticas no visibles y en cantidad insuficiente. Consecuentemente, para 2023, planeamos intervenir los puntos más conflictivos, por ejemplo, con el demarcado de pintura y aumentando el número de señaléticas y la cantidad de pasos de cebra.

Para finales de 2023, deseamos haber generado un contraste con respecto a la cantidad de accidentes viales en los 12 puntos, en comparación con años anteriores. Si así fuera, podríamos determinar si las intervenciones han surtido efecto o no. Esperamos a futuro completar nuestros esfuerzos apuntando al peatón y al conductor.

Cero alcohol:

La tercera meta es lograr que el 20 % del volumen total de cerveza producida sea NAB y LAB (*Non Alcoholic Beer – Low Alcoholic Beer*). A finales de 2023, tenemos planeado realizar una fuerte campaña para nuestra línea cero alcohol, ya que durante el año tres de nuestras marcas lanzarán su formato cero alcohol.



Etiquetado:

Nuestra preocupación por el consumo responsable es afín a la nueva Ley de Alcoholes 21363. Por ello, la cuarta meta que nos propusimos es añadir en el etiquetado mensajes de concientización sobre el consumo nocivo de alcohol.

Nos llena de orgullo ser la primera empresa en realizar aportes concretos —no solo teóricos— en la temática de consumo responsable. Por lo tanto, en 2023 nuestro foco estará en trabajar en terreno por la seguridad vial, incluyendo intervenciones ingenieriles, campañas de concientización, integración con aplicaciones y llegada al peatón.



Satisfacción y experiencia del usuario y el cliente

GRI 418



En Cervecería AB InBev nos ocupamos de que nuestros clientes y consumidores tengan una buena experiencia con nuestros productos, de manera de que nos prefieran y vuelvan a elegirnos. Para gestionar el nivel de satisfacción del cliente y su fidelidad, utilizamos el indicador Net Promoter Score (NPS). Este indicador está compuesto por una encuesta que se modifica según la necesidad y el objetivo de la organización.

La encuesta se aplica a puntos de venta que tengan al menos dos meses con Cervecería AB InBev, y se realiza de manera telefónica o presencial con una visita de vendedor. Para asistir en esta tarea, contamos con un área de inteligencia de negocios que se encarga de calcular una muestra representativa de los canales por región (mayoristas, restaurantes, bares y botillerías). El llamado al punto de venta lo hacemos a través de un proveedor externo, mediante el cual realizamos la encuesta de tres niveles: nivel 1, sobre NPS; nivel 2, sobre los *drivers* primarios y nivel 3, sobre los *sub drivers* o *drivers* secundarios. El tiempo de duración de los llamados no es más de cinco minutos.

En el nivel 1, se pregunta:

En una escala de 0 a 10, ¿qué tan probable es que le recomiende Cervecería AB InBev Chile a otro negocio como el suyo? (Donde 0 es "poco probable" y 10 es "muy probable"). Las respuestas son distribuidas entre detractores (del 1 al 6), neutrales (del 7 al 8) y promotores (del 9 al 10). En Cervecería AB InBev, consideramos solamente promotores y detractores, dejando fuera a los neutrales, por lo cual nuestro NPS es altamente desafiante para la compañía.

Luego de que la persona encuestada asigne un puntaje, se pasa al nivel 2, con la pregunta: ¿Cuál es la razón principal por la que calificó a Cervecería AB InBev con esta puntuación? Las respuestas corresponden a diferentes opciones como razones de la calificación: vendedor y toma de pedidos; productos, precios y promociones; forma de pago y crédito; experiencia de entrega; servicio de atención al cliente; y, materiales de apoyo y retornables.

Satisfacción y experiencia del usuario y el cliente

GRI 418

Dependiendo de la opción indicada por el encuestado, en el nivel 3, se le harán preguntas relacionadas únicamente con la razón principal indicada en el nivel 2. En otras palabras, el nivel 3 apunta al motivo de fondo por el cual nos calificó de la manera que lo hizo. Por último, se invita a la persona encuestada a dejar un comentario adicional.

Los resultados anteriores son analizados para determinar en qué nivel de satisfacción al cliente nos encontramos, en una escala de -100 a 100 puntos. En 2022, logramos aumentar en 12 puntos el nivel de satisfacción del consumidor versus 2021, lo cual representa una mejora considerable considerando los cambios realizados en la distribución. Gracias al trabajo conjunto con nuestros stakeholders principales se logró este aumento.

Durante el 2022 integramos a nuestros principales *stakeholders* en la medición de NPS por región. Luego de recopilar estos datos, realizamos una presentación de resultados en cada una de las regiones, para comunicar la evolución del NPS, el comportamiento a nivel local, promotores y detractores de la empresa,

situaciones que afectaron positiva o negativamente a los resultados y, en caso de ser necesario, las acciones correctivas para mejorar la operación.

Una de las razones por las que en 2022 aumentó el NPS fue la integración de nuevos *stakeholders* clave. En ese contexto, nos juntamos todos los meses con los jefes de zona de Cervecería AB InBev para presentarles el comportamiento de su zona el mes anterior, cómo avanzó la encuesta, qué acciones concretas se podrían tomar, qué cosas se podrían cambiar o mejorar, etcétera. También influyó que empezamos a integrar a los *bottlers*: Coca-Cola Andina y Embonor. Y la última razón que queremos destacar es el trabajo entre las distintas áreas, por ejemplo: si un punto de venta realiza reclamos por falta de material de apoyo publicitario para la botillería; o hay un restaurante que no está recibiendo suficiente material como vasos, chops, etc., podemos derivar la notificación al área correspondiente, lo que nos permite responder dudas y solicitudes en menor tiempo. Como meta 2023, nos propusimos aumentar el valor del NPS y mejorar la experiencia de entrega a través de Andina y Embonor.



Satisfacción y experiencia del usuario y el cliente

GRI 418

Por otro lado, parte importante de la experiencia del cliente se relaciona con la recolección, retención y análisis de datos, ya sea de nuestros clientes, de colaboradores o de usuarios. Es por eso que durante 2022 conformamos un área especializada en ética digital que se encargue de establecer los lineamientos de gestión y de supervisar el correcto manejo de la información.

Uno de los primeros pasos fue establecer los tres pilares de trabajo: tomar solo los datos que se indicó que iban a ser utilizados, proteger dichos datos y ser completamente éticos en la labor. Para guiar el cumplimiento de estos pilares contamos con la política de retención de datos personales y la política de privacidad de datos (ambas publicadas y disponibles en nuestro sitio web). Estas estipulan los términos y condiciones referentes al tratamiento y la utilización de datos. Sumado a esa guía, nos regimos por el *General Data Protection Regulation (GDPR)*, lo cual nos compromete a tener un alto nivel de desempeño en el tema.

Para determinar la confiabilidad de las plataformas de tratamiento y almacenamiento de datos, utilizamos el procedimiento *Privacy Impact Assessment (PIA)* de la plataforma *One Trust*. Este procedimiento funciona con inteligencia artificial especializada en detectar riesgos cibernéticos y brechas de gestión, por lo que nos permite realizar una constante verificación de nuestros

sistemas, mejorar continuamente los controles de seguridad para mitigar las amenazas y robustecer nuestros propios estándares de ciberseguridad.

Cabe destacar que nuestros esfuerzos en ética digital tienen un enfoque de usuario, es decir, no importa si quienes mantienen una relación con nosotros son clientes, colaboradores o visitantes de nuestra página web: por el simple hecho de interactuar con alguna de nuestras plataformas, asumimos el compromiso de proteger los datos que se nos entregan. Por lo mismo, contamos con procedimiento para tratar los reclamos asociados al tema (Data Subject Request - DSR). Estos reclamos llegan directamente a los encargados de *e-commerce* de las páginas web, quienes son los responsables de dar respuesta a cada uno de ellos. Al mismo tiempo, nuestro equipo de ética digital se encarga de monitorear e informar mensualmente la cantidad de DSR que se reciben, y exige que la tasa de respuesta sea de un 100 %. Posteriormente, el mismo grupo elabora un reporte al equipo global de AB InBev.

Gracias a todos estos esfuerzos y medidas, podemos comunicar que durante 2022 no recibimos ningún reclamo relacionado con la violación de la privacidad o la pérdida de datos del cliente.

Relación con la comunidad

GRI 418



En Cervecería AB InBev el bienestar de las comunidades locales es un pilar fundamental a la hora de establecer nuestra estrategia empresarial. Por esta razón, es de suma relevancia la comunicación directa, la cooperación y la colaboración con las comunidades en donde operamos. Así, hemos trabajado en equipo para desarrollar una serie de proyectos e iniciativas que respondan a las necesidades comunitarias y mejoren la calidad de vida.

Agua Segura

Continuamos desarrollando proyectos dentro del programa Agua Segura con el cual buscamos abastecer de agua potable a comunidades con alto estrés hídrico. Ver detalle del programa

Feria de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad

Realizamos la primera Feria de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad, junto a la Ilustre Municipalidad de Providencia, donde participaron 23 grandes empresas (como Grupo Falabella, EY, SMU, WOM, Natura, Soprole, Pepsico, entre otras empresas, ofreciendo +1.200 ofertas de trabajo en todo tipo de labores, y donde asistieron +1.500 personas.

Alas Técnicas

Además de los programas de inclusión laboral desarrollamos, junto a la Corporación Educacional SOFOFA, Alas Técnicas, un programa de formación a estudiantes de Liceos Técnicos Profesionales (TP), el cual, a través de la creación de un modelo pedagógico, entrega herramientas teóricas y prácticas en las especialidades Neumática, Electroneumática y Programación PLC.

Esta iniciativa pretende que los jóvenes tengan una formación alineada con los requerimientos de la industria, de manera de poder entregarles mejores oportunidades laborales en el futuro. Para este programa

Cervecería AB InBev construyó un laboratorio en sus instalaciones donde los estudiantes pudieron operar maquinaria que simula los procesos propios de la elaboración de cerveza, siempre guiados por colaboradores de la compañía.

En esta primera versión participaron más de 60 alumnos de los liceos técnicos profesionales José Miguel Carrera en Quilicura y Benjamín Dávila en Renca, quienes desde septiembre de 2022 asistieron a las jornadas de clases en los simuladores de la planta.



Relación con la comunidad

GRI 418

Road Safety

En Chile la siniestralidad vial es uno de los principales desafíos en términos de seguridad y salud; puesto que generan alrededor de 1.500 fallecimientos al año; donde más del 10 % de los mismos se atribuye a conducción bajo la influencia del alcohol. Por esto, para Cervecería AB InBev es fundamental desarrollar medidas que incentiven el consumo responsable y proyectos de seguridad vial que apunten a generar una cultura de moderación.

Así, nace el proyecto de Seguridad Vial *Road Safety*, con un componente de intervención directa en los lugares con gran tasa de siniestralidad vial en lugar de las tradicionales campañas de concientización. Se buscó generar un impacto medible y escalable con el objetivo concreto de reducir los accidentes de tránsito y, por ende, la tasa de mortalidad asociada a los mismos. Para lograr esto, se estableció una alianza con la Fundación Emilia, que permitió identificar 12 puntos de la comuna de Quilicura con la mayor incidencia de accidentes. A partir de esta información, se diseñó un portafolio de intervenciones específicas para abordar dichos puntos.

Se intervinieron tres puntos, que serán medidos durante 2023 y se apunta a seguir escalando el resto para cubrir la totalidad de puntos en Quilicura.

Encuentro de Desarrollo Económico Local

En 2022 decidimos realizar por primera vez nuestro Encuentro de Desarrollo Económico Local en Chile. El objetivo era de promover el relacionamiento entre emprendedores y grandes empresas. El evento contó con espacios de *networking* y rondas de presentación para que diferentes emprendimientos pudieran mostrar sus propuestas y optar a convertirse en proveedores de grandes empresas.

Gracias a una alianza público-privada, el encuentro se desarrolló en la Corporación Cultural de La Reina y en el marco de la Semana de la Pyme. La instancia, desarrollada con el apoyo del Ministerio de Economía, la Municipalidad de La Reina, la Asociación de Municipalidades (AMUCH) y la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAPYME), contó con la participación de empresas como Andina, Spread, The Live Green, Sodexo, Lipigas, Empack, Cabify, Esmax, Linde y Nespresso y convocó a más cien emprendedores.

Así, esperamos repetir esta instancia durante 2023 y conectar a más grandes empresas con emprendimientos para impulsar el desarrollo económico en Chile.



Impacto

Ambiental

“

Somos conscientes de los impactos ambientales de nuestra operación, por eso estamos constantemente en la búsqueda y desarrollo de iniciativas que nos permitan reducir nuestro consumo hídrico y energético, mitigar las emisiones, proteger y restaurar espacios naturales y promover una agricultura sostenible, todo esto para asegurar la regeneración y disponibilidad de los recursos, tanto para nosotros como para las generaciones futuras.

”

Gestión de residuos y economía circular

GRI 301 306

Materiales

Nuestro objetivo principal es utilizar un menor porcentaje de material virgen en nuestros productos. En base a este propósito, comenzamos a gestionar cada uno de los tipos de material que usamos en la operación.

El primero de ellos es el vidrio. Actualmente nuestros procesos cuentan con alrededor de un 30 % de vidrio reciclado. Queremos aumentar ese porcentaje, sin embargo, nos enfrentamos a una problemática a nivel país: en Chile hay muy poca disponibilidad de vidrio reciclado. Por eso, durante 2022 nos enfocamos en buscar alternativas para obtener este insumo desde otras fuentes y facilitar la labor de los proveedores. Pese a ello, por ahora no contamos con suficientes opciones, debido a nuestra alta demanda de material, pero nos comprometemos a seguir investigando.

El segundo insumo es el aluminio de las latas. En este caso la situación es muy distinta a la del vidrio; de hecho, estamos a punto de alcanzar el porcentaje máximo de componente reciclado que permite una lata. Esto se

ha conseguido gracias al nuestro análisis constante en busca de mejores opciones, a iniciativas innovadoras y, por supuesto, al trabajo colaborativo entre las partes involucradas.

El plástico es el tercer material que necesitamos. Lamentablemente el tipo de plástico que utilizamos en nuestra operación no es reciclable, razón por la que implementamos otro tipo de medidas de compensación, como reemplazar el film que envuelve los *pallets* de las bodegas por mallas reutilizables e intentar no trabajar con el material en estado virgen, entre otras. Esperamos que durante 2023 podamos ejecutar mayores cambios que aún están en proceso de análisis.

Por último, en cuanto al material utilizado en marketing y *merchandising* o en áreas que no tienen directa relación con la producción de la cerveza, decidimos comprar o mandar a hacer productos que no sean desechables de un solo uso, y que puedan ser reutilizados en otras campañas o eventos.

Peso total de los materiales utilizados para producir y envasar los productos, clasificados por tipo de material

173.563 t

Materiales renovables utilizados para producir / envasar

178.899 t

Materiales no renovables utilizados para producir / envasar

* Peso en toneladas

Porcentaje de productos y materiales de envasado recuperados por cada categoría de producto*

Categoría del producto	Porcentaje de productos y materiales de envasado recuperados
Aluminio	16%
Vidrio	26%
Cartón	51%

* Los datos se han recopilado en base a planillas de las áreas de supply, envasado y logística; y han sido contrastados con declaración ante el sistema integrado de gestión (SIG) por Ley REP, y Estudios de recolección de material ANIR.

Residuos

Conscientes de la importancia del correcto manejo de los residuos y de la relación de ese manejo con la estrategia de sostenibilidad de Cervecería AB InBev, en 2022 conformamos un comité voluntario de circularidad, cuyo objetivo es mejorar la comunicación entre las áreas de logística y producción, para difundir entre ellas las buenas prácticas que mantienen cada una por separado. En cuanto a la gestión, el comité propuso tres metas generales:

- Trabajar para valorizar todos los residuos, lo que denominamos "Derrame cero".
- Establecer un protocolo de manejo de activos fijos.
- Ser una empresa *zero waste* certificada.

En el área de producción, nuestros residuos se dividen en orgánicos e inorgánicos. Los orgánicos son nuestros residuos principales y provienen directamente de los procesos de elaboración de cerveza. Estos residuos cuentan con una alta tasa de revalorización dado que, según su estado, se destinan a compostaje o alimentación de animales. Por este motivo nuestro índice de reciclabilidad es de aproximadamente un 98 %.



Los residuos inorgánicos se tratan de manera distinta. Entre estos encontramos mayormente vidrio y aluminio, y en menor proporción, plástico y cartón. Los residuos de este tipo que se generan durante el proceso de producción (ya sea porque se rompe una botella o una lata durante el envasado, o desempacamos materia prima que contenía film plástico) se envían a la isla ecológica ubicada en el interior de las instalaciones de la planta, y es administrada por el gestor de residuos Resiter. Allí se trata cada uno de los materiales según corresponda y se destinan a diferentes lugares. Por ejemplo, el vidrio se muele y se envía a una planta de reciclaje, mientras que el aluminio es devuelto a los proveedores para que puedan reutilizarlo.

Las ganancias económicas que se generen gracias a esta revalorización de los materiales es destinada a financiar el funcionamiento de la isla de reciclaje, y un porcentaje se destina al sindicato de trabajadores.

En cuanto al área de logística, tomamos en consideración dos tipos de procesos: la devolución y la merma por inventario.

La merma por inventario se refiere a la cantidad de productos que se quedan en nuestras bodegas por no cumplir con algunos estándares necesarios para su despacho. Por ejemplo, algunos supermercados aceptan los productos solo cuando estos tienen entre 3 o 6 meses de vida útil antes de ser considerados caducos según la fecha de vencimiento indicada en sus etiquetas. Por ende, si existen en inventario productos con fecha de caducidad conflictiva, no se despa- chan a ningún punto de venta, para evitar posibles conflictos. En ese caso, lo que hacemos es redirigirlos para utilizarlos en los eventos internos de la empresa, que se den, por supuesto, antes de la fecha de caducidad.

Si bien tenemos bastante formalizados e interiorizados los procesos de separación de residuos a nivel de producción, no ocurre lo mismo en el área de logística. Logramos identificar esta brecha de gestión durante el periodo 2022, y luego de un análisis para comprender el motivo, descubrimos que se relacionaba directamente con la cultura del reciclaje. Estas áreas se encuentran ubicadas en lugares distintos: producción se ubica en la planta de Quilicura y logística en la planta

Residuos

de Vitacura. Y pese a que ambas cuentan con contenedores para separar los residuos, los colaboradores de Vitacura no han recibido capacitación en el tema, por lo que los contenedores no se utilizan de manera correcta. Es por ello que entre las diferentes tareas que tiene el comité de circularidad se encuentra la de mejorar la comunicación entre dichas áreas, facilitando el traspaso de la información y las costumbres.

Pese a que aún tenemos algunos aspectos que desarrollar y mejorar de manera interna, creemos que es momento de considerar el manejo responsable de residuos en nuestra cadena de abastecimiento. Por eso, nuestra meta para 2023 es añadir indicadores relacionados con el tema como requisito al momento de evaluar la contratación de los proveedores. Lo que así pretendemos es no solo elegir al proveedor por asuntos económicos, sino que también en base a criterios de sostenibilidad.

Cabe destacar que durante 2022 no hemos recibido ninguna multa o sanción respecto de nuestra gestión de residuos.

Residuos generados

Peso total de los residuos generados, desglosado según su composición	
Composición de los residuos	Peso en toneladas métricas
Bagazo	34.490,983
Cajones molidos	331,78
Cartón	443,153
Latas de aluminio	79,32
Levadura húmeda	10.135,88
Líquido no conforme	1.624,42
Lodo aeróbico de BTS	2.272,10
Paletas descartables	5,4
Maltería: polvo	118,01
Plástico: bidones	7,57
Plástico: film - termocontraible	105,36
Plástico: zunchos	25,22
Tierra filtrante	1.235,31
Vidrio	2.260,55
Residuos especiales / peligrosos	25,04
Residuos generales	939,31
Residuos peligrosos	15,30

* Los datos se obtuvieron de las guías de despacho a cada gestor de residuos y de la totalidad de los residuos pesados.



Residuos

Residuos no destinados a eliminación

Peso total de residuos no destinados a eliminación, desglosados según su composición	
Composición de los residuos	Peso en toneladas métricas
Bagazo	34.490,98
Cajones molidos	331,78
Cartón	443,15
Latas de aluminio	79,32
Levadura húmeda	10.135,88
Líquido no conforme	1.624,42
Lodo aeróbico de BTS	2.272,10
Paletas descartables	5,4
Maltería: polvo	118,01
Plástico: bidones	7,57
Plástico: film - termo contraíble	105,36
Plástico: zunchos	25,22
Tierra filtrante	1.235,31
Vidrio	2.260,55
Residuos totales	53.135,05

*Los datos se obtuvieron de las guías de despacho a cada dispositor y de la totalidad de los residuos pesados.

Peso total de residuos no peligrosos, no destinados a eliminación por operación de valorización, en toneladas métricas [t]

Residuos no peligrosos	Fuera de las instalaciones
Preparación para la reutilización	0
Reciclado	3.258,35
Otras operaciones de valorización	49.876,70
Total	53.135,05
Residuos evitados	53.135,05

*Los datos se obtuvieron de las guías de despacho a cada dispositor y de la totalidad de los residuos pesados.

Residuos destinados a eliminación

Peso total de residuos destinados a eliminación, desglosados según su composición.	
Composición de los residuos	Peso en toneladas métricas
Hidróxido de fierro	6,49
Huáipes	0,08
Residuos de laboratorio	0,16
Residuos peligrosos	0,41
Respel aceite	0,08
Respel aceite con amoníaco	0,08
Respel ácido	0,48
Respel ácido fosfórico	5,2
Respel adhesivo	0,16
Respel epps contaminadas	0,08
Respel parafina	2
Tubos fluorescentes	0,08
Basura general	939,31

* Los datos se obtuvieron de las guías de despacho a cada dispositor y de la totalidad de los residuos pesados.

Residuos

Residuos destinados a eliminación por operación de eliminación, en toneladas métricas (t)

Residuos no peligrosos	Fuera de las instalaciones
Incineración (con recuperación energética)	0
Incineración (sin recuperación energética)	0
Traslado a un vertedero	939,31
Otras operaciones de eliminación	15,30
Total	954,61

* Los datos se obtuvieron de las guías de despacho a cada dispositivo y de la totalidad de los residuos pesados.



Agua

GRI 303

Proceso productivo



La cerveza es agua en su mayor proporción y la calidad del agua puede afectar significativamente el sabor, el aroma, la claridad y la consistencia de la cerveza. Sin embargo, la importancia que le damos a la gestión de este recurso sobrepasa su protagonismo como principal materia prima de nuestros productos. Esto se debe a que entendemos que es un recurso compartido con el medio ambiente y la sociedad, y que su extracción indiscriminada afecta de manera negativa los ecosistemas locales y la disponibilidad de agua potable para las comunidades cercanas. Por lo tanto, consumir altas cantidades de agua conlleva también la responsabilidad de restituir lo consumido y manejarlo de manera eficiente.

Por esta razón, durante 2021 realizamos un análisis de buenas prácticas operacionales en la industria mundial de la cerveza, para evaluar

cuántas y cuáles prácticas ya estaban presentes dentro de nuestras labores diarias. El resultado arrojó que, del total de buenas prácticas identificadas, solo el 23 % se implementaban en nuestra operación interna.

Lejos de desmotivar el trabajo del área vinculada, consideramos que era una oportunidad de mejora significativa y, por eso, durante 2022 tomamos las distintas prácticas identificadas como guía de nuestro desarrollo.

El primer desafío fue construir detalladamente la línea base del consumo de los principales equipos y de los diferentes sectores de producción. Para ello construimos el mapa del agua, donde identificamos todo el proceso productivo en el cual el agua participa, el tipo de agua que se utiliza en cada una de las etapas, el tipo de equipo y el tipo de línea correspondiente. Con el ciclo operacional del agua completo, comenzamos a ejecutar algunas iniciativas pequeñas que nos permitirán, en el futuro, relevar datos específicos del consumo. Una de ellas fue la reposición y actualización de los caudalímetros. Esta última acción nos permitió mejorar la calidad de los datos relacionados al consumo hídrico del 2022, que se componen de la siguiente manera:

	Cantidad (megalitros)	Tipo de agua	Zona
Consumo total de agua	1.633,30	Agua subterránea	Planta Quilicura
Extracción total de agua	1.633,30	Agua subterránea	Planta Quilicura
Vertido total de agua	594,22	Agua de terceros	Planta Quilicura

Agua

GRI 303

Proceso productivo

El segundo desafío se basó en la reutilización del agua residual de los procesos operacionales. Este es el caso del rinser de la línea de producción número uno. El rinser se utiliza para limpiar las botellas de un solo uso almacenadas (one way), eliminando el polvo antes de envasar el producto. Por lo tanto, el agua residual del proceso no se ve afectada en términos de calidad y podemos así trabajar en cómo utilizarla por segunda vez en procesos que no impliquen contacto directo con la cerveza.

El tercer desafío se encontró en la línea número dos, la más antigua de la planta. En esta línea advertimos dos problemas: la toma de enfriamiento del pasteurizador se encontraba fuera de funcionamiento y las válvulas de lubricación de las cintas transportadoras de la línea estaban constantemente abiertas pese a que no era necesario; de hecho, las cintas del resto de las líneas cuentan con válvulas temporizadas que abren y cierran el sistema de acuerdo a la necesidad de lubricación, para reducir el consumo de agua. Ambas situaciones fueron corregidas de forma paralela.

El cuarto desafío fue modificar el proceso de funcionamiento de la planta de producción de agua desaireada. Este tipo de agua se utiliza en procesos de elaboración y envasado del producto, debido a que la cerveza no puede entrar en contacto con partículas de oxígeno que oxidan su estado. Para asegurar que nuestros productos se elaboren de manera correcta contamos con una planta de producción de agua desairada. Sin embargo, notamos que la planta al arrancar, necesita ajustar los parámetros de oxígeno y temperatura del agua, y para eso, elimina los litros iniciales que no cumplen con dichos parámetros, generando un residuo de agua en perfectas condiciones. Como modificación, implementamos un circuito cerrado que permite recircular el agua al interior de la misma planta hasta que alcance los parámetros necesarios.

En el cierre de 2021, uno de los KPIs internos indicó que para producir un litro de cerveza se utilizaban 4,24 litros de agua, pero gracias a todas las modificaciones implementadas, ese número descendió a 3,97 durante 2022.

Para 2023 esperamos continuar desarrollando iniciativas que nos permitan reducir el consumo hídrico en el área operacional, así como también reemplazar los productos químicos que se utilizan en el proceso de limpieza antes del envasado y reutilizar el agua de retrolavado de las torres y condensadores evaporativos.



Agua

GRI 303

Para comunidades

Impacto social del agua

En Chile venimos experimentando sequía desde hace aproximadamente once años, por lo tanto, año tras año se acrecienta la relevancia de gestionar el consumo hídrico para hacerlo lo más eficiente posible. Sin embargo, debido a la extracción excesiva y continua, algunos sectores del país no tienen acceso a agua potable, disminuyendo así rotundamente la calidad de vida de las personas del entorno.

Por este motivo, en Cervecería AB InBev trazamos nuestra estrategia ambiental bajo un foco integral que considera tanto el consumo operacional de producción, como el impacto ecosistémico que tiene dicho consumo, analizando diferentes maneras de mitigar y compensar los impactos negativos. De acuerdo a este propósito, desarrollamos el Programa Agua Segura por segundo año consecutivo. El objetivo del programa es establecer alianzas estratégicas con organizaciones que cuentan con iniciativas para llevar agua potable a comunidades afectadas por la sequía, potenciando el desarrollo de sus ideas. Entre estas organizaciones se encuentran:



Fundación Amulen

su objetivo es desarrollar e implementar sistemas de agua a través de distintos proyectos a lo largo del país. Como organización, hemos establecido una alianza de financiamiento de los proyectos “Agua para Aprender” de tratamiento de agua y de recolección de agua lluvia.

Ingeniería para Chile

iniciativa de la Universidad Católica cuyo objetivo es entregar agua en la séptima región del país mediante proyectos de reutilización de aguas grises o de generación de redes de abastecimiento de agua potable.

Plasma Waters

esta *startup* chilena busca instalar sistemas de tratamiento de aguas en diferentes colegios que se ubican en zonas de sequía. Si bien la iniciativa comenzó en 2021, durante 2022 aumentamos el alcance del proyecto.

Ingeniería Sin Fronteras:

dirigida a entregar agua en Quilicura, comuna de la Región Metropolitana en donde se ubica nuestra planta de producción. A través de esta iniciativa, se levantó un informe comunal —con especial atención en las comunidades Rigoberto Jara 5 y Los Benedictinos— para hacer un diagnóstico de las repercusiones concretas que la intermitencia del servicio de agua genera en el sector. Esto nos permitirá trabajar en las propuestas de reparación.



Para mantener el seguimiento de cada uno de estos proyectos y alianzas contamos con un *dashboard* interno que se actualiza mensualmente. En este panel podemos visualizar el desarrollo de las iniciativas y rescatar los resultados de cada una de ellas. Al respecto, hoy nos impulsa afirmar que durante 2022 impactamos de manera positiva a un total de 1.289 personas, y desde el inicio del Programa Agua Segura, a un total de 2.124 habitantes. Nuestra meta para el 2030 es entregar agua a 30 mil personas.



Energía

GRI 302

Es para Cervecería AB InBev de suma importancia gestionar el consumo energético. No solo porque va de la mano con el aumento de las medidas de sostenibilidad de la empresa, sino también por la reducción de costos operativos y el aumento de nuestra competitividad en el mercado.

Consumo energético dentro de la organización*

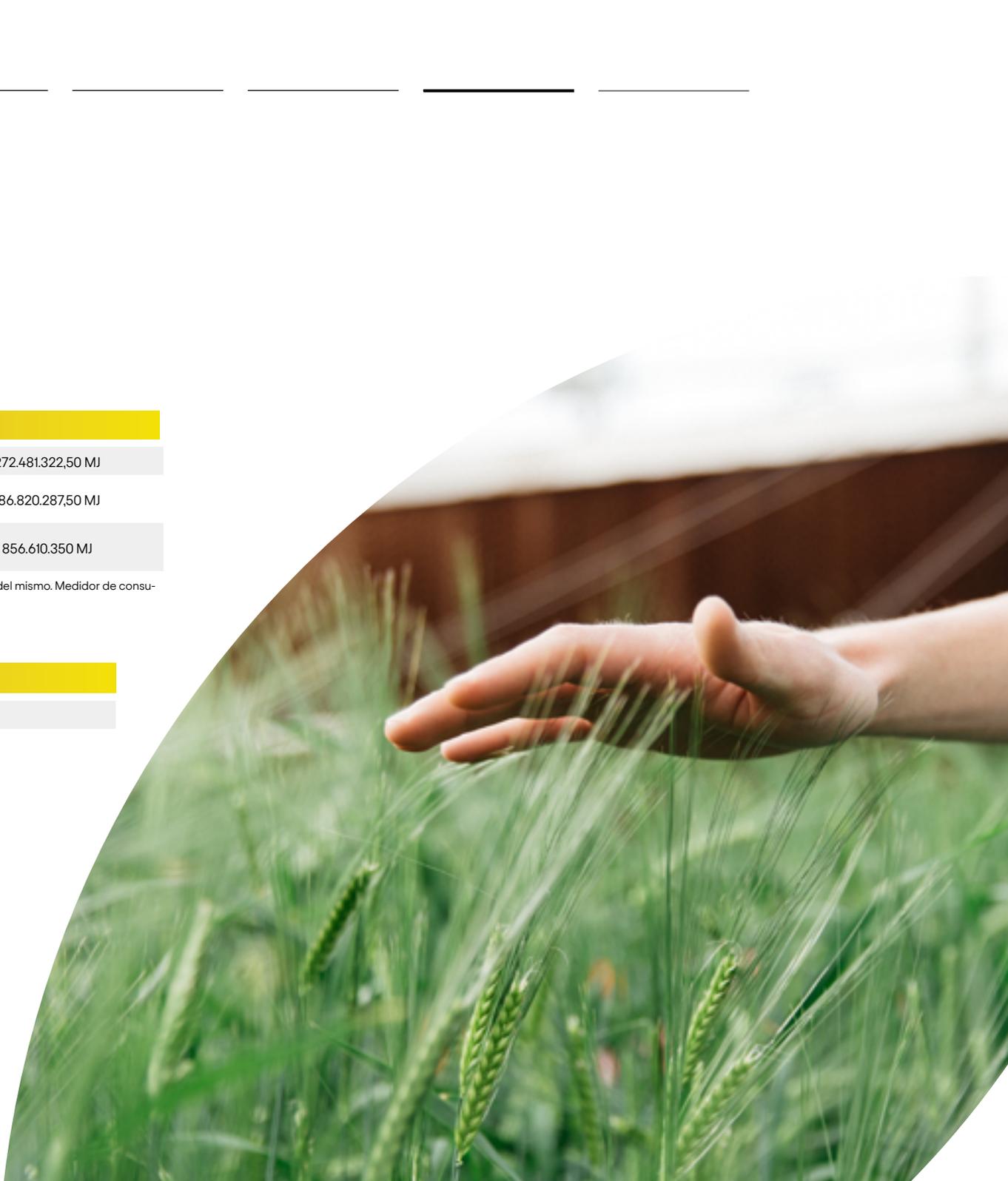
El consumo total de energía dentro de la organización	272.481.322,50 MJ
El consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización	186.820.287,50 MJ
El consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización	856.610.350 MJ

*Las herramientas de cálculo utilizadas se basaron en Medidor proveedor de gas y calor específico inferior del mismo. Medidor de consumo eléctrico del proveedor de electricidad, conversión de kWh a MJ.

Total de energía consumida según la siguiente clasificación

Total de electricidad consumida	85.661.035,00 MJ
Total de vapor consumido	186.820.287,50 MJ

A esto le sumamos la implementación de una plataforma web en donde todas las cervecerías pertenecientes a AB InBev Global comparten las buenas prácticas operacionales relacionadas a la gestión energética, lo que facilita la implementación y difusión de diferentes iniciativas y experiencias. En relación a esta última, cabe destacar que contamos con un plan de capacitaciones mensuales en donde se informa a todos los colaboradores sobre las distintas formas de cuidar la energía durante las labores diarias de trabajo. Al mismo tiempo, cualquier área o turno puede levantar una solicitud de capacitación en caso de que la requieran.



Energía

GRI 302

Pero sin duda, la iniciativa más destacable de 2022 fue la digitalización de los sistemas porque nos facilitará la recopilación de datos, la generación de gráficos de tendencia y el análisis de indicadores, entre otros pasos.

Actualmente la energía que compramos proviene en un 100 % de fuentes sostenibles.

Intensidad energética

El ratio de intensidad energética	121,4 [MJ/hl]
Los parámetros específicos seleccionados para calcular el ratio	Volumen de cerveza envasada
Tipos de energía incluidos en el ratio de intensidad	Electricidad y vapor
¿El ratio abarca el consumo energético dentro de la organización, fuera de ella o ambos?	Dentro de la organización

Reducción del consumo energético

Total de reducción de consumo energético obtenido como resultado directo de las iniciativas de conservación y eficiencia	Reducción de 125,59 [MJ/hl] en el Q1, a 109,71 [MJ/hl] en el Q4 del año 2022
Tipos de energía incluidos en dicha reducción	Electricidad y vapor
Parámetro seleccionado para el cálculo de la reducción del consumo energético	Consumo de energía por volumen de cerveza envasada



Emisiones de carbono y acción climática

GRI 305, 304, 308 y 307



En Cervecería AB InBev hemos asumido el compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono para 2040, a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Este enfoque se desprende del análisis de cifras obtenidas en 2022, el cual indicó que más del 85 % de nuestra huella de carbono es de carácter indirecto, es decir: proviene de colaboradores y proveedores externos. Para alcanzar este compromiso, nos hemos propuesto como meta de desarrollo reducir las emisiones de CO2 directas e indirectas en un 25 % para 2025.

Además realizamos un análisis de emisiones que nos permitió recopilar suficiente información como para ya proponer acciones de mitigación y compensación.

En cuanto a logística, continuamos con nuestra iniciativa de camiones a gas, y nos mantenemos en la búsqueda de nuevas opciones de combustibles con menor impacto negativo. En ese sentido, estamos evaluando la posibilidad de conformar una flota de camiones, esta vez, a base de energía eléctrica.

En el área de insumos (lúpulo, cebada, entre otros), los criterios de selección consideran aspectos como la calidad, disponibilidad y capacidad de responder a la alta demanda de nuestras operaciones, pero no contemplan la variable de las emisiones. Esperamos poder sumar algunos indicadores que nos permitan sopesar este tema al momento de seleccionar nuestros proveedores.

Sumado a ello, estamos trabajando en una iniciativa de autosuficiencia de CO2. Por ahora, para la producción de cerveza les



compramos a proveedores locales aproximadamente 200 toneladas de CO2 mensuales. Estamos evaluando la manera más eficiente de capturar la totalidad del CO2 que se produce en el proceso de fermentación y purificarlo para volver a utilizarlo en otros procesos. Nuestra meta interna es lograr la autosuficiencia en 2025.

Si bien hemos desarrollado diferentes iniciativas para reducir nuestras emisiones, uno de los puntos que aún tenemos pendientes es la compra de gas natural para la generación de vapor. Por esto, durante 2023 trabajaremos en proponer y ejecutar proyectos que nos permitan obtener vapor de otro tipo de fuentes, como la biomasa o el biogás.

Emisiones de carbono y acción climática

GRI 305, 304, 308 y 307

Emisiones directas de GEI (alcance 1)	
Valor bruto de emisiones directas de GEI (alcance 1) en toneladas métricas de CO2 equivalente	10.681
Gases incluidos en el cálculo: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3 o todos	CO2 y CH4
Emisiones biogénicas de CO2 en toneladas métricas de CO2 equivalente	No se generan en planta emisiones biogénicas
Fuente de los factores de emisión y las tasas del potencial de calentamiento global (PCG) utilizadas o una referencia a la fuente del PCG	Gas natural, gas licuado, CO2 comprado. La fuente de PCG utilizada es toneladas de CO2 emitidas
Enfoque de consolidación para las emisiones: participación accionaria, control financiero o control operacional	Control operativo
Estándares, metodologías, suposiciones o las herramientas de cálculo utilizados	GHG Protocol, PAS 2050, ISO 14064, ISO 14040
Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	
Valor bruto de otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) en toneladas métricas de CO2 equivalente	1.615
Mencionar los gases incluidos en el cálculo: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3 o todos	CO2
Emisiones biogénicas de CO2 en toneladas métricas de CO2 equivalente	No se generan emisiones biogénicas de alcance 3
Actividades relativas a otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) incluidas en el cálculo	Gestión de residuos de planta (vidrio, cartón, latas, orgánicos)
Fuente de los factores de emisión y las tasas del potencial de calentamiento global (PCG) utilizadas o una referencia a la fuente del PCG	La fuente de PCG utilizada es toneladas de CO2 emitidas
Estándares, metodologías, suposiciones o las herramientas de cálculo utilizadas	GHG Protocol, PAS 2050, ISO 14064, ISO 14040

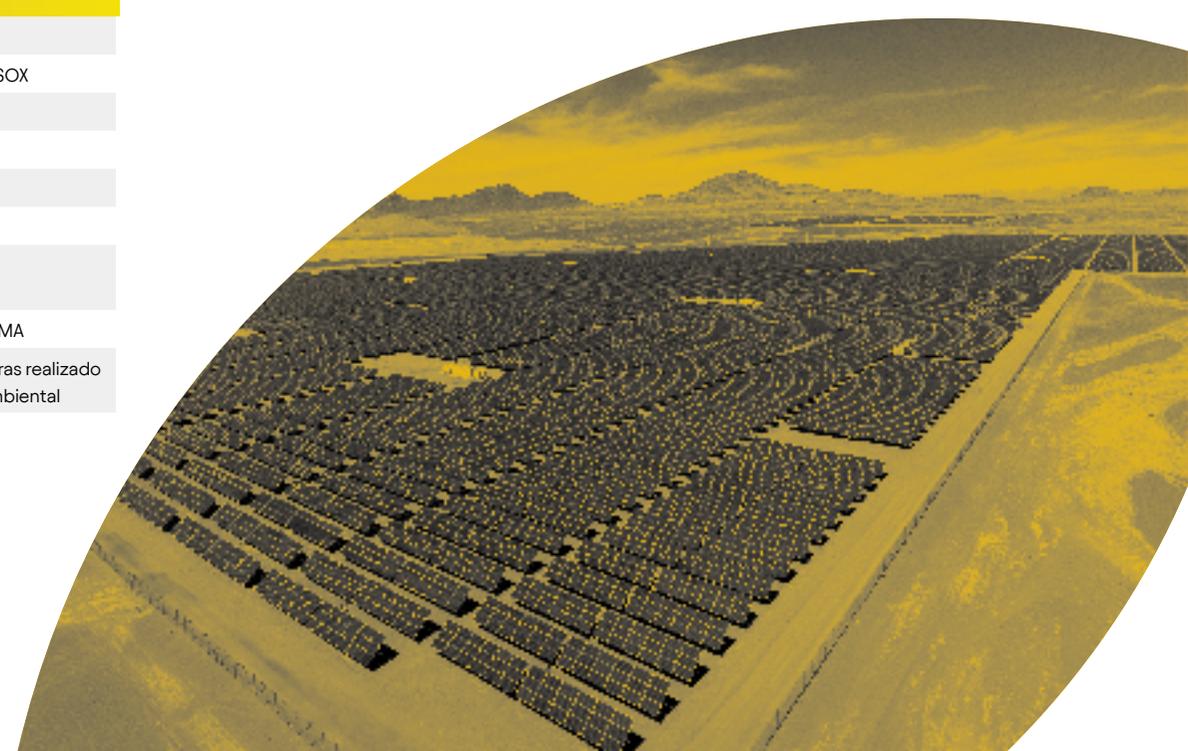


Emisiones de carbono y acción climática

GRI 305, 304, 308 y 307

Intensidad de las emisiones de GEI	
Ratio de intensidad de las emisiones de GEI	5,693
Parámetros (denominador) específicos que se hayan seleccionado para calcular el ratio	KgCO2e/hl [Kg de CO2/ hectolitros de cerveza producidos]
Tipo de emisiones de GEI incluidos en el ratio de intensidad: directas (alcance 1), indirectas al generar energía (alcance 2) y otras indirectas (alcance 3)	Alcance 1, alcance 3
Mencionar los gases incluidos en el cálculo: CO2, CH4, N2O, HFC, PFC, SF6, NF3 o todos.	CO2, CH4

Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	
NOX	8 t
SOX	No se registran emisiones de SOX
Contaminantes orgánicos persistentes (COP)	No se registran COP
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	0,12 t
Contaminantes del aire peligrosos (HAP)	No se registran HAP
Partículas (PM)	No se registran PM
Otras categorías de emisiones al aire identificadas en regulaciones relevantes	No aplica
Fuente relativa a los factores de emisión utilizados	Calderas de vapor 3 y 4 SADEMA
Estándares, metodologías, suposiciones o las herramientas de cálculo utilizadas	Informe de medición de gases a calderas realizado por AIRÓN Ingeniería y Control Ambiental



Emisiones de carbono y acción climática

Biodiversidad

Nuestra operación impacta en el medio ambiente aledaño a nuestra planta, por lo tanto, asumimos la responsabilidad y el compromiso de gestionar ese impacto, buscando opciones de mitigación y reparación del ecosistema a nuestro alrededor.

Para ello, existe un encargado de gestión de la biodiversidad que se asegura de controlar el cumplimiento de las exigencias externas e internas en materia medioambiental al tiempo que monitorea el desarrollo de proyectos de mitigación. Como empresa consideramos que la reparación debe enfocarse en la misma área comprometida por nuestra operación. En base a ello se establecen los proyectos a ejecutar.

Durante 2021 comenzamos con el desarrollo de un proyecto de reforestación que contempla diferentes etapas, la última de ellas fijada para 2030. En el primer año, concretamos una alianza de trabajo con la Universidad de Chile para la recolección de semillas y el cultivo de árboles en un invernadero. Luego, durante 2022, dimos inicio a la etapa de reforestación. Logramos plantar alrededor de mil ejemplares, pero algunos de ellos no sobrevivieron. Durante 2023 analizaremos el tipo de árbol que resistió el trasplante, para forestar con esa especie suplantando a los ejemplares que no lo lograron.

Junto al proyecto anterior, en 2022 realizamos una plantación de peumos y quillayes —ambos árboles nativos—, dentro de nuestras instalaciones ubicadas en Quilicura. Nuestro plan de reforestación fue enviado a la SEREMI de medio ambiente, que nos proporcionará retroalimentación para implementar mejoras en los próximos pasos del plan a 2030.

En paralelo, desde hace aproximadamente un año estamos realizando diagnósticos en la comuna de Quilicura para focalizar de manera integral nuestros proyectos y estrategia ambiental.

Uno de los desafíos más importantes que enfrentamos se vincula con las limpiezas anuales necesarias para mantener los indicadores claves del humedal, porque, al ser una zona protegida no está permitida la entrada de maquinaria pesada. Al respecto hemos entablado diálogo con la Municipalidad de Quilicura y con otros entes del Estado para analizar la mejor manera de abordar esta situación, siempre con el objetivo de no dañar la flora y fauna presente en el lugar.

Para el periodo 2023 nos proponemos desarrollar una política o un protocolo específico para el correcto funcionamiento de proyectos y temas referidos a la biodiversidad. Esto nos va a permitir establecer mayor número de iniciativas y metas para resguardar el bienestar del entorno en donde operamos.



Agricultura Sostenible

GRI 308 y 414

Cervecería AB InBev mantiene como compañía un fuerte compromiso con la sostenibilidad. Por eso trabajamos para desarrollar iniciativas que promuevan una agricultura sostenible a lo largo de la cadena de valor, con especial foco en nuestros proveedores.

Gran parte de los acuerdos comerciales con proveedores se definen a nivel regional SAZ (*South American Zone*), y se determinan desde Brasil hacia cada una de las unidades de negocio (BU). Razón por la cual, las operaciones en Chile no cuentan con completa autonomía para establecer los requisitos de selección de proveedores. En respuesta a ello, durante el último periodo trabajamos buscando sumar estos requisitos de alguna forma, lo que nos permitió establecer algunas condiciones para los proveedores locales. Gracias a esto, durante 2022 logramos añadir a nuestra cadena de abastecimiento a un productor de lúpulo ubicado en el sur del país, a quien le solicitamos gestionar un uso eficiente del agua para el cultivo y la cosecha del insumo.

Este posible cambio a productores locales nos enfrenta a un gran desafío debido a la alta demanda que presentamos. Actualmen-

te no existen suficientes proveedores en el país que tengan la capacidad de responder en cantidad y frecuencia a las necesidades de nuestra operación en Chile. Aún estamos analizando esta dificultad para encontrar soluciones tentativas. Y dado que promover la agricultura sostenible es un objetivo que responde a la estrategia de AB InBev Global, desde la dirección regional, se está trabajando en instaurar nuevos criterios de selección referidos al desempeño ambiental enfocado en proveedores.

Si encontramos la manera de sumar productores locales, lograremos disminuir la cantidad de importaciones, reduciendo así la huella de carbono de la compañía, lo cual impactaría positivamente en nuestro objetivo de neutralidad de carbono 2040.

Sabemos que es complejo abordar y desarrollar este punto, especialmente porque el proceso de selección y aprobación de un nuevo proveedor puede ser bastante extenso, pero creemos firmemente que es fundamental trabajar en él. Hacerlo demuestra nuestro compromiso con la sostenibilidad de manera integral en todas las etapas de nuestra operación, tanto internas como externas.



Índice

Contenidos GRI

Índice GRI

Declaración de uso

AB InBev ha elaborado el presente reporte de referencia a los 3Estándares GRI, para el período comprendido entre el 01 de Enero y el 31 de Diciembre de 2022.

GRI 1 utilizado

GRI 1: Fundamentos 2021

ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
Contenidos generales				
GRI 2: Contenidos generales 2021	2-1	Detalles de la organización	Acerca de este reporte	3
	2-2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	Acerca de este reporte	3
	2-3	Período de notificación, frecuencia y punto de contacto	Acerca de este reporte	-
	2-4	Actualización de la información	No existe actualización de información	-
	2-5	Verificación externa	El presente reporte no ha sido verificado de manera externa	-
	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Cadena de valor	20
	2-9	Estructura de gobernanza y composición	Nuestra empresa	12
	2-15	Conflicto de interés	Ética y transparencia	31
	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Nuestro compromiso por un futuro con más motivos para brindar / Estrategia de sostenibilidad 2025	9
	2-23	Compromisos y políticas	Sostenibilidad / Ética y transparencia	24 / 31
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	Nuestro compromiso por un futuro con más motivos para brindar / Estrategia de sostenibilidad 2025 / A lo largo del desarrollo de cada uno de los temas materiales reportados.	9
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	En caso que corresponda, se indica en cada uno de los temas materiales.	-
	2-28	Afiliación a asociaciones	Afiliación a asociaciones	28
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Grupos de interés	6	

Índice GRI



ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
Temas Materiales				
"GRI 3: Temas Materiales 2021"	3-1	Proceso para determinar temas materiales	Análisis de materialidad	7
	3-2	Lista de temas materiales	Lista de temas materiales	8
Ética y transparencia				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Ética y transparencia	31
GRI 205: Anticorrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Ética y transparencia	31
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y transparencia	31
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Durante el 2022 no existieron casos de corrupción	-
GRI 206: Competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante el 2022 no existieron casos de competencia desleal o prácticas contra la libre competencia	-
Derechos Humanos				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Derechos humanos	30
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Durante el 2022 no existieron incumplimientos relacionados a la materia	-
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Derechos humanos	30
GRI 408: Trabajo infantil	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Derechos humanos	30
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Actualmente se está trabajando en desarrollar un proyecto que permita obtener esta información	-
	412-2	Formación de empleados en o procedimientos sobre derechos humanos	Derechos humanos	30
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Derechos humanos	30
Innovación				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Innovación	27

Índice GRI



ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
Gestión de residuos y economía circular				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Gestión de residuos y economía circular	59
GRI 301: Material	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Gestión de residuos y economía circular	59
	301-2	Insumos reciclados	Gestión de residuos y economía circular	59
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Gestión de residuos y economía circular	59
GRI 306: Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Gestión de residuos y economía circular	59
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Gestión de residuos y economía circular	59
	306-3	Residuos generados	Gestión de residuos y economía circular	59
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	Gestión de residuos y economía circular	59
	306-5	Residuos destinados a eliminación	Gestión de residuos y economía circular	59
Agua				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Agua	64
GRI 303: Agua y efluentes	303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Agua	64
	303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Agua	64
	303-3	Extracción de agua	Agua	64
	303-4	Vertido de agua	Agua	64
	303-5	Consumo de agua	Agua	64
Energía				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Energía	67
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	Energía	67
	302-3	Intensidad energética	Energía	67
	302-4	Reducción del consumo energético	Energía	67

Índice GRI



ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
Emisiones de carbono y acción climática				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Emisiones de carbono y acción climática	69
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Emisiones de carbono y acción climática	69
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Emisiones de carbono y acción climática	69
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Emisiones de carbono y acción climática	69
	305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Emisiones de carbono y acción climática	69
GRI 304: Biodiversidad	304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Las operaciones no se ubican en o cerca de alguna zona clasificada como área protegida	-
	304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Las operaciones no se ubican en o cerca de alguna zona clasificada como área protegida	-
	304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	No aplica porque la zona en la que se ubica la planta es de caracter industrial	-
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Actualmente no se tiene el dato. Sin embargo se esta trabajando en un proyecto que permitirá obtenerlo	-
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Actualmente no se tiene el dato. Sin embargo se esta trabajando en un proyecto que permitirá obtenerlo	-
GRI 307: Cumplimiento ambiental	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Durante el 2022 no existieron incumplimientos relacionados al tema	-
Agricultura sostenible				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Agricultura sostenible	74
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Actualmente no se cuenta con un filtro establecido, pero se esta trabajando en un proyecto que permitira definirlo	-
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Actualmente no se tiene el dato. Sin embargo se esta trabajando en un proyecto que permitirá obtener el dato.	-

Índice GRI



ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
GRI 414: Evaluación social de proveedores	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Actualmente no se cuenta con un filtro establecido, pero se está trabajando en un proyecto que permitiera definirlo	-
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Actualmente no se tiene el dato. Sin embargo se está trabajando en un proyecto que permitirá obtener el dato.	-
Calidad del producto, ingredientes y transparencia				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
GRI 417: Marketing y etiquetado	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
GRI 416: Salud y seguridad de clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Calidad del producto, ingredientes y transparencia	49
Consumo responsable y moderación				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Consumo responsable y moderación	51
Satisfacción y experiencia de clientes / consumidores				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Satisfacción y experiencia de clientes / consumidores	53
GRI 418: Privacidad del cliente	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Durante el 2022 no existieron reclamaciones relacionadas al tema	-
Cultura de la compañía				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Cultura de la compañía	35

Índice GRI



ESTÁNDAR GRI	NÚMERO	CONTENIDOS	UBICACIÓN / RESPUESTA	PÁGINA
Diversidad, equidad de género e inclusión				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Enfoque de Gestión	Diversidad, equidad de género e inclusión	38
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Diversidad, equidad de género e inclusión	38
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Diversidad, equidad de género e inclusión	38
GRI 406: No discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Durante el 2022 no existieron casos de discriminación	-
Salud, seguridad y bienestar				
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-3	Servicios de salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad en el trabajo	43
	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	43
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo	43
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo	43