

REPORTE 2022

Ambiental, Social y de Gobernanza



**CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES**

Categoría 2.10: REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

Se refiere a todo tipo de reportes impresos, digitales u otros soportes en los que las organizaciones presentan un balance de sus actividades, logros y objetivos en ESG (Environmental, Social, Governance) o sostenibilidad ambiental, social y de administración, así como la difusión que les dieron en medios, redes sociales y con sus diversas comunidades y stakeholders. Estas publicaciones, balances en todo tipo de soportes, eventualmente también pueden competir en la categoría de Publicaciones.

Capítulo

Argentina

Nombre de la campaña

Reporte 2022 Ambiental, Social y de Gobernanza

Departamento, Área en la que se desarrolló el plan

- Mesa Directiva de Cervecería y Maltería Quilmes
- Comité ASG de Cervecería y Maltería Quilmes
- Gerencia de Marca Corporativa e Impacto Positivo de Cervecería y Maltería Quilmes
- Facilitador externo: Punto ESG | www.puntoesg.com

Persona/s responsable/s del plan de comunicación

- Vanesa Vázquez, Gerenta de Crecimiento Inclusivo y Sustentabilidad
- María Del Rosario Piñero, Jefa de Crecimiento Inclusivo y Sustentabilidad
- Mercedes Bressa, Gerenta de Comunicaciones Externas
- Pilar Rodríguez Testa, Gerenta de Marca Corporativa

Descripción del caso (500 ctes):

Para avanzar en nuestros objetivos de triple impacto medimos nuestros resultados de gestión y los plasmamos en nuestro Reporte de Sustentabilidad, que está basado en los estándares del Global Reporting Initiative (GRI). En sus páginas queda reflejado el compromiso y la contribución de la compañía con foco en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030 de Naciones Unidas. En esta línea, la compañía se adhirió a los principios de la red de Pacto Global en 2021.

Descripción sintética del caso (280 ctes):

Para avanzar en una estrategia de triple impacto medimos nuestros resultados de gestión y los plasmamos en nuestro Reporte de Sustentabilidad, que está basado en los estándares del Global Reporting Initiative (GRI). Ahí mostramos nuestra contribución a los ODS y a la Agenda 2030 de ONU.

INTRODUCCIÓN



Somos Cervecería y Maltería Quilmes, elaboramos, distribuimos y comercializamos cervezas, vinos, espumantes, sidras, gaseosas, isotónicos, aguas, aguas saborizadas y energizantes. Con más de 130 años de historia en la Argentina, contamos con 6.000 empleados directos, 10 cervecerías y plantas de gaseosa, 1 bodega, 2 malterías, 1 chacra de lúpulo, 1 fábrica de tapas, 7 oficinas regionales de venta, 9 centros de distribución y 6 centros de distribución urbanos para entrega de última milla con vehículos eléctricos. Trabajamos con una red de más de 6.000 proveedores PyMEs y 135 distribuidores abasteciendo más de 250.000 puntos de venta en todo el país.

Trabajamos diariamente para innovar poniendo siempre a las personas y al planeta en el centro de nuestras decisiones. Queremos generar experiencias positivas con cada uno de nuestros productos y contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de nuestro país.

Todo esto es lo que plasmamos desde 2020 en nuestro **Reporte Ambiental, Social y de Gobernanza**, y ahora en su edición de 2022 vemos cómo crecen los frutos del compromiso, tanto en los datos duros, como en la maduración de la cultura interna de la compañía como en la cadena de valor que va contagiándose de esta mirada. Como señala el reporte, y afirma Martín Ticinese, nuestro Presidente, “el gran

hito del 2022 fue nuestro compromiso de ser una compañía carbono neutral a 2040, para el que ya habíamos dado algunos pasos como utilizar 100% energía eléctrica renovable para nuestra producción; acelerar soluciones con bajo impacto de carbono para los envases; trabajar con nuestros 1.000 productores de cebada para la adopción de buenas prácticas agronómicas bajas en carbono; trabajar en la eficiencia y electrificación de la flota logística”.

Nuestra estrategia sigue lineamientos internacionales como la de la nueva Guía de estándares GRI (Global Reporting Initiative, en su versión 2021) y nuestro compromiso y contribución con la Agenda Global 2030 de Naciones Unidas que propone los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En esta línea, también adherimos a los principios de la red de Pacto Global en 2021.

El cambio climático es una realidad que afecta al planeta y a quienes lo habitamos.

Por eso desde nuestro lugar creemos que tomar conciencia sobre las consecuencias de nuestras acciones es muy importante. Las olas de calor, las sequías prolongadas, las lluvias intensas o el aumento del nivel del mar, son claras evidencias del calentamiento global. Por eso, frente a este contexto **decidimos actuar y dar un paso más por el futuro del planeta.**

Y para que esto sea posible, no solo debemos actuar, también hay que medir y evaluar los resultados de cada una de nuestras acciones.

ESTRATEGIA



Nuestro propósito es soñar en grande para crear un futuro con más motivos para brindar. Un futuro donde las personas y el planeta prosperen juntas.

¿Cómo? Gestionando un negocio de triple Impacto que integre criterios:

- **Ambientales:** Impulsar una economía baja en carbono y ser la primera compañía carbono neutral.
- **Sociales:** Utilizar la fuerza del negocio para crear más oportunidades para las personas y así reducir la inequidad social.
- **De buen gobierno:** Ser una compañía diversa e inclusiva con una gestión basada en la ética y la transparencia y con marcas para todos y cada uno para que todas las experiencias con nuestros productos sean positivas.

En este recorrido desde la producción y publicación del primer Reporte hemos notado

que se fortaleció la cultura interna y se dio forma a una mirada propia de la compañía, en la que la economía circular ya está embebida en cada proyecto o acción que se plantea. Al mismo tiempo, los equipos han aprendido a sistematizar los datos que hacen al triple impacto: ya conocen qué se les va a pedir y saben qué indicadores deben medir, aunque no sean propios del negocio. Hay una fuerte maduración en este sentido, y lo vemos reflejado en la evolución de los datos duros. También sabemos que esto no es una noticia en sí, pero es la manera de mantener actualizados a los grupos de interés, tanto en medios como influencers, la cadena de valor y los colaboradores, que pueden así reconocer que no se trata de acciones aisladas, sino que existe un correlato en cada nuevo proyecto. Tenemos una línea de trabajo sostenida que cada día alimenta a nuestro ADN.

DESARROLLO Y PRODUCCIÓN



El Reporte 2022 Ambiental, Social y de Gobernanza se centra en los tres ejes antes mencionados. El primero de ellos es el de **Impacto Ambiental**, que abarca la acción climática, la economía circular, la agricultura regenerativa y el cuidado del agua.

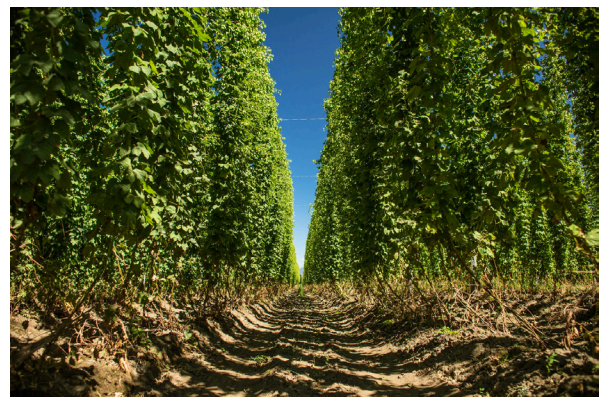
En acción por el clima trabajamos por ser una compañía carbono neutral, y esto lo respaldamos, por ejemplo, con nuestro Parque Eólico Budweiser. Somos la primera compañía de consumo masivo en la que el 100% de la energía eléctrica que consume proviene de fuentes renovables.

Al analizar la reducción de emisiones de dióxido de carbono totales, vemos que lo logramos en un 9% si lo comparamos con 2021, y el mismo resultado obtuvimos en las mejores de la intensidad de las emisiones.

También sumamos un programa de Logística Verde en Transportes, y así en 2022 redujimos 26.231 toneladas de emisiones de CO2 provenientes del área de logística, una mejora del 32,5% respecto del año anterior. Esto incluye 10 camiones eléctricos en logística secundaria e Esto se puede ver en:

- **54% de nuestro volumen de venta de cerveza es retornable**, lo que permite a los consumidores ser usuarios del envase pagando solo por el producto.
- **29 veces se pueden reutilizar los envases retornables de vidrio**, reduciendo los residuos, el consumo de agua y energía, y las emisiones de CO2 asociadas.
- **36% de reciclabilidad** de materiales utilizados en nuestros envases.

También logramos que el bagazo de cebada, que



antes se destinaba para alimentar animales, hoy sea la base para cultivar y producir unas 10 toneladas de hongos comestibles por mes gracias a la alianza con la empresa MicelioBio. A estas acciones e iniciativas se suma también que asumimos un rol activo en promover la agricultura sustentable, e involucrar a la cadena de valor como parte de nuestra responsabilidad. Así, nos unimos a la causa contra la deforestación en el Gran Chaco y nos comprometimos a no comprar maíz proveniente de zonas deforestadas. También producimos Cerveza 27, con cebada de agricultura regenerativa y Patagonia Sendero Sur con cebada orgánica certificada.

Del mismo modo cuidamos el agua:

- **100% del agua es tratada en nuestras plantas de efluentes y los lodos** se utiliza para fertilización ecológica.
- Nos asociamos al **Fondo de Agua en Mendoza**, desde 2018.



● Seguimos siendo parte de **Sumá Nativas**, un proyecto de restauración de la cuenta alta del Río Mendoza.

En la esfera de **Impacto Social**, por nuestra actividad, las campañas de consumo responsable están en el ADN de la compañía. En esta línea, durante 2022 **más de 190.000 personas fueron alcanzadas por diferentes iniciativas de consumo responsable**. Del mismo modo, más de 1.300 de nuestros colaboradores fueron capacitados en este tema.

Internamente, centrados en el cuidado de las personas, no solo promovimos espacios de formación para nuestros colaboradores, también promovemos la escucha activa y continuamos con el programa de Autenticidad, que está centrado en la diversidad y la inclusión (género, LGBTQ+, discapacidad, social, edad).

Incluso, desarrollamos una guía colaborativa de eventos y compras sustentables con el fin de incorporar a proveedores de triple impacto a nuestra cadena de valor y en las de aquellas empresas que también promuevan un desarrollo sustentable. Esta guía ofrece lineamientos para incorporar la sustentabilidad en las organizaciones y en gestión de eventos, y la hicimos en colaboración con Sistema B, Quinto Impacto, Eco House, Banco Galicia y Mayma. Del mismo modo, favorecemos el desarrollo de Pymes, inspirándolas a tomar el camino de la

economía baja en carbono, porque necesitamos ser más para generar un verdadero impacto.

En nuestro accionar, el 90% de nuestra red de proveedores son PyMEs.

También, realizamos el Concurso por el capital semilla, un incentivo económico que otorgamos a Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) para que puedan seguir desarrollando sus proyectos y alcanzar sus objetivos. Ganaron 6 de estas entidades, pero más de 50 se presentaron y pudieron hacer gratis el programa de Fortalecimiento en Gestión para organizaciones de la sociedad civil

En el plano de la **Gobernanza**, aumentamos un 33% la cantidad de mujeres líderes en el directorio respecto el año anterior. También firmamos el compromiso Qualitas 190, que busca que todas las empresas revisen sus políticas y procedimientos para actuar ante la Violencia y el Acoso Laboral en forma alineada con el Convenio 190 de OIT.

Continuamos divulgando nuestro Código de Conducta y una serie de políticas que se desprenden de éste, lo que en su conjunto conforma el marco regulatorio interno que plasma nuestro compromiso y alineación con los más altos estándares de integridad, ética comercial, leyes y reglamentos en vigencia. Todas estas políticas fueron aprobadas por el Comité de Ética y Compliance y son comunicadas a todas las personas que trabajan en la empresa.

RESULTADOS



Conforme avanzan las ediciones de nuestro Reporte de Sustentabilidad, como compañía notamos que esta herramienta se vuelve fundamental para que todos nuestros colaboradores, así como la cadena de valor y los medios, tengan una idea global de la cantidad de acciones que desarrollamos.

Además, con el Reporte podemos dejar escrita una “trazabilidad” de nuestras acciones, demostrando que cada una se concatena con otra, para seguir profundizando nuestro compromiso de llegar a la carbono neutralidad.

Del mismo modo, notamos que los medios ya nos consultan directamente sobre acciones que están en el Reporte, lo que significa que esta publicación alimenta sumarios de diversos periodistas, sobre todo los de negocios y sustentabilidad.

En el caso del Reporte de Sustentabilidad 2022, la comunicación la enfocamos hacia nuestro público interno a través de un mailing. El mismo consiguió:

- **97%** de open rate
- **41%** de Click rate

En redes, elegimos LinkedIn para contar nuestros avances en sustentabilidad, y lo hicimos a través de un posteo orgánico, cuyos resultados son:

- **7916** impresiones
- **424** interacciones
- **314** clicks
- **86** reacciones
- **5,36%** de tasa de interacción