



Melhor, em um mundo melhor

AmBev

Relatório de Sustentabilidade 2007



Sumário



4 / Mensagem da Administração

6 / Perfil

Missão, Visão e Cultura
Estratégia e estrutura
de responsabilidade social
Mapeamento dos *stakeholders*
Reconhecimento externo

12 / Sobre o relatório

14 / Governança corporativa

16 / Gente

Emprego
Remuneração e benefícios
Saúde e segurança
Treinamento e educação
Relações com a empresa

26 / Gestão ambiental

Materiais
Energia
Emissões atmosféricas
Água
Efluentes e resíduos
Biodiversidade
Conformidade

36 / Sociedade

Consumidores
Clientes
Comunidade
Fornecedores
Governo e sociedade

44 / Sumário GRI

Mensagem da Administração



Todos sabem que nossa Companhia é movida por sonho grande, Gente comprometida e cultura forte. Nosso sonho é ser a melhor Companhia de bebidas do mundo em um mundo melhor.

Para nós, da AmBev, responsabilidade social corporativa significa gerar retorno aos acionistas e, ao mesmo tempo, atuar de forma sustentável gerando valores reais e mensuráveis para os vários grupos de interesse que se relacionam conosco.

Estamos seguros que, atuando desta forma, nossa empresa continuará forte no mercado por muitos anos, seguindo os padrões que marcam nossa história centenária. Este relatório apresenta nossa evolução em relação a esse compromisso.

Utilizamos como referência as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), aplicadas ao nosso negócio. Ampliamos o escopo de informações tanto qualitativa como quantitativamente em relação ao relatório anterior.

Em 2007, nosso volume de vendas chegou a 142,9 milhões de hectolitros, com receita líquida de R\$ 19,6 bilhões, elevação de 10,4% em relação ao ano anterior. Nossa geração de caixa, expressa pelo EBITDA, chegou a R\$ 8,7 bilhões, 16% acima de 2006. O lucro líquido foi de R\$ 2,8 bilhões, em linha em relação ao ano anterior.

No campo sócio-ambiental, adotamos a mesma metodologia usada para o alcance de bons resultados econômicos, com planos e objetivos claros, amparados por uma cultura empresarial construída pela Gente AmBev.

Os resultados de nosso Sistema de Gestão Ambiental (SGA) evoluíram de maneira consistente. Além de reduzir o consumo relativo de energia, a nossa matriz energética calorífica é composta por 34% de fontes renováveis de energia. Como consequência, reduzimos a emissão de gases causadores do efeito estufa e recebemos, no Brasil, certificação pioneira no setor de bebidas para a venda de créditos de carbono.

Nos últimos cinco anos, reduzimos em 22% o consumo relativo de água para a fabricação de nossos produtos. Reaproveitamos 98,2% de nossos subprodutos. Além de proporcionar receita adicional de R\$ 66,8 milhões para a empresa, esse trabalho permite a geração de renda e emprego em outras cadeias produtivas. Ampliamos atividades externas voltadas para a reciclagem. Ao todo, já apoiamos 36 grupos

de catadores de recicláveis no Brasil e realizamos ações de conscientização ambiental nas comunidades em que estamos presentes.

A Gente AmBev permanece como nosso grande diferencial e absoluta prioridade. Cerca de 30% de nossos funcionários foram promovidos no ano e 18 mil, incluindo parceiros, participaram de treinamentos promovidos pela Universidade AmBev (UA).

Reforçamos nossa atuação em prol do consumo responsável de nossos produtos nas frentes de conscientização sobre os riscos de beber e dirigir e de estímulo ao cumprimento da lei que proíbe a venda de bebida alcoólica a menores de idade. Desde o início do Programa AmBev de Consumo Responsável, já doamos mais de 50 mil bafômetros para diversos órgãos do Poder Público. Ainda, trabalhamos para reforçar os códigos de auto-regulamentação publicitária nos países em que atuamos e o cumprimento de nosso código de comunicação responsável.

Em 2007, recebemos reconhecimentos externos pelo nosso trabalho, como o prêmio Valor Social e classificações no prêmio Melhores e Maiores e Melhores Empresas para se trabalhar da Revista Exame e no Great Place do Work da Revista Época, entre outros.

Com base nos resultados que apresentamos nesse relatório e nos desafios que ainda enfrentaremos, já estabelecemos prioridades e metas para o futuro nas três dimensões da sustentabilidade: econômica, ambiental e social. Nossa Gente, o que temos de mais importante, continuará a desenvolver todas as nossas atividades com foco em um crescimento sustentável.

Luiz Fernando Edmond
Diretor-geral para a América Latina

Perfil



Empresa de capital aberto, a AmBev – Companhia de Bebidas das Américas é a maior cervejaria da América Latina e, no Brasil, a maior indústria privada de bens de consumo. Nossas operações envolvem a produção, a comercialização e a distribuição de cervejas, refrigerantes, outras bebidas não-alcóolicas e malte, para atender a diferentes perfis de consumidores.

Atingimos essa posição a partir da união da experiência centenária das cervejarias Brahma e Antarctica, ocorrida em 1999, em uma estratégia para expandir nossas operações de forma sustentável e criar valor a todos os *stakeholders*.

Atuamos em 14 países, onde mantemos 69 fábricas, 59 Centros de Distribuições Direta e 35 mil profissionais, coordenando as operações a partir das sedes administrativas em São Paulo (Brasil), em Buenos Aires (Argentina) e em Toronto (Canadá). Nossa estrutura compreende três unidades de negócios:

- **Brasil, com cervejas, refrigerantes e bebidas não-alcóolicas e não-carbonatadas e malte, totalizando 32 fábricas;**
- **América Latina Hispânica (HILA), subdividida nas operações Quinsa (Argentina, Uruguai, Chile, Paraguai e Bolívia) e HILA-ex (Venezuela, Peru, Equador, República Dominicana, Guatemala, El Salvador e Nicarágua), totalizando, respectivamente, 20 e 10 fábricas.**
- **América do Norte, com 7 fábricas no Canadá, incluindo vendas de cerveja no Canadá e exportações para os Estados Unidos.**

Em 2007, adquirimos duas cervejarias – a Cintra, no Brasil, e a Lakeport, no Canadá – e, nos primeiros meses de 2008, ampliamos para cerca de 99% nossa participação na Quinsa.

Temos o maior portfólio de bebidas do Brasil, com 24 marcas consagradas nos segmentos de cerveja, como Skol, Brahma, Antarctica e Bohemia; refrigerantes, em que se destacam Guarana Antarctica, Pepsi-Cola e H2OH!; além do isotônico Gatorade, dos chás Lipton e da água Fratelli Vita. Na região da Quinsa, nossas principais marcas são as cervejas Quilmes, Cristal, Paceaña e Patricia; na HILA-ex, Brahma e Brahma; e no Canadá, Labatt Blue, Kokanee e Alexander Keith's.

Resultado de uma gestão baseada em crescimento de receitas, disciplina financeira, cultura forte e gente qualificada, alcançamos volume de vendas de 142,9 milhões de hectolitros e receita líquida de R\$ 19,6 bilhões em 2007, crescimento orgânico de 5,8% e 10,4%, respectivamente, em relação ao exercício anterior. O EBITDA (resultado antes de juros, impostos, depreciação e amortização) totalizou R\$ 8,7 bilhões (mais 16,0%), com margem EBITDA de 44,1%, e o lucro líquido atingiu R\$ 2,8 bilhões (0,4% acima do ano anterior). O valor de mercado da Companhia atingiu R\$ 79,0 bilhões em 31 de dezembro de 2007.

Missão, Visão e Cultura

Nossa Missão

“Criar vínculos fortes e duradouros com os consumidores e clientes, fornecendo-lhes as melhores marcas, produtos e serviços.”

Essa missão é a nossa razão de ser, o nosso compromisso. Ela independe do tempo. Construímos a liderança das nossas marcas com execução impecável e um portfólio que responda às necessidades do consumidor e atenda adequadamente a todas as ocasiões relevantes de consumo.

Nossa Visão

“Ser a melhor empresa de bebidas do mundo em um mundo melhor.”

Essa Visão decorre das oportunidades e realidades surgidas com a associação entre AmBev e Interbrew, que criou a InBev, a maior plataforma de produção e distribuição de cerveja do mundo. Acreditamos que as nossas oportunidades são tão grandes quanto os nossos sonhos. E o nosso sonho – a nossa Visão – é ser a melhor cervejaria do mundo em um mundo melhor.

Para nós, ser a melhor significa o alcance da mais alta rentabilidade na indústria de bebidas. Significa, também, ter as melhores marcas e as que crescem mais rapidamente; os melhores produtos para os consumidores; o reconhecimento pelos clientes de que somos o seu melhor parceiro; as melhores pessoas e a gente mais comprometida. Significa construir uma cultura forte, única e também ter a coragem de ir em frente e liderar as mudanças necessárias para realizar o sonho.

Para a AmBev, não basta ser a melhor. Queremos ainda fazer o mundo melhor à nossa volta. Ao mesmo tempo em que construímos uma empresa com resultados econômicos sólidos e crescentes, queremos garantir a geração de valores sociais e ambientais para toda a sociedade. Estamos comprometidos em aprofundar o relacionamento todos os grupos de interesse, em especial com a nossa Gente, nossa grande fortaleza e vantagem competitiva. Apoiamos iniciativas de consumo responsável e de preservação do meio ambiente. Nossa cultura une a nossa Gente e representa a energia, o comprometimento e o alinhamento necessários para realizar o nosso sonho.



Sonho

- Queremos ser a melhor e mais rentável cervejaria do mundo em um mundo melhor.

Sonhar grande dá o mesmo trabalho que sonhar pequeno. Nós precisamos de um sonho grande e desafiador, que nos mova para construir uma Companhia verdadeiramente excelente. Ele nos motiva a sermos os melhores no que fazemos, com dedicação, paixão e objetivo definido. É um sonho que só pode ser alcançado se gerarmos valor à nossa Gente, aos nossos consumidores e acionistas e à sociedade. Somos impulsionados por resultados, e os lucros são a expressão do nosso sucesso. Mas só continuaremos a crescer se alcançarmos maiores resultados econômicos ao mesmo tempo em que cumprirmos nossos compromissos sociais e ambientais.

Gente

- Pessoas excelentes, com liberdade para crescer em velocidade compatível com seu talento e recompensadas adequadamente, são os ativos mais valiosos da Companhia.

As pessoas estão por trás de tudo o que fazemos e são nossa vantagem competitiva sustentável. Sabemos que gente excelente gosta de meritocracia, informalidade e sinceridade, e que atrai mais gente excelente.

- Nossos líderes selecionam pessoas com potencial para serem melhores do que eles. Por isso, avaliamos nossos líderes pelas qualidades de suas equipes.

Pessoas com potencial ajudam a construir uma Companhia excelente, ajudam a alcançar nossas metas e a preparar nossa sucessão. Nossos líderes não delegam a responsabilidade de atrair, desenvolver e motivar as pessoas. Facilitamos o crescimento de nossa Gente, proporcionando oportunidades de carreira que permitem com que cada um se desenvolva na velocidade de seu talento.

Cultura

Nossa cultura é o modo como a Gente AmBev faz as coisas acontecerem. Ela nos diferencia e mostra quem somos. É a combinação de nossas crenças, práticas e princípios gerenciais. Orienta nossas ações e nosso comportamento ético, com os mais elevados padrões de integridade e de compromisso com a segurança de nossa Gente e com a qualidade de nossos produtos.

- Nunca estamos completamente satisfeitos com os nossos resultados. Tolerância zero ajuda a garantir uma vantagem competitiva duradoura.
- Nosso foco em resultados nos leva a dedicar tempo e energia ao que é essencial para o nosso negócio. Resultado é o combustível da nossa Companhia.
- Somos uma Companhia de donos, que assumem resultados pessoalmente.
- Acreditamos que bom senso e simplicidade orientam melhor que sofisticação e complexidade.
- Gerenciamos nossos custos rigorosamente, a fim de liberar mais recursos para suportar nosso crescimento no mercado.
- Liderança pelo exemplo pessoal é o melhor guia para nossa Cultura. Fazemos o que falamos.
- Não pegamos “atalhos”. Integridade, trabalho duro e consistência são a chave para construir nossa Companhia.



Nossas competências

1. **Pensamos grande e propomos desafios**
2. **Lideramos pelo exemplo pessoal**
3. **Atingimos nossas metas do Jeito AmBev: simples, focado e disciplinado**
4. **Pensamos e agimos como donos**
5. **Desenvolvemos as melhores pessoas e times**

Estratégia e estrutura de responsabilidade social

Nossa estratégia de responsabilidade social está ancorada na criação co-responsável de valores para todas as partes interessadas (*stakeholders*). Ao mesmo tempo em que queremos garantir um desempenho econômico crescente para nossos acionistas, sabemos que é fundamental assumir a responsabilidade pelo impacto de nossas operações ao longo da cadeia produtiva. Esse nosso compromisso se reflete no Sonho da nossa empresa, conforme descrito na página 8.

Atuamos nas três dimensões da sustentabilidade: econômica, ambiental e social. Queremos apresentar resultados econômicos consistentes ao longo do tempo, produzir bebidas utilizando recursos naturais de maneira ecoeficiente, desenvolver nossa Gente, nosso principal ativo. Também, queremos trocar melhores práticas de gestão com nossa cadeia produtiva e garantir o cumprimento do nosso papel de empresa socialmente responsável, por meio de programas sociais diretamente ligados ao nosso negócio.

Para coordenar as atividades de responsabilidade social da Companhia há, desde 2001, uma área corporativa específica que responde diretamente para nossa Diretoria de Relações Corporativas. Além disso, como parte da nossa cultura e do nosso Código de Conduta de Negócios, todos os funcionários e parceiros são estimulados a incorporar ações responsáveis nas suas atividades. Desde que chega na Empresa, durante a integração, o funcionário já recebe informações sobre nossa responsabilidade socioambiental. Queremos que essa consciência seja parte do nosso cotidiano.



Mapeamento de stakeholders

Nossos *stakeholders* foram mapeados internamente, com base em análise sobre os relacionamentos de longo prazo que mantemos com públicos que fazem parte de toda a nossa cadeia produtiva. Para assegurar um relacionamento crescente com esses públicos, adotamos diversas ferramentas, processos e canais de comunicação que permitem maior transparência em nosso relacionamento.

Empregados – Nossa Gente é a nossa grande vantagem competitiva. Mantemos uma política de portas abertas, com ambiente informal que facilita o diálogo e a troca de experiência. Oferecemos uma série de benefícios e oportunidades de crescimento profissional, como forma de reconhecer e recompensar o alcance de bons resultados. Entre outros, temos uma área específica de comunicação interna que está focada em garantir uma relação ainda mais transparente e o permanente diálogo com esse público.

Clientes – Nossas equipes de vendas são continuamente treinadas para manter com os clientes e as revendas um relacionamento que vai além do comercial. Por meio de vendedores, supervisores e gerentes, estabelecemos a troca de informações e de melhores práticas, possibilitando que eles ampliem o conhecimento sobre o nosso mercado e, conseqüentemente, desenvolvam melhor seus negócios. Para esse público, colocamos à disposição um canal de atendimento (SAV) específico.

Consumidores – Os consumidores são a razão de ser de nosso negócio e devem receber toda nossa atenção. Oferecemos um amplo portfólio de produtos de qualidade, buscamos inovar sempre e difundimos o conceito de consumo responsável de bebida alcoólica, por meio de ações em duas frentes: conscientizar sobre os riscos de beber e dirigir, e estimular o cumprimento da lei que proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores e de outras relativas ao consumo de nossos produtos. Nossos consumidores podem registrar reclamações e sugestões e solicitar informações por meio do canal de atendimento específico, o SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor).

Fornecedores – Buscamos o aprimoramento contínuo de nossos fornecedores. Nosso Código de Conduta de Negócios prevê que devemos oferecer oportunidades iguais para todos, independentemente de seu porte ou localização geográfica, e os incentivamos a adotarem práticas de gestão que respeitem a dignidade humana, a ética e a preservação ambiental. Realizamos atividades de capacitação e encontros e reuniões anuais para estreitar o diálogo, além de uma convenção anual específica para os transportadores. Colocamos à disposição dos nossos fornecedores uma ferramenta que permite consulta sobre pagamentos.

Sociedade – Procuramos contribuir para uma sociedade justa e democrática ao pagarmos os nossos impostos em dia. Além de proporcionarmos empregos, contribuimos significativamente para o fortalecimento da economia dos países onde estamos presentes. Mantemos e apoiamos Organizações Não-Governamentais (ONG), entidades de classe e vários projetos de desenvolvimento de comunidades. Estamos preocupados com questões de responsabilidade social que vão além das fronteiras das nossas unidades, como consumo responsável e reciclagem de nossas embalagens. Todos os cidadãos podem obter informações sobre a AmBev e sua atuação por meio do nosso *website*.

Acionistas – Três conceitos baseiam nosso relacionamento com os acionistas: comunicação transparente, que inclui análises detalhadas, com relatórios e teleconferências trimestrais; alinhamento de objetivos, assegurado pela remuneração variável a todos os empregados, vinculada ao alcance de metas, e pela participação dos principais executivos em programa de aquisição de ações; e acordo de acionistas.

Imprensa – Garantimos a projeção de uma imagem coerente com os nossos valores por meio de relacionamento pautado pela transparência e pelo respeito com os órgãos de imprensa. Mantemos uma área de Comunicação Externa, que garante o atendimento às demandas da imprensa.

Governo – Respeitamos a legislação dos países onde atuamos. Temos uma área especializada no acompanhamento das iniciativas governamentais que dizem respeito ao nosso negócio e atendemos aos convites de participação em audiências públicas para contribuir na criação de políticas públicas.

Reconhecimento externo

Em 2007, nosso bom desempenho nas três dimensões dos negócios – econômica, social e ambiental – resultou na conquista de uma série de premiações e reconhecimentos, entre elas:

Valor Social – Concedido pelo jornal *Valor Econômico*, homenageia as empresas que consideram o compromisso com a sociedade e o desenvolvimento sustentável critérios de excelência e de gestão. Fomos contemplados na categoria Respeito ao Meio Ambiente.

Empresas Mais Admiradas – No *ranking*, organizado pela revista *Carta Capital*, nos destacamos nas categorias Indústria de bebidas alcoólicas e não-alcoólicas, em virtude do trabalho nas áreas de responsabilidade social, ética e compromisso com recursos humanos. A premiação é baseada em pesquisa feita com os principais executivos das empresas do setor.

Melhores e Maiores – Organizada pela revista *Exame*, a relação aponta as 500 maiores empresas do País, além das maiores e melhores de cada um dos setores mais representativos da economia nacional.

Great Place to Work – Realização da revista *Época*, premia as empresas que mais se destacam no gerenciamento de pessoas.

Melhores Empresas para se Trabalhar – A classificação, promovida pelas revistas *Você S.A.* e *Exame*, avalia a qualidade do ambiente de trabalho e da gestão de recursos humanos.

Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho – Destaca as companhias que contribuem para o desenvolvimento social e a melhoria da qualidade de vida de seus funcionários, além da racionalização de recursos naturais em suas unidades. Participaram da edição 2007 do Prêmio cerca de 2.500 empresas de todo o País.

Prêmio DCI – Reconhece as empresas mais admiradas pelos empresários brasileiros.

Prêmio Benchmark Ambiental – Destaca os melhores *cases* de gestão socioambiental corporativa.

Certificado de Mérito Ambiental – Concedido durante o simpósio Experiências em Gestão de Recursos Hídricos por Bacia Hidrográfica, realizado em dezembro pelo Comitê Intermunicipal da Bacia dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá.

Prêmio Ambiental Fiec – Outorgado pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará, na categoria Produção mais limpa e reuso da água.

Prêmio Gestão Ambiental do Estado de Goiás – Segundo lugar para a fábrica de Goiânia (GO) na categoria Atividade industrial e terceiro lugar para a fábrica de Anápolis (GO) na categoria Atividades alimentícias.

Prêmio Ecologia e Ambientalismo – Concedido pela Câmara Municipal de Curitiba (PR).



Sobre o Relatório

Este Relatório de Sustentabilidade revela as ações promovidas e os resultados do nosso trabalho no ano de 2007, com algumas referências a anos anteriores e a 2008, alinhadas ao nosso propósito de crescer de forma sustentável e criar valor a todos os nossos *stakeholders*. Essa publicação anual, direcionada a todos os públicos que se relacionam com a AmBev, contempla parcialmente as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) em sua última versão, a G3, conforme Sumário GRI, e busca dar continuidade às informações do relatório anterior, publicado em julho de 2007. Nosso objetivo foi o de atender ao nível B da GRI.

A FBDS avaliou o Relatório de Sustentabilidade 2006 e as versões preliminares do Relatório de Sustentabilidade 2007, com base nas Diretrizes GRI G3. Adicionalmente, a FBDS conduziu uma análise setorial e de *benchmarks* de relatórios de sustentabilidade. Algumas recomendações foram incorporadas e as demais farão parte da reflexão e do avanço da Companhia na agenda da sustentabilidade para os próximos relatórios.

Com base no trabalho da FBDS, priorizamos, em processo interno que envolveu diversas áreas, a seleção dos temas centrais e indicadores que reflitam os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da Companhia ou possam influenciar de forma substancial as avaliações e decisões dos *stakeholders*. Destacamos, além de nosso desempenho econômico, que está amplamente apresentado em nosso Relatório Anual, o relacionamento com o público interno, a gestão ambiental ecoeficiente e a saúde e segurança de funcionários e consumidores.

As informações financeiras são baseadas nos padrões de contabilidade brasileiro (BRGAAP), abrangem todas as operações e têm como base dados auditados por uma auditoria independente. Não houve validação externa dos demais indicadores. Todas as informações sociais e ambientais são gerenciais, foram verificadas internamente e referem-se exclusivamente às operações Brasil e HILA-ex. Ao longo deste Relatório, há indicação específica quando as informações sociais e ambientais têm referência distinta a esse critério. Não houve mudança em escopo, limites ou métodos de medição nem reformulação de informações publicadas em 2006.



De sua elaboração participaram vários profissionais da Companhia aos quais agradecemos pelo empenho. Também somos gratos às instituições que se relacionam conosco e nos orientam na manutenção do foco em ações sustentáveis, entre elas:

- Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não-alcoólicas (Abir)
- Associação para a Defesa do Meio Ambiente (Adan) – Venezuela
- Associação de Produtores de Cerveja da República Dominicana (Adoface)
- Associação da Indústria de Refrigerantes do Peru (Asbega)
- Câmara de Indústria da Guatemala
- Câmara de Indústrias de Guayaquil – Equador
- Câmara Binacional de Comércio e Integração Peru-Brasil (Capebras)
- Câmara de Produtores de Cerveja da Venezuela (Caveface)
- Câmara de Comércio e Indústria Venezuela-Brasil (Cavenbra)
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) – Brasil
- Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre) – Brasil

- Cerveceros Latinoamericanos
- Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (Cisa) – Brasil
- Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) – Brasil
- Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS)
- GTZ – Brasil
- Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO)
- Recicloteca – Brasil
- Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv) – Brasil
- Sociedade Nacional de Indústrias do Peru (SNI)

Para obter mais informações sobre a AmBev e este Relatório, visite o site (www.ambev.com.br) ou envie e-mail para (acrespcorp@ambev.com.br).

Luiz Eduardo Osorio

Gerente de Responsabilidade Corporativa e Relações Governamentais

Fabiana Rafaela Pizzolatti

Responsabilidade Corporativa

Governança Corporativa



Nossa conduta é o principal elemento que destaca nossos padrões superiores de governança corporativa. É responsabilidade de nosso Conselho de Administração garantir que os princípios, a ética e a cultura da AmBev sejam praticados e disseminados entre toda a nossa Gente. Outro fator essencial é o alinhamento de objetivos entre acionistas e executivos da Companhia – garantido, entre outros meios, pelo sistema de remuneração variável vinculado ao alcance de metas desafiadoras que busca balancear o curto e o longo prazo. A experiência desses profissionais assegura a manutenção da competitividade e o alcance dos objetivos de longo prazo.

O bloco controlador é formado por duas entidades que, juntas, possuíam, em dezembro de 2007, aproximadamente, 90% do capital votante e 70,1% do capital total da Companhia: a InBev, com 73,7% do capital votante e 61,1% do capital total, e a Fundação Antonio e Helena Zerrenner (FAHZ), com 16,3% de capital votante e 9,1% do capital total.

A estrutura de governança é integrada pelo Conselho de Administração, pela Diretoria Executiva e pelo Conselho Fiscal. No apoio ao Conselho de Administração, há os comitês de Finanças, de Operações e de Gente e Gestão.

Conselho Fiscal

Órgão permanente, tem como atribuição supervisionar a Administração, com análises e pareceres relativos às demonstrações financeiras da Companhia, além de desempenhar outras funções previstas na legislação societária brasileira. Nenhum de seus membros integra o Conselho de Administração ou a Diretoria Executiva. O Conselho Fiscal também executa as funções relacionadas à Lei Sarbanes-Oxley.

Conselho de Administração

É composto de nove membros efetivos e dois suplentes, acionistas da AmBev, que determinam o direcionamento geral estratégico da Companhia. Eles são eleitos pela Assembleia Geral para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. O regimento interno do Conselho determina algumas qualificações mínimas para a seleção dos conselheiros. O acordo de acionistas da AmBev rege a escolha de conselheiros entre os acionistas controladores e estabelece normas para evitar conflitos de interesse, sendo que os co-presidentes do órgão não acumulam função executiva. Esse acordo, válido até 2019, confere à FAHZ direito de veto em questões relacionadas a dividendos, investimentos, aquisições e emissões de novas dívidas, entre outras. Não são mantidos conselheiros independentes. Por fim, o Conselho de Administração busca avaliar de forma contínua sua atuação e seus procedimentos internos com o objetivo de aprimoramento constante.

Comitê de Finanças

Tem por finalidade assistir ao Conselho de Administração em relação às seguintes matérias: plano anual de investimento da Companhia; oportunidades de crescimento externas; estrutura de capital e fluxo de caixa da Companhia; e gerenciamento de risco financeiro da Companhia, bem como o orçamento e política de tesouraria. Durante o ano, o Comitê de Finanças realiza no mínimo quatro reuniões, em que são discutidas, entre outras questões, orçamento, análise de risco financeiro, política de tesouraria e oportunidades de fusão e aquisição.

Comitê de Operações, Gente e Gestão

Entre suas atribuições estão a análise, sugestão e o monitoramento de metas anuais de desempenho econômico e socioambiental e seus orçamentos; e o acompanhamento de todas as ações da Companhia por meio da análise de resultados, de desenvolvimentos mercadológicos e benchmarking interno e externo permanente. É também este Comitê que, em conjunto com o Comitê de Ética, avalia situações de conflitos de interesse envolvendo, de um lado, a Companhia e, de outro, seus acionistas, administradores e/ou funcionários. Durante o ano, esse Comitê realiza no mínimo seis reuniões.

Diretoria Executiva

É o principal elo entre as políticas e decisões adotadas pelo Conselho de Administração e os administradores da Companhia. Seus integrantes são eleitos pelo Conselho de Administração para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. Suas atribuições são: apresentar propostas de planejamento de médio e longo prazos; analisar, propor e monitorar os objetivos anuais de desempenho da Companhia, bem como os orçamentos necessários para atingir esses objetivos; analisar e monitorar a posição da Companhia por meio de análises de seus resultados, desenvolvimento de mercado e permanente *benchmarking* interno e externo; analisar, monitorar e propor a uniformização de boas práticas; analisar e monitorar o desempenho das marcas da Companhia e as estratégias de inovação; e opinar em assuntos envolvendo programas de recrutamento e disseminação da cultura da Companhia.

Para saber mais sobre os processos relativos à governança corporativa e sobre o perfil e a remuneração dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva da AmBev, acesse o Relatório 20-F e o site de relacionamento com os investidores (www.ambev-ir.com.br).

Código de Conduta

Todos na Companhia somos regidos pelo Código de Conduta de Negócios da AmBev ("Código de Conduta"), com o qual nos comprometemos por meio de assinatura de termo de compromisso. Qualquer violação ao documento pode ser relatada ao Comitê de Ética, formado pelo diretor-geral para América Latina, pelos diretores Financeiro, de Gente e Gestão, Jurídico e de Relações Corporativas e pelo gerente de Comunicação Interna.

Os contatos com o Comitê podem ser feitos por e-mail e terminal de auto-atendimento aGente AmBev, disponível em todas as unidades, e, a partir de 2007, também por telefone, em ligações gratuitas 0800. Os canais podem ser acessados por todos os funcionários, clientes, revendedores e fornecedores, e as denúncias encaminhadas têm de ser apuradas em prazo máximo de oito semanas. Destacamos que o canal de Ouvidoria, que também pode receber recomendações dos funcionários, é acompanhado regularmente pelo Conselho Fiscal. Conforme a natureza do assunto, o contato do funcionário pode ser encaminhado para a apreciação do Conselho de Administração. Além do Código de Conduta, que representa o nosso compromisso com um comportamento responsável, ético, transparente e de respeito mútuo entre os nossos profissionais e públicos externos, são mantidos canais de comunicação de denúncias em todas as unidades, além da Ouvidoria, que zela pela manutenção da Cultura da Companhia.

A Companhia valoriza ações de defesa dos direitos humanos, tais como a liberdade de associação. Proíbe toda e qualquer forma de discriminação racial, sexual e religiosa ou que esteja relacionada a deficiências. Não tolera o trabalho infantil ou qualquer outra forma de trabalho compulsório em suas unidades.

O Código de Conduta estabelece claramente que toda a Gente AmBev deve se manter informada e respeitar leis e regras. Também veta a prática de oferecimento ou aceitação de qualquer tipo de contribuição, doação, favores ou presentes a entidades governamentais ou funcionários públicos, a fim de que ajam ou utilizem sua influência para auxiliar a Companhia a ganhar um negócio ou obter vantagem imprópria.

Nosso Código também define que qualquer contribuição direta ou indireta da Companhia a partido político, comitê de campanha ou candidato a cargo público é estritamente proibida, a não ser que a aprovação formal do Conselho de Administração tenha sido obtida com antecedência.

Gente

O talento de nossa Gente e a solidez de nossa Cultura são as duas principais vantagens competitivas que impulsionam os negócios e transformam nossos sonhos em realizações. O ponto principal que nos diferencia no mercado e faz da AmBev um excelente lugar para se trabalhar é nossa cultura de informalidade, transparência, acessibilidade entre funcionários de diferentes níveis hierárquicos, e o espírito de dono que está em todos nós.

Encerramos 2007 com um time formado por cerca de 35 mil pessoas, das quais 25 mil são funcionários próprios no Brasil e na HILA-ex, que atuam sob um modelo de gestão pautado pela meritocracia e superação de desafios. Essa diretriz significa agir como dono e ser reconhecido como tal. Como empresa global, oferecemos oportunidades de carreira internacional em diferentes áreas e países. Em 2007, 30% de nossos profissionais foram promovidos.

Mantemos um sistema de remuneração variável por desempenho, programas de opções de ações, de reconhecimento por tempo de empresa e de saúde e qualidade de vida, e colocamos à disposição uma série de benefícios, muitos deles extensivos aos familiares. Também investimos na formação e qualificação da nossa Gente, com a oferta de cursos na Universidade AmBev (UA) e de bolsas de estudo para graduação, pós-graduação e cursos de curta duração no exterior e treinamentos na função em que o funcionário atua.

Emprego

Reunimos na AmBev uma equipe jovem, com média de idade de 32 anos. Ao mesmo tempo, temos mais de 3 mil profissionais com mais de dez anos de casa. Do total de funcionários, 92% têm segundo grau completo e 19%, terceiro grau completo.

Em nossos quadros estão incluídos aproximadamente 4,5 mil vendedores, que atuam em um mercado com cerca de 2 milhões de pontos-de-venda em toda a América Latina. Nossa estrutura de vendas, no Brasil, é composta por uma frota de mais 2 mil caminhões e 3,5 mil motocicletas, além de barcos e balsas, que garantem a cobertura geográfica de todo o território nacional.

Número de profissionais

	Próprios			Terceiros			Temporários		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Brasil	20.836	20.083	21.085	6.207	6.127	5.113	38	28	21
HILA-ex	5.048	4.587	4.209	1.074	1.163	1.549	-	-	-
Total	25.884	24.670	25.394	9286	7.290	6.662	38	28	21





Diversidade – 2007

Faixa etária

Até 25 anos	24,3%
25 a 35	51,49%
35 a 45	18,5%
45 a 55	4,99%
Mais de 55	0,74%

Gênero

Homens	89,6%
Mulheres	10,4%

Cor (*)

Branca	62,6%
Negra (preta e parda)	36,4%
Indígena	0,2%
Amarela	0,8%

Tempo de empresa

Até 1 ano	15,7%
De 1 a 5 anos	50,7%
De 5 a 10 anos	20,1%
De 10 a 20 anos	11,2%
Mais de 20 anos	2,3%

Distribuição dos cargos

Diretoria	0,2%
Gerência e Supervisão	16%
Cargos administrativos e técnicos	30,8%
Vendedores e Operação	53%

Grau de instrução (*)

Fundamental completo/incompleto	2,6%
Médio completo/incompleto	59,4%
Superior completo/incompleto	36,0%
Mestrado, pós-graduação	2,0%

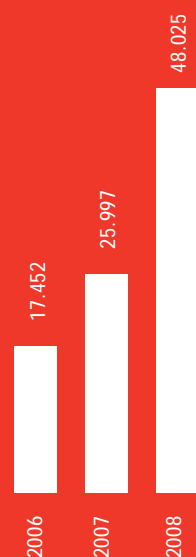
(*) Dados de Brasil

Nossa política de contratação privilegia profissionais das comunidades do entorno de nossas unidades, especialmente nos cargos operacionais. Para as demais funções, buscamos preencher as vagas por meio de promoções internas – prática adotada em quase 90% dos casos.

O recrutamento e a seleção de gerentes de segunda linha (que respondem a um gerente superior) é feito por meio do Programa Sucessores, de captação interna, no qual todos os funcionários da Companhia podem se inscrever. Aos futuros gerentes de primeira linha (que respondem a um diretor) é aplicado o Programa de Capacitação Gerencial (PCG), que forma profissionais selecionados durante a Reunião de Gente (ver pág. 22) e aprovados pelos diretores.

Para atrair talentos externos e qualificar ainda mais as equipes internas mantemos três programas. Um deles é o Trainees, que já formou mais de 500 profissionais desde que foi criado, em 1990. Cerca de 130 participantes do programa ocupam cargos gerenciais na Organização. Além disso, 16 diretores atuais da AmBev ingressaram na Companhia por meio da iniciativa. Sem número definido de vagas, ele tem duração de dez meses e, para a seleção de 2008, recebeu o número recorde de 48.025 inscrições na América Latina. Dos candidatos, 35 (32 do Brasil e 3 da HILA-ex) foram selecionados para iniciar o processo de formação em 2008.

Número de inscritos no Programa Trainee



Outra iniciativa no mesmo sentido é o Programa Talentos, que encaminha a áreas específicas os candidatos com alto potencial de desenvolvimento e formação sólida para trabalhar na Companhia. Eles são indicados para atuar em funções ajustadas ao seu perfil nas áreas de Vendas, Industrial/Supply, Gente e Gestão, Logística, Marketing, entre outras. O número de vagas é definido anualmente pela Diretoria de Gente e Gestão e validado pelas diretorias corporativas. Em 2007, 66 pessoas foram selecionadas para participar do programa em 2008, todas no Brasil.

Há ainda o Programa de Estágio, estruturado em 2003 e cujas seleções são feitas semestralmente, em fevereiro/março e julho/agosto, pelas unidades. As inscrições podem ser feitas no site da Companhia por candidatos que estejam a um ano e meio de se formar. No processo de seleção de 2007, 316 profissionais foram selecionados para participar do programa, sendo 297 no Brasil e 19 na HILA-ex.

Trainees, Talentos e Estagiários

Região	Trainees			Talentos			Estagiários		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Brasil	21	31	32	54	59	66	144	185	297
HILA-ex	13	1	3	0	0	0	25	30	19

Remuneração e benefícios

A nossa preocupação em gerir a atração de talentos se estende também à retenção dos profissionais. Para isso, mantemos a igualdade de salários de homens e mulheres nas mesmas funções, além de uma política de remuneração e benefícios alinhada à nossa cultura de meritocracia e superação de desafios.

Ela contempla o pagamento de salários fixos justos, o que é garantido por pesquisas anuais de mercado, e por remuneração variável, aplicada em dois níveis. Os colaboradores operacionais participam do Programa de Lucros e Resultados (PLR) e os demais, a partir do cargo de supervisores, são envolvidos em programa de remuneração variável, em que o valor do bônus está vinculado ao alcance de metas individuais e coletivas de cada operação. Em 2007, esse programa foi alterado e passou a premiar 70% dos profissionais mais destacados do nível médio ao de coordenação – maior público da Empresa. Até 2006, 60% dos melhores talentos eram premiados. Para os cargos de gerência corporativa e diretoria, 100% são premiados, desde que alcancem um percentual mínimo de resultados.

Além das iniciativas de remuneração variável (bônus anual), pagamos 14º salário a todos os colaboradores e mantemos o Programa de Ações e *Stock Options* direcionado a níveis de alta gerência e superiores, que podem aplicar o bônus recebido no ano em ações da Companhia, recebendo também *stock options*. Em relação aos resultados de 2007, 181 executivos, de um total de 186, exerceram o poder de compra de ações/*stock options*.

Reconhecimentos

Integra ainda nossa política o Programa Reconhecer, que anualmente oferece aos profissionais que completam mais de 25 anos na Empresa um salário fixo mensal a mais no ano. Em 2007, 460 funcionários receberam a gratificação.

Para as fábricas, mantemos o Programa de Excelência Fabril (PEF), em que todas as unidades são avaliadas em diversos aspectos. A premiação é determinante na remuneração variável do funcionário. Todas as fábricas são listadas e a remuneração variável é de acordo com a sua colocação. O mesmo vale para os Centros de Distribuição Direta, onde há o Programa de Excelência em Vendas (PEV).

Ainda há uma forma de reconhecer as células que se destacaram nas fábricas. Mesmo que a unidade não tenha ficado em boa colocação no PEF, os núcleos de trabalho passam por uma auditoria no programa de excelência. Essa avaliação é trimestral e chamada de Campeonato Mundial.

Há também as campanhas regionais e corporativas que podem ser criadas de acordo com o planejamento anual de ações da Companhia, ou para dar suporte a algum lançamento.

Benefícios

Nossa política de benefícios contempla todos os colaboradores, independentemente do nível hierárquico. Tanto que recebeu 91% de aprovação na última pesquisa de satisfação, realizada em 2007.

Ela inclui planos médico e odontológico sob medida e extensivo aos dependentes, para os quais os participantes não contribuem regularmente, mas apenas com um percentual, de acordo com a faixa de salário, no mês em que utilizam os serviços.

Também oferecemos a opção de contratar seguro de vida, reembolso anual das despesas com a aquisição de material escolar aos funcionários e filhos de funcionários estudantes e reembolso de 70% do custo mensal de cursos de graduação

e pós-graduação. Para obter esse benefício, que em 2007 foi concedido a 1.377 pessoas, o colaborador deve estar cursando a primeira graduação ou pós em área alinhada à função exercida na Companhia.

Nosso plano de previdência complementar, optativo e de benefício definido, é outro diferencial da política de benefícios. Os participantes a partir de 28 anos de idade definem o percentual do salário com o qual desejam contribuir mensalmente (de 2% a 8%) e a Companhia aporta o mesmo valor. Já aos participantes com mais de 38 anos de idade, a AmBev faz aportes no valor do dobro da contribuição do funcionário. Todos os participantes podem mudar de faixa de contribuição, assim como de perfil de administração do plano – conservador, moderado ou agressivo – anualmente. A administração do plano é feita internamente, e a rentabilidade é, em geral, superior a boa parte dos índices econômicos e investimentos disponíveis no mercado. Em 2007, ela variou entre 11,86% e 19,67%.

Saúde e segurança

Zelamos pela saúde e segurança de nossa Gente. Por meio do programa Vida Legal, patrocinado pela FAHZ, todos os empregados têm acesso a programas preventivos de doenças – como campanhas de vacinação contra gripe e de conscientização sobre problemas como estresse, hipertensão, diabetes, saúde da mulher – e auxílio para a aquisição de materiais escolares, cestas de Natal e brinquedos.

Na área de segurança, mantemos um Plano Diretor de Segurança para que as Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipa), a área de Serviço Especializado de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) e os gerentes e supervisores estejam constantemente envolvidos no tema. O Plano contempla o monitoramento e acompanhamento mensal das ferramentas que visam reduzir ao mínimo o número de acidentes de trabalho.

As Cipas estão constituídas em todas as unidades, por colaboradores eleitos entre as próprias equipes. Os gerentes das unidades e os gerentes de áreas em que tenham sido registrados acidentes no período participam obrigatoriamente das reuniões mensais das Comissões. As informações sobre acidentes, com ou sem afastamento, são transmitidas ao Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) por meio de formulário de Comunicação de Acidente de Trabalho (CAT). O documento é preenchido pela área de segurança do trabalho e pelo médico responsável pela unidade. Todas as ocorrências também são investigadas e acompanhadas internamente. As unidades enviam informações sobre acidentes que demandam afastamento do funcionário a uma equipe corporativa de especialistas no tema, que analisa os fatos, propõe ações corretivas e divulga aos responsáveis em segurança de toda a Companhia, para evitar outros acidentes da mesma natureza.

As unidades fabris e os Centros de Distribuição Direta (CDD) são regidos pelas Diretrizes de Segurança e Saúde Ocupacional, que tratam, entre outros itens, de permissão para trabalhos de risco, inspeções de rota, exigências mínimas de segurança para prestadores de serviço, bloqueio de energia, registro e análise de acidentes de trabalho e realização de consultas e exames médicos.

Nas áreas de Vendas e Distribuição, onde nossos vendedores e supervisores usam motos e automóveis como instrumento de trabalho, também é realizado o Paz no Trânsito, programa que busca garantir a integridade física dos profissionais, gerenciar os índices de segurança e reduzir os acidentes de trânsito. A iniciativa é composta de ferramentas identificadas em quatro pilares: infra-estrutura, atitude do condutor, atitude de liderança e gente e gestão. Desde que foi criado no Brasil, em agosto de 2003, o programa Paz no Trânsito foi fundamental para a redução de cerca de 70% do número de acidentes com afastamento na Companhia.

Há ainda o Plano Diretor de Segurança (PDS) e o programa *Safety First*, aplicados em todas as unidades fabris na América Latina. O *Safety*

First foi criado para promover a disseminação e o desdobramento de assuntos de segurança já predefinidos e remetidos bimestralmente pela InBev.

Além desses Programas, todas as unidades realizam a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (Sipat), que ocorre uma vez ao ano. A partir de 2007, nos CDDs, a Sipat passou a incluir, entre os temas, meio ambiente e orientações sobre consumo responsável.

Treinamento – Tanto nas Diretrizes de Segurança quanto nos demais programas, são previstos treinamentos em saúde e segurança. Desde o momento em que o funcionário ingressa na Companhia, seja próprio ou terceiro, o tema segurança já é abordado no programa de integração na empresa.

Posteriormente, os funcionários participam de treinamentos de segurança durante a integração na função e, nas fábricas, de atividades semanais ministradas pelo gestor da área e intituladas 5 Minutos de Segurança ou Diálogos Diários de Segurança (DDS), que abordam temas importantes na prevenção de acidentes.

Também são realizados treinamentos de segurança para a liderança e treinamentos de direção defensiva para os condutores de carros e motos da área de vendas.

Em 2007, o Centro de Engenharia da AmBev desenvolveu e implantou o Projeto Zero ACA, realizando diagnósticos nas unidades fabris da América Latina e treinando os líderes na gestão de segurança e sobre a importância da liderança no assunto segurança. Foram treinados em 2007 cerca de 2.200 líderes nas fábricas, que replicaram o treinamento às suas equipes, garantindo o alinhamento de 100% da Empresa.

Com todas essas ações, a Companhia registrou 234 acidentes com afastamento em 2007, 18% menos do que no ano anterior. A Taxa de Gravidade (TG) foi de 168 em 2007, em comparação a 314 no ano anterior, o que representa 44% de redução do número de dias perdidos e 100% do número de dias debitados por acidentes de trabalho.

Acidentes de trabalho

	Taxa de Gravidade			Dias Perdidos		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Brasil	540	362	193	22.266	16.140	9.242
HILA-ex	98	143	67	1.049	1.759	785
Total	449	314	168	23.315	17.899	10.027

	ACA Fabril			ASA Fabril			Óbitos Fabril			ACA Terceiros Fabril			ASA Terceiros Fabril			Óbitos Terceiros Fabril		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Brasil	69	13	54	1163	852	915	0	0	0	67	51	52	491	392	365	0	1	0
HILA-ex	24	61	9	241	156	105	0	0	0	10	9	15	118	60	81	0	0	0
Total	93	74	63	1404	1008	1020	0	0	0	77	60	67	609	452	446	0	1	0

	ACA Vendas			ASA Vendas			Óbitos Vendas			ACA Terceiros Vendas*			ASA Terceiros Vendas*			Óbitos Terceiros Vendas*		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Brasil	198	168	138	209	175	191	2	0	0	x	x	382	x	x	52	x	x	2
HILA-ex	64	44	33	51	40	27	0	0	0	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Total	262	212	171	260	215	218	2	0	0	x	x	382	x	x	x	x	x	2

* Os acidentes de trabalho envolvendo funcionários terceirizados da área de vendas começaram a ser monitorados de maneira sistemática em 2007.



Definições:

Taxa de lesões (taxa de gravidade) – Índice mundialmente medido em que o resultado é a combinação de dias perdidos (tempo de afastamento), dias debitados (dias tabelados por lei conforme lesão permanente ou morte) e horas trabalhadas da Unidade.

$$TG = \frac{(\text{dias perdidos} + \text{dias debitados}) \times 1.000.000}{\text{Horas/homem trabalhadas}}$$

Acidente com Afastamento (ACA) – Acidentes ocorridos durante a jornada de trabalho que impliquem afastamento maior do que um dia, resultando em incapacidade temporária, permanente ou morte do acidentado.

Acidente sem Afastamento (ASA) – Acidentes ocorridos durante a jornada de trabalho que não tenham causado afastamento. Nesse caso o funcionário retorna ao trabalho no mesmo dia ou no dia seguinte.



Treinamento e educação

Para atrair, capacitar e reter talentos, acompanhar seu desempenho e identificar e sanar lacunas, de acordo com nossa cultura e nossos objetivos, adotamos o Ciclo Anual de Gente. Ele inclui definição e desdobramento de metas, gestão de competências de 100% dos profissionais, uma reunião anual de alinhamento (Reunião de Gente) – em que todos os líderes se reúnem para avaliar o desempenho e definir o encarecimento de suas equipes.

Essas etapas norteiam o plano de desenvolvimento e treinamento, encaminhado à Universidade AmBev (UA) para a elaboração de módulos capazes de formar as pessoas que estão ingressando, preparar as que serão promovidas, dar suporte aos processos da Companhia e assegurar a sustentabilidade do negócio.

Em 2007, R\$ 13,4 milhões foram investidos na UA. Suas atividades são desenvolvidas em todas as unidades e níveis organizacionais da Empresa, por meio de cursos e treinamentos externos e *in company*, com a utilização de ferramentas como *e-learning* e TV AmBev. Sob essa estrutura, possui 51 programas e 225 cursos oficiais, atualizados e acionados anualmente, em cinco eixos temáticos que atendem a todos os níveis hierárquicos.



MBA Corporativo

O MBA Corporativo, reconhecido e certificado pelo MEC, tem como objetivo informar aos principais executivos a visão geral do negócio AmBev, dar acesso a ferramentas de gerenciamento, conhecimento sobre as melhores práticas do mercado e competências de liderança. Em parceria com a Business School São Paulo (BSP), o MBA já formou 250 funcionários. Cerca de 35% do conteúdo é ministrado por profissionais AmBev e um dos módulos do curso é internacional.

Prática de Liderar – Promove o alinhamento e define o perfil do líder AmBev, que deve alcançar resultados diferenciados na condução ética de suas equipes. Exemplos de programas inseridos nesse eixo são o MBA Corporativo, Leading @ InBev; Managing @ InBev e Treinamento de Competências. Em 2007, seis programas foram ministrados a 217 profissionais, e somaram um total de 773 horas.

Exelência Operacional – Garante a dinâmica de treinamentos para o desenvolvimento do conhecimento técnico necessário a todas as funções. Tem como diretrizes o mapeamento das competências críticas, o aperfeiçoamento do treinamento na função e o *benchmark* em capacitação técnico-operacional. Entre os programas contemplados estão *E-Learning* de Vendas e Revendas, Programas técnicos em parceria com o Senai, Programa de Sucessores, Política de Idiomas, Melhores Práticas, Mestre Cervejeiros, Bolsas no Exterior, em parceria com a Fundação Estudar, Bolsas de Graduação e Pós-graduação, além de participações em feiras e seminários. Em 2007, com 37 programas disponíveis, somou 18.357 pessoas e 68.773 horas.

Sistema de Gestão – Dissemina e pereniza em todos os níveis da Companhia as práticas e ferramentas gerenciais que compõem a cadeia de negócio e a abordagem sistêmica, característica da forma de atuar disciplinada e pragmática da AmBev. O eixo é responsável pelos programas Green Belts e Black Belts (Seis Sigma), que envolveram 59 pessoas e totalizaram 554 horas em 2007.

Cultura AmBev – Amplia as referências do jeito de ser e agir da Companhia, e tem como diretrizes a retenção e o desenvolvimento das melhores pessoas, meritocracia e espírito de dono, pragmatismo e foco em resultados, forte capacidade comercial, cuidado constante com a qualidade de produtos e eficiência de custos. Ampara os programas LPC (em português, Liderança, Performance e Mudança), Sucessores de Revendas, Seals, Trainees e Talentos. Em 2007, os seis programas ministrados sob esse eixo somaram 2.490 horas.

Orientação para o Mercado – Promove o relacionamento e a sintonia com o mercado, os distribuidores, as revendas, as comunidades e os clientes finais. Seus programas estão em fase de desenvolvimento.

Para saber mais sobre os programas que compõem cada um destes eixos e contribuem para a empregabilidade dos funcionários, acesse o Anuário da Universidade AmBev no site da Empresa.



Relações com a Empresa

Além de todos esses treinamentos, ministrados a mais de 18 mil pessoas em 2007, em 75 mil horas, a Universidade AmBev é responsável pelo gerenciamento e a disseminação das melhores práticas adotadas em todas as unidades da Companhia.

Para isso, promove evento anual em que são expostos os projetos selecionados. Em 2007, o Melhores Práticas recebeu 318 inscrições de regionais no Brasil e na América Latina (HILA-ex), e premiou seis iniciativas, nas seguintes categorias: Responsabilidade Socioambiental (Vencedor: Maltaria Navegantes), Logística (unidade fabril de Goiânia), Mercado (Centro de Distribuição Direta de Salvador), Financeiro (Centro de Distribuição Direta de Diadema), Gente (Centro de Distribuição Direta de Fortaleza) e Industrial (Centro de Engenharia de Jacareí).

Já a TV AmBev, que alcança todas as unidades de negócios, é um complemento da política de capacitação na medida em que transmite com rapidez e eficácia as informações sobre a Empresa e suas marcas, além de reforçar os valores e a Cultura da Companhia. Na grade de programação há treinamentos para as equipes de vendas, realizados semanalmente e telejornais informativos para todos os públicos.

Nosso ambiente de trabalho é bastante informal, o que facilita o relacionamento entre os profissionais. Dessa forma, é comum que as informações sejam repassadas diretamente entre os funcionários e gestores, inclusive entre eles e os níveis hierárquicos superiores. Temos uma agenda de encontros formais para consolidar as conversas, além de encontros e avaliações informais. Realizamos uma Convenção Anual, com a participação de toda a liderança, reuniões do Sistema de Desempenho Gerencial (SDG) por área, por diretoria e por unidade, que constituem uma série de oportunidades regulares e contínuas em que os gestores e a alta liderança dedicam tempo à comunicação direta com os funcionários.

Para as informações que interessam a toda a Companhia, utilizamos ainda os vários canais de comunicação, como revista, TV corporativa, jornais murais, guias de informações, e-mails, newsletters, mensagens para os *palm top* dos vendedores e os celulares da administração. As mensagens são transmitidas pelo canal mais adequado ao perfil de quem recebe a informação.

A arquitetura do nosso ambiente de trabalho está planejada para promover a integração. Diretores, gestores e demais funcionários compartilham o mesmo espaço, não há salas privativas (apenas as de reuniões), tampouco divisórias. Assim, sempre que qualquer funcionário quiser falar com seu gestor, tem liberdade para ir diretamente a ele.

Também desenvolvemos alguns mecanismos de livre participação dos funcionários para oferecer canais que os deixem confortáveis para expressar o que realmente desejam, fora da rotina. Mantemos caixas de sugestão em todas as unidades, nas quais os funcionários podem deixar sugestões, reclamações e observações. A Ouvidoria é outro canal formal pelo qual o funcionário pode encaminhar sugestões, reclamações ou outras informações que julgar necessárias. Essas informações são apuradas por meio de checagem e auditorias para que as providências sejam tomadas.

Promovemos reuniões periódicas em que cada gestor e um representante da área de Gente & Gestão ouvem individualmente os funcionários para identificar problemas e resolvê-los.

Todos os nossos funcionários no Brasil são representados por diversas entidades sindicais. Embora a Companhia assegure a plena liberdade de associação, apenas 7% dos profissionais são filiados.

As negociações salariais com as entidades ocorrem anualmente. Os acordos coletivos são negociados separadamente, por unidade, e têm prazo de um ou dois anos.



Responsabilidade Socioambiental no Evento Melhores Práticas

Pelo terceiro ano, o evento contou com a inscrição de diversas iniciativas de responsabilidade social. Três práticas foram selecionadas como finalistas. A Maltaria Navegantes ficou com o primeiro lugar (pág. 31). O Programa Reciclagem Solidária (pág. 41) e Projeto Ecolegio da Filial Huachipa no Peru (pág. 40) ficaram em segundo e terceiro lugar, respectivamente.

Gestão Ambiental



A Política Ambiental da AmBev, instituída em 1997, pauta nossa atuação na redução dos impactos ambientais das operações e no alcance de maior ecoeficiência em todas as atividades, produtos e serviços.

Ela se aplica a todas as unidades produtivas e abrange o cumprimento da legislação ambiental em vigor; a busca e ampliação de tecnologias, processo e insumos que minimizem os impactos ambientais; a manutenção de equipe motivada e qualificada em relação ao tema; o desenvolvimento, a promoção e o apoio a programas de educação ambiental e conscientização de clientes, fornecedores e comunidades; e o monitoramento contínuo do desempenho ambiental em cada fase do processo produtivo.

Esse processo é orientado pelo Princípio da Precaução, segundo o qual a ausência de absoluta certeza científica não deve ser utilizada como razão para postergar medidas eficazes e economicamente viáveis para prevenir a ameaça de danos sérios ou irreversíveis de degradação ambiental ou danos à saúde

humana. Esse princípio foi consagrado pela Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992 (Eco92), e é considerado padrão de desenvolvimento sustentável.

Mantemos o Sistema de Gestão Ambiental (SGA), com procedimentos padronizados e documentados, treinamento de pessoal e controle operacional, que nos possibilita atuar preventivamente em relação aos potenciais riscos ambientais. Uma das ferramentas é o Levantamento de Aspectos e Avaliação de Impactos Associados (Laia), aplicado para mapear os riscos potenciais e definir medidas mitigadoras de ampliações e novas unidades. No ano, investimos mais de R\$ 65 milhões no SGA.

Em todas as nossas unidades fabris estão constituídas Comissões Internas de Meio Ambiente (Cima). São comissões multidisciplinares que têm como função treinar os funcionários e monitorar os principais indicadores de ecoeficiência, como consumo de água, utilização de fontes renováveis de energia e reaproveitamento de subprodutos. Além disso, ao ingressar na Companhia ou ser transferido de área, todo funcionário recebe treinamento em meio ambiente.



Em 2007, começamos a estender essa Política Ambiental também às unidades de vendas e distribuição, com mapeamento de não-conformidades, identificação de oportunidades de redução dos impactos ambientais e definição de padrões ambientais. A coleta seletiva foi introduzida em quatro Centros de Distribuição Direta em São Paulo, e todos os profissionais dessas áreas, próprios e terceirizados, foram treinados para adotá-la. Os materiais recicláveis passaram a receber tratamento diferenciado e já constituem fonte de renda para a empresa. Em 2007, foram arrecadadas mais de 300 toneladas de recicláveis.



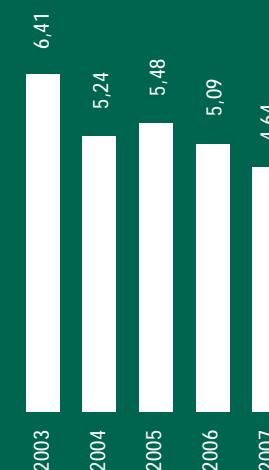
Coleta Seletiva no CDD São Cristóvão

Paralelamente ao desenvolvimento de projeto corporativo para a introdução de política ambiental nas unidades de venda e distribuição da AmBev, o CDD São Cristóvão, no Rio de Janeiro, começou a conscientizar sua equipe sobre a importância da coleta seletiva. Instalou coletores em todas as áreas e passou a vender o lixo da unidade na forma de subproduto. A iniciativa, além de beneficiar o meio ambiente, permitiu que a unidade reduzisse o valor pago para a retirada do lixo do CDD. Em cinco meses, foram coletadas 12,5 toneladas de papel.

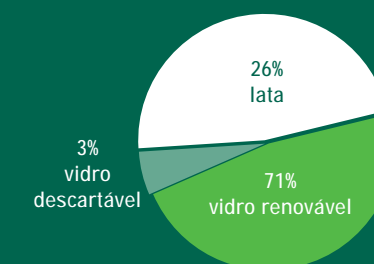
Materiais

Nosso compromisso com a redução dos impactos ambientais e, ao mesmo tempo, com a manutenção da competitividade, está expresso também na busca e utilização de matérias-primas (como malte, milho, trigo, arroz, lúpulo). Além de manter registros de materiais, de consumo na produção e de geração de resíduos, monitoramos a perda de extrato – composto de açúcares fermentáveis, derivados dos cereais maleados e não-maleados e carboidratos e açúcar usado na produção de cerveja. Quanto menor a perda de extrato, menor é também a perda de matéria-prima no processo produtivo. Em 2007, a perda de extrato foi de 4,64%, em razão da gestão eficiente das operações nas unidades.

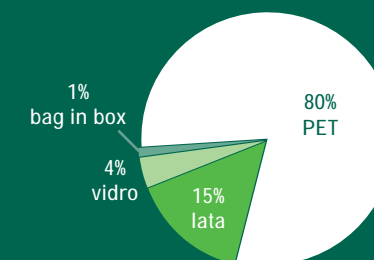
Perda de extrato



Composição das embalagens - Cerveja



Composição das embalagens - Refrigerantes



Consumo de materiais que compõem as embalagens (2005/2007)

Tipo	Redução (%)
Vidro	12,35
Plástico	11,37
Papel	5,88
Total	27,34

Práticas reconhecidas

Na Semana do Meio Ambiente de 2007, duas unidades foram reconhecidas, em concurso interno, desenvolvido para estimular novas práticas alinhadas ao Sistema de Gestão Ambiental da Companhia.

Gestão de frota

O Centro de Distribuição de São Luis (MA) plantou 300 árvores, realizou, em parceria com a prefeitura, palestras sobre meio ambiente e monitorou a emissão de gases dos 35 veículos a diesel da frota parceira. O controle do nível de emissão dos gases na atmosfera resultou em manutenção corretiva para os caminhões que estavam fora das especificações obrigatórias.

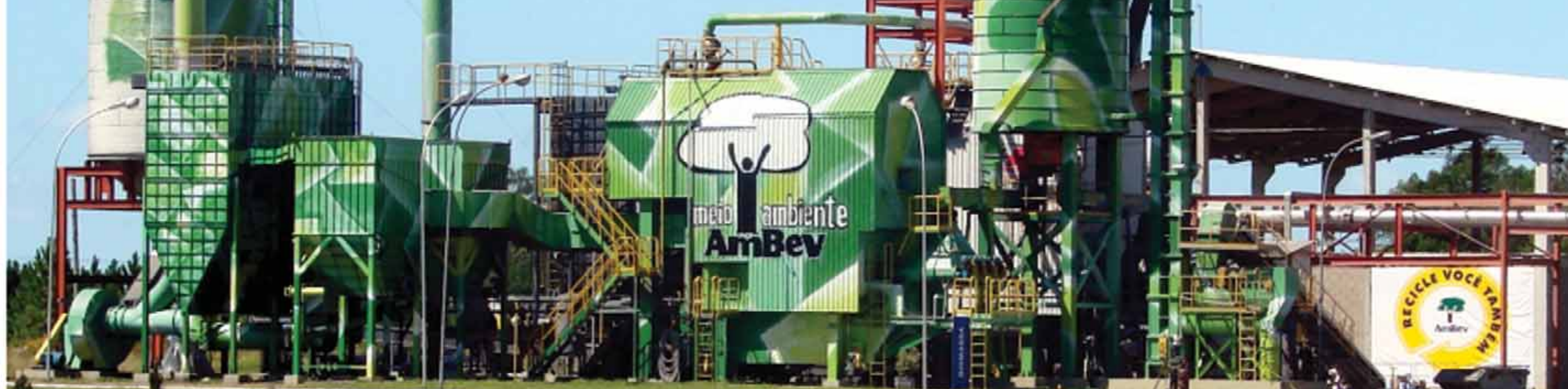
Agenda 21

A fábrica de Juatuba (MG) foi destaque na Semana do Meio Ambiente, momento em que envolveu em atividades de educação ambiental cerca de 1,2 mil pessoas, incluindo alunos de oito escolas municipais, funcionários públicos, ONGs, empresas parceiras da AmBev e funcionários da fábrica.

Os alunos visitaram a AmBev, onde conheceram como funciona o sistema de gestão ambiental. Participaram de uma caminhada na Reserva Ecológica e da revitalização das margens do Ribeirão Serra Azul, com a instalação de pontos de coleta de resíduos, reintrodução de alevinos, além do plantio de mudas de ipê na praça central da cidade. Outra atividade foi a realização de uma feira de meio ambiente, com a apresentação de temas relacionados à reciclagem, preservação e conscientização ambiental.

A programação foi encerrada com entrega de premiação do concurso de desenhos sobre o tema meio ambiente. As crianças receberam brindes e a escola selecionada ganhou recipientes para coleta seletiva.

Como consequência desse trabalho e em parceria com o poder público e sociedade civil organizada, a AmBev deu início ao processo de construção da Agenda 21 de Juatuba no mês de setembro. Essa agenda contempla ações para a atual e futuras gerações visando ao desenvolvimento sustentável.



Energia

Em 2007, utilizamos 104,68 megajoules de energia por hectolitro produzido, volume 2,86% menor do que no ano anterior, quando foi de 107,79.

Esse resultado decorre, entre outros fatores, da aplicação de diversos projetos com foco em eficiência energética, entre eles instalação de 'economizadores' de gás natural, caldeiras de alto desempenho e 'economizadores' de energia para liquefação de gás carbônico.

Dois novas unidades de biomassa também começaram a operar em 2007: uma em Juatuba (MG), queimando moinha (carvão mineral), e outra em Anápolis (GO), queimando cavaco de madeira. Adotamos também como biomassa pinus proveniente de reflorestamento, casca de coco babaçu e casca de arroz, que são usados como combustível nas caldeiras de geração de energia térmica (vapor). Os combustíveis alternativos já são adotados em sete unidades da Companhia no Brasil, e foram responsáveis por uma economia de 48.171 toneladas de óleo em 2007.

Com o início da operação das duas novas unidades de biomassa, nossa matriz energética calorífica no ano foi constituída por 54% de gás natural, 12% de óleo combustível e 34% de biomassa. Além disso, adotamos um novo processo de fervura do mosto⁽¹⁾ em unidades-piloto da HILA-ex. Denominado *Multiple Step Boiling* (MSB), ele é aplicado globalmente pela InBev e interfere na taxa de evaporação da água, que tem relação direta com o consumo de energia calorífica. Graças ao sistema, a taxa de evaporação nas operações de fervura do mosto nas unidades-piloto foi reduzida de 7% para 4%. Conseqüentemente, houve queda de 43% no consumo da energia calorífica empregada nessa atividade.

A economia deve-se também a redesenhos de processos, reforma e modernização de equipamentos e mudanças no comportamento dos funcionários, decorrentes de inovações organizacionais e tecnológicas. Todas as nossas unidades são orientadas pelo Mandamento de Energia Elétrica e Consumo de Vapor, cujas regras têm seu cumprimento monitorado. Essas iniciativas contribuem para o fornecimento de produtos com baixo consumo de energia.

Consumo de energia (megajoules)

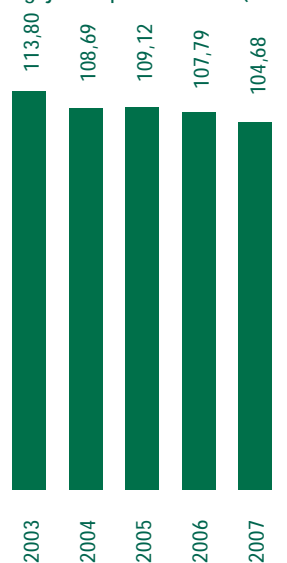
Fonte primária	2003	2004	2005	2006	2007
Energia calorífica (MJ)*	6.095.551.608	6.052.029.381	6.341.333.474	7.273.609.118	7.352.167.324
Energia elétrica (MJ)	2.428.847.942	2.435.466.370	2.969.440.326	3.006.571.226	3.178.576.971
Total (MJ)	8.524.399.550	8.487.495.751	9.310.773.800	10.280.180.344	10.530.744.295

⁽¹⁾ Inclui biomassa, óleo combustível e gás natural

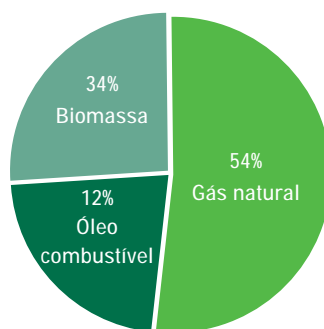
⁽²⁾ Para saber mais sobre o processo de fabricação de cerveja, visite o site www.ambbev.com.br.

Consumo de energia por hectolitro produzido

Megajoules por hectolitro (MJ/hl)



Matriz energética calorífica



Emissões atmosféricas

As emissões de gases de efeito estufa são inerentes às nossas atividades. Em 2007, o total de gases de efeito estufa emitido por hectolitro produzido foi de 6,38 quilos, redução de 29,3% em relação a 2002. Esta redução é equivalente ao plantio de 1,5 milhão de árvores. A referência utilizada para a mensuração destas emissões é o IPCC (Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas).

Para minimizar as emissões, desenvolvemos projetos de utilização de combustíveis alternativos e de redução do consumo de energia, entre eles o uso de biogás decorrente do processo de tratamento anaeróbico de efluentes, e, quando possível, a substituição de combustível fóssil por biomassa. Nossos projetos de biogás já estão instalados em cinco fábricas, e, em 2007, 1,9 milhão de metros cúbicos de gás foram substituídos por biogás gerado nas próprias instalações da Companhia. Como parte do inventário *Environmental Data Gathering*, da InBev, realizamos levantamento anual nas fábricas para medir o nível de emissões.

Somos a primeira empresa do setor de bebidas do Brasil a receber o registro oficial da ONU para o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), por projeto realizado na fábrica de Viamão (RS), de forma alinhada ao Protocolo de Kyoto. Recebemos a aprovação do governo federal para esse projeto em junho de 2007, e em 5 de novembro de 2007 tivemos o registro do projeto na ONU (UNFCCC). A partir do registro na ONU teve início o monitoramento das emissões e, após um ano, será realizada a primeira auditoria por meio de uma entidade operacional designada para a validação do volume de créditos a ser vendido. Já podemos vender o crédito, mas a emissão dos CERs (Certificado de Redução de Emissões) só ocorre após um ano de monitoramento.

O projeto aprovado prevê a redução de 188 mil toneladas de emissão de gás carbônico na atmosfera nos próximos sete anos, devido à substituição do óleo combustível utilizado nas caldeiras por biomassa. No final do ano, outros dois projetos de substituição de combustível fóssil por energia renovável, nas fábricas de Agudos (SP) e Teresina (PI), foram aprovados pelo governo brasileiro.

Emissões de gases de efeito estufa*

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Total emitido	667.287.029	607.690.417	609.123.040	569.298.941	635.200.513	644.902.474
Total de hectolitros	67.464.472	64.195.416	67.799.152	83.292.729	95.926.277	101.112.600
Total emitido por hectolitro (Kg)	9,03	8,22	7,89	6,83	6,62	6,38

* Os números até 2005 referem-se apenas ao Brasil, enquanto 2006 e 2007 abrangem também HILA-ex

Mudanças climáticas

As mudanças climáticas podem ter um grande impacto sobre os nossos negócios, especialmente no que se refere ao consumo de água e energia. Por essa razão adotamos várias iniciativas para nos tornarmos cada vez mais eficientes no uso desses recursos.

Riscos – A escassez de água e de fontes de energia tem efeito negativo sobre os custos de produção, o volume e a qualidade de matérias-primas essenciais. Adicionalmente, instabilidades climáticas afetam a nossa cadeia de produção e os hábitos dos consumidores.

Oportunidades – Ao tornarmos mais eficientes nossos processos fabris, com menor consumo de água e energia por hectolitro produzido e ao identificarmos novas fontes energéticas, nos tornamos mais eficazes e competitivos.





Água

Nossa atuação alinhada à utilização sustentável de água, com foco na redução contínua do consumo, reciclagem e reutilização do recurso, tem procedimentos expressos no documento *Mandamentos da Água*. Ele aborda a questão sob duas frentes: treinamento e conscientização dos funcionários e acompanhamento dos indicadores de consumo em todas as unidades.

Também buscamos preservar a qualidade da água, com tratamento de efluentes e monitoramento do corpo receptor. Cumprimos todos os regulamentos legais, com a manutenção de outorga e monitoramento das captações, e participamos de Comitês de Bacias constituídos nas regiões em que operamos, para contribuir com o planejamento do uso responsável do corpo hídrico.

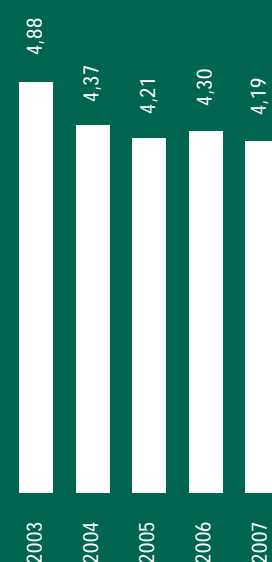
Sintonizados a todos esses propósitos, nos destacamos mundialmente pela produção de bebida com baixa utilização relativa de água. Algumas de nossas unidades são referências. As fábricas de Brasília (DF) e Curitiba (PR) atingiram, respectivamente, os índices de 3,26 e 3,33 litros de água por litro de cerveja produzida. Utilizamos em 2007 a média de 4,19 litros de água por litro de bebida, incluindo as unidades do Brasil e HILA-ex. Em refrigerantes, as de Jundiá (SP) e Sapucaia (RS) registraram, em 2007, médias de 1,63 e 1,83, respectivamente.



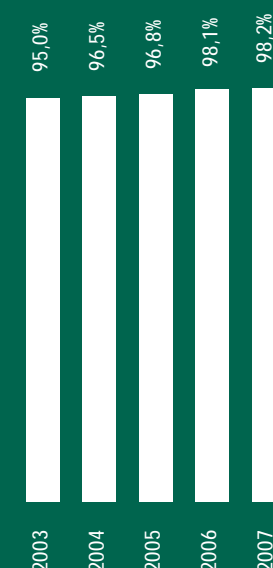
Fontes de captação



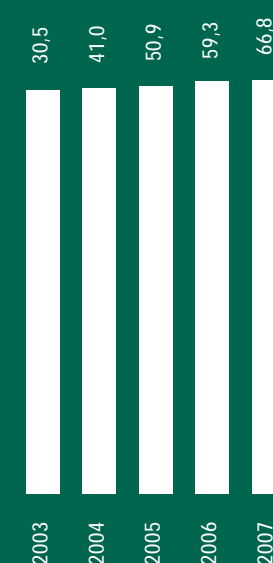
Consumo de água (litro / litro de cerveja)



Reaproveitamento de resíduos industriais



Receita de subprodutos (R\$ milhões)



Efluentes e resíduos

Tratamos 100% dos nossos efluentes industriais. As Estações de Tratamento de Efluentes Industriais (ETEI) estão instaladas em 95% de nossas unidades e têm capacidade para receber carga orgânica de 500 mil quilos por dia de DCO (Demanda Química de Oxigênio). As exceções – unidades de Curitiba (PR) e Camaçari (BA) – encaminham o material para tratamento em estações externas. A qualidade dos efluentes é monitorada para garantir o descarte final nos corpos receptores de acordo com a legislação ambiental, sem prejudicar, dessa forma, o habitat e a biodiversidade locais. Veja, anexa a este Relatório, uma relação dos corpos d'água onde nossos efluentes tratados são lançados.

No gerenciamento de resíduos sólidos, além de buscarmos continuamente reduzir a quantidade produzida, promovemos a recuperação, o reúso, a reciclagem e a compostagem. Em 2007 reaproveitamos 98,2% dos resíduos industriais, que são comercializados, de forma a incrementar a receita da Companhia, reduzir o impacto ambiental e gerar renda em outra cadeia produtiva. Os demais resíduos foram destinados para aterros sanitários e, quando classificados como perigosos, para incineração.

Os resíduos de papel e a polpa dos rótulos são usados na fabricação de papel e papelão; bagaço de malte e fermento úmido compõem alimentação animal; fermento seco é fonte de proteína para alimentação humana ou animal; e o lodo proveniente do tratamento de efluentes é utilizado como fertilizante orgânico e adubo.

A reutilização desses subprodutos depende de sua qualidade. Por isso, no caso do bagaço de malte, por exemplo, monitoramos os níveis de umidade e proteína durante a armazenagem e realizamos análises microbiológicas do material.

Selecionamos parceiros licenciados para receber os subprodutos, estabelecemos nos contratos com eles cláusulas de responsabilidade ambiental, e monitoramos e auditamos suas atividades, para nos certificarmos de que estão de acordo com nossos requisitos e com a legislação.

Na ocorrência de derramamentos de material que provoquem impacto na região, buscamos sempre adotar medidas para sanar rapidamente o problema. Em 2007, não houve vazamentos significativos.

Novas aplicações

Pesquisamos, de forma sistemática, novos usos para os subprodutos, como forma de garantir sua destinação final responsável e de ampliar o valor agregado dos materiais. Um exemplo foi o desenvolvimento de mais aplicações para os resíduos de cevada obtidos do processo industrial de uma malteria.

A Malteria Navegantes, em Porto Alegre (RS), identificou a oportunidade de utilizar a cevada em substituição à farinha de trigo para a produção de cola para portas. O valor agregado da cevada aumentou 73%. Por essa iniciativa a unidade foi reconhecida pelo Programa Melhores Práticas da AmBev, na categoria Responsabilidade Socioambiental.

Além disso, a unidade de Agudos (SP) começou a utilizar o lodo proveniente do tratamento de efluentes industriais como biomassa para a produção de energia. A cerveja que é descartada pelas unidades, mas que está dentro do prazo de validade para consumo deixou de ser despejada nas estações de tratamento de efluentes industriais e passou a ser doada como alimentação bovina pela fábrica de Guarulhos (SP).



Biodiversidade

Nossa preocupação com o meio ambiente também está relacionada à preservação de áreas ricas em biodiversidade que são parte de nossas unidades de negócio. Realizamos ações para reforçar a importância dessas áreas e para proteger a flora e fauna típicas de cada região. Em algumas unidades, áreas de proteção ambiental (APA), áreas de preservação permanente (APP), áreas de relevante interesse ecológico (ARIE), reservas ecológicas (REP) e matas ciliares de rios são fontes de educação ambiental.

Na cidade de Maués (AM), no meio da floresta amazônica, mantemos a Fazenda Santa Helena, com 1.070 hectares, o maior banco genético mundial do guaraná – fruto nativo da região e principal ingrediente do refrigerante Guaraná Antarctica. Todo o cultivo – que ocupa cerca de metade da área – é integrado ao ecossistema por meio da plantação em pequenas clareiras na floresta, chamadas de guaranazeiros, o que garante a preservação da fauna e flora locais.

Em Guarulhos (SP), temos uma fábrica cercada por 850 hectares de Área Proteção Ambiental (APA) homologada como Área de Soltura pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Nessa região, em parceria com a Secretaria de Meio Ambiente de Guarulhos, realizamos em 2007 o primeiro mapeamento dos animais silvestres. A pesquisa forneceu dados surpreendentes: foram catalogadas 274 espécies, sendo 52 répteis, 54 mamíferos e 168 aves. A unidade viabilizou a construção de viveiros, em parceria com o Zoológico de Guarulhos, local para onde animais silvestres serão levados para readaptação ao seu *habitat*, a Mata Atlântica. Entre estes animais, estão alguns vulneráveis, espécies endêmicas e em perigo de extinção que constam da Lista Vermelha da IUCN (*International Union for Conservation of Nature*): tucanos do bico verde e preto (*Ramphastos dicolorus* e *Ramphastos vitellinus*), tangará (*Chiroxiphia caudata*), pavó (*Pyroderus scutatus*), suçuarana (*Puma concolor*), jaguatirica (*Leopardus pardalis*), bugio (*Alouatta guariba*), sauá (*Callicebus nigrifrons*) e a lontra (*Lontra longicaudis*).

Em Agudos (SP), 920 hectares de Área de Relevante Interesse Ecológico (ARIE) e Área de Preservação Permanente (APP) circundam uma de nossas fábricas. Nessa região do Cerrado Paulista, há cerca de 185 espécies de árvores, 29 espécies de mamíferos, 165 espécies de pássaros, 29 espécies de répteis e 13 espécies de anfíbios. Entre as espécies, 5 estão ameaçadas de extinção: lobo-guará (*Chrysocyon brachyurus*), pequi (*Caryocar brasiliense Camb*), jaguatirica (*Leopardus pardalis mitis*), onça-parda (*Puma concolor capricornensis*) e tamanduá bandeira (*Myrmecophaga tridactyla*). Lobo-guará, jaguatirica e tamanduá bandeira fazem parte da Lista Vermelha da IUCN. Há 124 hectares de reflorestamento de eucalipto e são realizadas trilhas ecológicas para conscientização ambiental de funcionários e comunidade. Da mesma forma, a fábrica de Jaguariúna é cercada por 20 hectares de APA, a fábrica de Cuiabá (MT) por 30 hectares de APP e a fábrica de Jacaré por 21,1 hectares de APA.

Em 2007, a Filial Cebrasa, em Anápolis (GO), estruturou projeto para recuperação da mata de galeria (ciliar) do Ribeirão das Antas. O objetivo é replantar a margem do Ribeirão que faz parte da unidade, em parceria com a Faculdade Anhanguera Educacional S.A., além de criar um viveiro para a produção de mudas de árvores da nossa mata para replantio constante.



Educação Ambiental em Guarulhos
Lançamos o Projeto Meio Ambiente, em conjunto com o Governo do Estado de São Paulo. A unidade abre suas portas para escolas públicas estaduais com o objetivo de fomentar os princípios de conscientização e preservação entre os mais jovens. Cerca de 650 alunos do ensino fundamental e médio de cinco escolas selecionadas para a primeira fase do projeto, tiveram aulas sobre água, fauna, flora, entre outros assuntos, dentro da floresta mantida pela Companhia.



Fábrica verde

O compromisso com os impactos de nossas atividades, nossos produtos e serviços sobre a biodiversidade se manifesta antes mesmo de novas unidades serem instaladas, quando realizamos detalhados estudos de impacto ambiental. Um exemplo está na construção de uma fábrica de vidros, em 2007, no Rio de Janeiro (RJ). Ecoeficiente, a unidade conta com precipitador eletrostático, um filtro para a purificação de 99,5% dos gases resultantes do processo de fusão do vidro. O subproduto desse processo é um pó rico em sulfato de cálcio, que retorna como matéria-prima para a fabricação de vidro. Além disso, toda a água consumida é tratada na ETEI e reutilizada nos sistemas de resfriamento e para a limpeza de piso. Também reaproveitamos cacos de vidro resultantes de perdas: 55% do material é reciclado e utilizado na produção de garrafas.

Conformidade

A AmBev mantém uma política clara e rigorosa de respeito ao meio ambiente. No entanto, em 2007, foram verificadas quatro ocorrências pontuais, de reduzido impacto ambiental, que resultaram em autuações administrativas levadas a cabo pelos órgãos ambientais competentes. Em três desses casos houve a assinatura de Termos de Ajustamento de Conduta com o Ministério Público. Cada uma das ocorrências é abordada abaixo:

Viamão (RS) – Motivada por reclamação dos moradores, a Promotoria do município instaurou inquérito civil que resultou em TAC. Em cumprimento a ele, promovemos ações de recuperação da vegetação e dos recursos hídricos atingidos pelos vazamentos, doamos R\$ 150 mil a serem destinados conforme deliberação pelo Conselho Viamonense de Meio Ambiente e investimos em projeto de incentivo à reciclagem de resíduos sólidos.

Juatuba (MG) – A queda de um galho de árvore provocou uma parada momentânea em etapa de decantação da estação de tratamento de efluentes. Essa parada implicou descarte pontual de efluente tratado com parâmetro de lançamento fora das especificações no rio localizado nos fundos da fábrica. Informamos o ocorrido, espontaneamente, ao órgão ambiental estadual que lavrou um auto de infração contra a Companhia. Foi apresentada defesa, na qual se demonstrou a inexistência de dano ao meio ambiente, que segue pendente de análise pelo órgão ambiental. O Ministério Público instaurou Inquérito Civil para apurar o ocorrido o qual foi arquivado mediante a assinatura de um TAC por meio do qual nos comprometemos a realizar ações de responsabilidade socioambiental com o envolvimento da comunidade local.

Lages (SC) 1 – Por conta de falhas de procedimentos na operação da central de compostagem da unidade fabril, operada por um terceiro prestador de serviços houve escoamento de chorume, sem tratamento, para uma lagoa localizada nos limites da fábrica. A polícia ambiental de Lages instaurou inquérito criminal para apurar fatos e responsabilidades. A investigação foi encerrada mediante a assinatura de um TAC com a anuência do órgão estadual competente, Ministério Público e Polícia Ambiental. Executamos projeto de reflorestamento de 20 hectares, destinamos R\$ 37 mil para o Convênio Ministério Público-Polícia Militar Ambiental e R\$ 8 mil para o Comitê de Recursos Hídricos da Bacia do Rio Canoas.

Lages (SC) 2 – Durante processo de *start up* da ampliação da capacidade produtiva da fábrica, houve derramamento de cerveja maturada no sistema de tratamento de efluentes, comprometendo temporariamente, em razão de carga orgânica acima da capacidade de tratamento, o funcionamento do reator anaeróbico que teve de ser parado e reinoculado com lodo metanogênico para restabelecimento de condições operacionais adequadas. Por conta dessa parada, foi realizado lançamento pontual de efluentes líquidos fora dos padrões estabelecidos pela legislação ambiental vigente, no Rio Carahá. A Companhia, espontaneamente, noticiou o ocorrido ao órgão estadual de meio ambiente, o qual promoveu a lavratura de auto de infração. A defesa administrativa foi apresentada e demonstrou-se que não houve dano ambiental. Aguarda-se o julgamento de referida defesa.



Sociedade



Entendemos que para crescer de forma sustentável é necessário obter lucros e pagar dividendos aos acionistas e criar valor para toda a sociedade concomitantemente. Esse comportamento norteia nossas relações com clientes, consumidores, fornecedores, revendedores, comunidades, governo e sociedade.

Buscamos agregar as três dimensões – econômica, social e ambiental – em toda a nossa cadeia de negócios, do incremento da produção de insumos fornecidos pelos produtores no campo ao pós-consumo, representado por programas de consumo responsável de bebidas alcoólicas e de reciclagem. Contribuímos para o bem-estar social tanto pelo cumprimento da lei e pagamento de tributos como por meio do enfrentamento de questões complexas, como a do consumo responsável.

Consumidores

Exercemos nosso papel de empresa cidadã ao realizar, desde 2001, ações de orientação à população sobre os riscos associados ao uso indevido do álcool. Elas integram o Programa AmBev de Consumo Responsável, pioneiro no Brasil, norteado pelas premissas da Organização Mundial da Saúde (OMS), que possui dois pilares: conscientização sobre os riscos de beber e dirigir e estímulo ao cumprimento da lei que proíbe a venda de bebida alcoólica a menores de idade.

Nesse sentido, várias iniciativas foram realizadas em 2007. Uma delas é a segunda edição do Gente do Bem, em que todas as nossas unidades no Brasil abriram suas portas para funcionários e convidados debaterem o consumo responsável e assistirem ao vídeo educativo "Bebida ou direção: faça a escolha certa", desenvolvido pelo Centro de Informações sobre Saúde e Alcool (Cisa). A ação mobilizou cerca de 45 mil pessoas nas fábricas e nos centros de distribuição, que fizeram *blitz* em universidades para a distribuição de folhetos educativos e adesivos do *Boomerangue* – símbolo do programa – e a mensagem "É mais divertido ir e voltar". Toda nossa frota também passou a circular com esse material.



Gente do Bem

A AmBev entende que um comportamento exemplar começa em casa. Dessa maneira, em agosto de 2006, lançamos o primeiro Gente do Bem. Esse evento tem como propósito engajar os funcionários e as comunidades locais nas questões de responsabilidade social.





Doamos, no ano, 19,2 mil bafômetros para órgãos de trânsito e entidades governamentais federais, estaduais e municipais, entre eles a Polícia Rodoviária Federal (Ministério da Justiça) e o Denatran (Ministério das Cidades). Ao todo, desde o início do Programa, doamos mais de 50 mil bafômetros.

Marcamos o Carnaval de São Paulo (SP), do Rio de Janeiro (RJ), de Salvador (BA) e de Olinda e Recife (PE) com mensagens de consumo responsável. Em nossos eventos proprietários, como Skol Beats, Skol Spirit, Camarote da Brahma e Boteco Bohemia, promovemos ações de conscientização do público.

Os pontos-de-venda são outro canal utilizado para multiplicar a mensagem de beber com responsabilidade. Com eles desenvolvemos a campanha "Peça o RG", que estimula o cumprimento da proibição de venda de bebida alcoólica para menores de idade. Os proprietários recebem material de orientação sobre a necessidade do cumprimento da lei e sua co-responsabilidade nessa tarefa. Desde o início, o Programa já envolveu 800 mil de estabelecimentos em todo o Brasil.

Lançamos a campanha Bar de Responsa, com a distribuição de cartazes e material informativo com dicas para os donos de bares multiplicarem a mensagem "Bebida alcoólica somente para maiores de idade e para quem não vai dirigir". A ação envolveu os bares de São Paulo (SP), Brasília (DF) e Porto Alegre (RS).

O Programa AmBev de Consumo Responsável também é desenvolvido na Venezuela, com mensagens sobre consumo responsável incorporadas às peças publicitárias e aos rótulos de produtos. As peças reforçam que bebida não combina com direção de veículos e que apenas maiores de 18 anos podem consumir bebida alcoólica. Uma ação de destaque no ano envolveu a conscientização de bares e restaurantes sobre venda responsável. Foram distribuídos folhetos e adesivos para colocar nas caixas registradoras dos estabelecimentos reforçando que a venda de cerveja só deve ser feita para maiores de 18 anos de idade.

Acesso a informações

Para o atendimento das demandas dos consumidores, mantemos o SAC, que já rendeu à AmBev o primeiro certificado ISO 9000 pelo serviço no setor de bebidas e, em 2005 e 2006, o Prêmio Consumidor Moderno, de Melhor Central de Relacionamento com o Cliente, no segmento de bebidas. O serviço dispõe de cinco números 0800 (Brahma, Skol, Antarctica, Gatorade e Pepsi) e endereços de e-mails que funcionam de forma integrada, mas permitem o atendimento por marca, o que facilita o acesso a informações pelo consumidor.

Diariamente, o SAC recebe cerca de 1,5 mil telefonemas e 300 e-mails. Dos contatos, 70% referem-se a solicitações sobre a composição dos produtos e sua distribuição, e informações sobre eventos da Companhia, promoções e dados corporativos. Outros 16% são de reclamações, 10% de busca de patrocínio e/ou doações e 4% de opiniões. Todas as informações recebidas são organizadas de acordo com a área relacionada (Industrial, Vendas e Marketing) e servem de base para a melhoria de produtos e processos que ampliem a satisfação dos consumidores.

Além disso, o SAC realiza pesquisas constantes sobre o grau de satisfação dos consumidores em relação aos nossos produtos. Mantemos uma prática de trocar todos os produtos que apresentem problemas e analisar todos os que são devolvidos. As eventuais incorreções, inclusive as ocorridas na distribuição e nos pontos-de-venda, são informadas ao Departamento de Qualidade, para que adote ação corretiva.

Na vida do consumidor

Para nós, o consumidor é a razão do nosso negócio. Precisamos entendê-lo, estar próximos e construir uma relação de longo prazo. Nossa política de marketing privilegia o atendimento de suas necessidades e expectativas. Para isso, são feitas pesquisas mensais sobre modo de vida, valores, prioridades, ocasiões e hábitos de consumo com 2.500 pessoas em todo País.

Os resultados balizam o aperfeiçoamento de produtos e embalagens e o lançamento de marcas. Seguimos premissas de garantia da qualidade, para assegurar a ausência de qualquer tipo de contaminação e de riscos à saúde e à segurança dos consumidores. Na concepção dos produtos e na escolha de fornecedores e ingredientes, levamos em consideração normas globais da Empresa e de nossos parceiros. Em geral, nossas diretrizes são mais rígidas do que as estabelecidas nas regulamentações e normas técnicas dos órgãos governamentais competentes e quando não há marcos regulatórios nos países em que atuamos, buscamos referências internacionais, como as do US Food and Drug Administration (FDA).

Ao lado da segurança de nossas equipes, a qualidade é fator fundamental em nossas operações fabris. Monitoramos a qualidade dos insumos e de todos os processos produtivos, com mapeamento de pontos críticos e análises visuais e laboratoriais sobre a qualidade do produto final.

Armazenamos nossos produtos de maneira a manter a qualidade verificada durante o processo produtivo e orientamos nossos clientes no mesmo sentido. Adotamos também um manual de transporte com diretrizes de carregamento e especificações para cada categoria de produtos.

Avaliamos periodicamente por meio do SAC a satisfação de nossos consumidores em relação aos nossos produtos, acompanhando a preferência em relação às nossas marcas. Avaliamos também a qualidade de nossos produtos no mercado por intermédio de programas específicos.

Nossa preocupação se estende à etapa pós-consumo, com iniciativas estruturadas para reciclagem das embalagens (mais informações na página 41) e para o consumo responsável de bebidas alcoólicas (mais informações na página 36).

Para fortalecer essa política, mantemos o Código de Marketing Responsável e somos signatários de princípios e códigos de auto-regulamentação publicitária em diversos países onde atuamos, entre eles o Princípios Comunes sobre Autoregulação Publicitária de Cerveceros Latinoamericanos, Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), Código de Autoregulación de las Comunicaciones Comerciales de la Industria Cervecera (Venezuela), Código de Autoregulación Publicitaria y Promocional de la Industria Cervecera de Nicaragua, e Código de Autoregulación de Mercadeo (República Dominicana).

Em relação às embalagens dos produtos, mantemos a mesma preocupação. Em 2007, lançamos embalagens diferenciadas para atender às necessidades de diferentes perfis de consumidores, como o pacote com 18 latas de cerveja Skol: a Bohemia Escura em garrafa *long neck* e em lata; e a lata termossensível Skol, restrita inicialmente ao mercado carioca, a primeira comercializada no Brasil que avisa quando a cerveja está na temperatura ideal para o consumo. Os rótulos de todas as embalagens trazem as informações exigidas pela legislação.

Em nossos eventos, além da promoção de ações e mensagens de consumo responsável, estimulamos a coleta seletiva e a reciclagem. Em alguns casos, estabelecemos parcerias com grupos de catadores de materiais recicláveis como forma de fomentar mais uma alternativa de renda e a inclusão social desses trabalhadores. Em 2007, foram arrecadadas mais de 10 toneladas de materiais.



MARCOS FREIRE – Homenagem a João Gilberto

Arte Original

Em parceria com a Recicloteca, promovemos a exposição de criações de artistas plásticos em duas mostras intituladas "Arte Original". Elaboradas a partir de material reciclado de nossa marca de cerveja Original (tampinhas, rótulos, caixas de papelão e garrafas de vidro), as obras foram apresentadas no Museu da Imagem e do Som (MIS), em São Paulo, e no Bar Original, no Rio Janeiro. As obras foram desenvolvidas especialmente para os eventos, em um desafio que resultou na releitura de peças do dia-a-dia, como cadeiras e luminárias, e na criação de obras inusitadas e de diferentes estilos.

Cientes

Sabemos que nossa responsabilidade com o cliente não se encerra na venda. Buscamos permanentemente aprimorar nossa relação com os pontos-de-venda também por meio de programas e canais que apurem suas necessidades e sanem dúvidas, estabelecendo uma parceria por meio de confiança, comprometimento e busca de um objetivo comum.

No Brasil, o Programa de Relacionamento, criado a partir de demanda dos próprios clientes, visa auxiliá-los no desenvolvimento de seus negócios, por meio de disseminação de informações publicadas em revista bimestral e veiculadas mensalmente em canal de TV.

Permanentemente revisamos a rotina de nossa equipe de vendas, para termos certeza de que estamos sendo eficientes em auxiliar nossos clientes a expor melhor nossos produtos, identificando oportunidades e melhorias a serem executadas. Esse trabalho inclui desde apoio à gestão de estoque a dicas de treinamento, capacitação e práticas para aumentar as vendas e conquistar consumidores.

Comunidade

Nosso investimento externo é pautado pela capacidade de agregação de valor às comunidades com as quais nos relacionamos. Em 2007, atualizamos nossos processos internos e programas de excelência para intensificar a responsabilidade socioambiental de nossa Gente nas unidades fabris e nos Centros de Distribuição Direta e nas revendas, exercendo no dia-a-dia a proximidade com as pessoas que residem no nosso entorno.

O desempenho nesse aspecto é reconhecido com o Prêmio Estrela, concedido anualmente à unidade que mais fez em benefício de sua comunidade. E é pontuado nos Prêmios de Excelência Fabril (PEF) e de Excelência Comercial (PEX), que inclui também nossa rede de revendedores. Em 2007, cerca de 80% das fábricas e CDDs e 42% das revendas alinharam-se em ações de responsabilidade socioambiental, em iniciativas de educação ambiental, coleta seletiva, consumo responsável e apoio a projetos comunitários, garantindo maior responsabilidade social em relação aos seus funcionários e à comunidade.

Os resultados obtidos no ano mostram o potencial desse trabalho:

- **Mais de 5 mil livros arrecadados e doados para escolas e bibliotecas municipais, além de outros materiais escolares;**
- **Cerca de 4 mil mudas de árvores plantadas;**
- **Além dos funcionários, aproximadamente 10,5 mil pessoas participaram diretamente das atividades de incentivo à reciclagem e educação ambiental, entre alunos, educadores e representantes das comunidades locais;**
- **Mais de 6,6 toneladas de recicláveis arrecadados em iniciativas de incentivo à reciclagem nas comunidades.**
- **Nossa equipe de vendas levou informações sobre a campanha de combate à dengue do Ministério da Saúde para os pontos-de-venda atendidos no Brasil.**

Desde 2003 também participamos do Projeto Zona Franca Verde, do Governo do Estado do Amazonas, prevendo destinar R\$ 61 milhões para o desenvolvimento da região até 2013. Esses recursos já permitiram

Semear árvores e reciclar

Reciclagem e ecoeficiência são o foco do Projeto Ecolegio, programa da unidade Huachipa, no Peru, para estender sua política ambiental à comunidade. Dirigido a estudantes do Colégio Beata Imelda, tem ainda a participação de professores e funcionários da escola, da congregação local de religiosas e de voluntários da AmBev.

O projeto, selecionado entre as melhores práticas da Companhia, motivou a escola a participar da campanha das Nações Unidas para o plantio de 1 bilhão de árvores, a iniciar a prática de reciclagem de resíduos e a analisar os problemas ambientais da comunidade.

Como resultados, foram plantadas 100 árvores na área do colégio e realizados cinco estudos ambientais: redução de consumo de energia e água, produção de biodiesel, reciclagem de papel e descarte responsável de pilhas. Os papéis e as embalagens coletados foram comercializados e deram também origem a projetos criativos para decoração das salas de aula.



financiar mais de 1.300 casas populares na zona rural; a criação e manutenção de 12 pólos agrícolas; a inauguração de oficina de costura, de onde saem uniformes escolares do município; o desenvolvimento de projetos de avicultura, ovinocultura, meliponicultura (distribuição e manejo de colméias) e cultivo de mandioca; e incentivo à produção de cana-de-açúcar.

Diálogo

Para gerir e minimizar os impactos de nossas operações nas comunidades, privilegiamos o diálogo. Exemplo foi a consulta feita antes do início da construção da fábrica em Huachipa, no Peru, em 2005. O projeto foi apresentado a mais de 170 pessoas da comunidade local, e revelou a preocupação da Companhia com a proteção do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável da região. Além disso, foram realizadas visitas periódicas à comunidade para assegurar o bom relacionamento e o diálogo ético, transparente e permanente.

Reciclagem Solidária

Demos seqüência e aperfeiçoamos em 2007 o programa Reciclagem Solidária, que comemorou cinco anos de existência. Desenvolvida em parceria com a ONG Recicloteca – mantida pela AmBev –, e, desde 2007, também com o Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre), a iniciativa une os três pilares da sustentabilidade:

1. **No ambiental, visa contribuir para a preservação do meio ambiente por meio do apoio a grupos de catadores de materiais recicláveis;**
2. **No econômico, busca o aumento da produtividade, da renda e da organização dos cooperados e melhorias na organização dos grupos; e**
3. **No social tem como objetivo a inclusão e melhoria da qualidade de vida das comunidades onde estão instaladas as entidades.**

Isso é feito por meio de cessão de equipamentos, como prensas e balanças, transmissão de conhecimentos e troca de melhores práticas. No ano, reforçamos nossa atuação com atividades de apoio à gestão das cooperativas, compreendendo informações sobre saúde e segurança, contabilidade, modelos de fichas e planilhas de controle de receitas e custos, adoção de melhores práticas de trabalho e preservação ambiental.

O trabalho possibilita às cooperativas contarem com um representante da Recicloteca no acompanhamento das operações. O modelo não apenas qualifica o atendimento como amplia o relacionamento com os cooperados, para a execução de um trabalho de longo prazo. Dessa forma, auxiliamos a Recicloteca no desenvolvimento de atividades que possibilitem a cada uma das cooperativas dar continuidade às orientações transmitidas.

No Rio de Janeiro – berço do Reciclagem Solidária –, já são mais de 300 cooperados envolvidos na iniciativa. Em cinco anos, as entidades participantes aumentaram significativamente a quantidade de material coletado. Além do maior volume, houve aumento do valor agregado do material enfardado. No final de 2007, a atividade beneficiava diretamente cerca de 400 pessoas no Rio de Janeiro, Paraná, Amazonas, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Distrito Federal, Ceará, Espírito Santo e em Pernambuco, além de outras 600 que participaram do programa em etapas anteriores.

Em 2007, mais 12 cooperativas foram integradas ao programa, o que eleva para 36 o número atual de beneficiadas.

Reciclando com cidadania

A Filial Cebrasa, de Anápolis (GO), foi reconhecida em 2007 com o Prêmio Estrela do Programa de Excelência Fabril, pelo Projeto Comunidade – Reciclando com Cidadania. Envolveu quatro escolas para retomar com mais força uma iniciativa do ano anterior de disseminação de práticas de reciclagem e educação ambiental.

Foram instalados *kits* de coleta seletiva nas escolas, realizadas palestras sobre por que e como reciclar e envolvidas 3.605 pessoas, entre alunos, professores e pessoas das comunidades. No total, foram arrecadados 4.692 quilos de papel, plásticos e metal. A renda obtida com a venda dos recicláveis foi revertida em benfeitorias para as escolas. A AmBev reconheceu a escola que se destacou. A iniciativa também foi destaque, com o terceiro lugar no Prêmio de Gestão Ambiental do Estado de Goiás.

Volume coletado

Material	Volume (t)*
Papel	487
Plástico	355
Metal	83
Vidro	61
Outros	8,5
Total	994,5

* Volume foi coletado entre os meses de set e dez de 2007 por 16 grupos (AM, CE, PE, PR e RJ)

Número médio de cooperados

Estado	Cooperados
AM	20
CE	15
PE	15
PR	33
RJ	322
Total	405

Doações

Nossa política de estímulo ao desenvolvimento das comunidades inclui a doação de recursos para a manutenção de projetos sociais externos. Em 2007, apoiamos, por meio de lei de incentivos fiscais, várias entidades não-governamentais que atuam na capacitação de jovens, entre elas a Fundação Gol de Letra, que atende crianças, adolescentes e jovens de São Paulo e do Rio de Janeiro por meio de programas e projetos que visam à sustentação de uma nova pedagogia provedora de conhecimento, cultura e cidadania: Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias, que contribui para a inserção de jovens de baixa renda do município de São Paulo ao mundo do trabalho, por meio de programa de formação técnica e sociocultural; e o programa Esporte Clube Cidadão, desenvolvido pela Associação Cristã de Moços (ACM) de Porto Alegre e pelo Instituto Dunga de Desenvolvimento do Cidadão, para promover a cidadania por meio do esporte coletivo.

Em conformidade com nosso Código de Conduta, também realizamos doações esporádicas à Ação Comunitária. Essas são provenientes de leilões internos de brindes e presentes enviados aos funcionários da Administração Central.

Fornecedores

Adquirimos de cerca de 11.500 fornecedores insumos, bens e serviços diversos para garantir a produção e a entrega de nossos produtos aos consumidores. Nossa política de relacionamento prioriza a busca de fornecedores locais e diversificados, prevê a realização de análises comerciais e técnicas para sua homologação e garantia da qualidade dos produtos que fazem parte do nosso processo produtivo, além do acompanhamento das entregas para garantir o fornecimento.

Nosso comportamento, expresso no Código de Conduta dos Negócios, é pautado pela oferta de oportunidades iguais a todos os parceiros, independentemente do porte ou localização geográfica. Também recomendamos aos nossos colaboradores que incentivem os fornecedores a adotarem práticas de gestão que respeitem a dignidade humana, a ética e a preservação ambiental.

Guaraná e cevada

Damos atenção especial a produtores de guaraná e cevada, que fornecem matérias-primas essenciais para a qualidade de nossos produtos. Com esse objetivo apoiamos o desenvolvimento da produção de guaraná no Estado do Amazonas e incentivamos o plantio de cevada no Sul do Brasil, em parceria com 4 mil agricultores.

Na Região Amazônica, mantemos o Projeto Maués, para, em parceria com o governo estadual, fomentarmos a renovação e ampliação dos guaranazais, fornecermos mudas aos agricultores e apoiarmos o desenvolvimento de fontes alternativas de renda. A cada ano promovemos o Dia do Guaraná e, desde 2006, em parceria com a GTZ (Agência Alemã de Cooperação Técnica), realizamos ciclos de capacitação. Durante o Dia do Guaraná ocorrem palestras técnicas e os agricultores visitam a Fazenda Santa Helena, de propriedade da AmBev, para que conheçam técnicas e equipamentos de aperfeiçoamento do cultivo da fruta.

No ano, cerca de 280 produtores rurais, além de representantes da Embrapa, dos governos municipais e estadual, da GTZ e de associações locais, participaram do Dia do Guaraná. O evento reconheceu aqueles produtores e técnicos agrícolas que se destacaram na produção e no beneficiamento do guaraná. Ainda em 2007, cerca de 150 produtores participaram dos ciclos de capacitação oferecidos em parceria com a GTZ. Os treinamentos acontecem *in loco* e transmitem aos produtores conhecimentos sobre cada uma das etapas da produção, desde o preparo da terra até o beneficiamento do guaraná e a produção

consorciada com outros cultivos típicos da região, como mandioca e açaí.

Além de produzir parte do malte que utilizamos, na Região Sul do Brasil promovemos Dias de Campo, em que nossos colaboradores, produtores, cooperativas e técnicos da Embrapa se reúnem para aprofundar os conhecimentos sobre os processos de cultivo e as novas tecnologias empregadas.

Transportadores

A exemplo dos programas que adotamos para garantir a excelência de nossas operações próprias, desde 2001 desenvolvemos um Guia de Excelência em Transportes (GETrans) para orientar os operadores logísticos que são nossos parceiros a assegurar a sustentabilidade do negócio. O GETrans define critérios que permitem acompanhar e mensurar o desempenho desses fornecedores em relação à gestão de pessoas e da frota, índices de produtividade, entre outros. Acompanhamos a correta remuneração de seus funcionários e o cumprimento de suas obrigações tributárias.

Estimulamos, ainda, o investimento em ações de responsabilidade socioambiental. Parte da frota está aumentando o percentual de biodiesel utilizado como combustível e, a partir do segundo semestre de 2007, 5% da frota que opera no Brasil já havia substituído a lavagem tradicional por lavagem a seco, o que representou uma economia de 2.040.000 litros de água.

Anualmente, avaliamos a pontuação obtida no Guia de 100% das transportadoras. Com base nessas avaliações, os melhores parceiros são reconhecidos na Convenção GETrans. Esses resultados podem culminar, sobretudo, na ampliação da participação dos melhores operadores no sistema AmBev. A Convenção também é momento para atividades de capacitação. Entendemos que, dessa forma, podemos contribuir para que os transportadores dos nossos produtos adotem as melhores práticas de gestão de seus negócios.

Governo e sociedade

Entendemos que estamos contribuindo para a sociedade ao criarmos postos de trabalho diretos e indiretos e ao pagarmos nossos tributos em dia. Estamos entre as três maiores companhias contribuintes do País. Em 2007, nossas operações no Brasil resultaram no repasse, aos cofres da União, de estados e municípios, de cerca de R\$ 10 bilhões em tributos.

Integramos o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), o Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre) e o Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO), entre outros já mencionados no capítulo 2. Por meio dessas participações, buscamos contribuir para a formulação de políticas públicas relacionadas ao nosso setor de atuação, assim como ocupar o papel que nos cabe, como indústria, na busca da redução do consumo nocivo de álcool.

Com esse objetivo, participamos de discussões públicas no Congresso Nacional. Também participamos, como observadores, das reuniões promovidas pela Organização Mundial da Saúde (OMS). A indústria é reconhecida pela própria Organização, em duas últimas resoluções aprovadas por sua Assembléia, como parte interessada no enfrentamento do consumo nocivo de bebidas alcoólicas. Nossa atuação relacionada ao consumo responsável facilita o trabalho dos demais envolvidos no tema. Exemplo é a doação de bafômetros a entidades governamentais municipais, estaduais e federais, que, com os equipamentos, têm mais condições de fiscalizar e autuar os infratores.

Frequentemente fazemos doações para minimizar o sofrimento de vítimas de catástrofes. Em socorro aos desabrigados do terremoto do Peru, em 2007, enviamos 62 mil litros de água e 5 mil litros de bebida hidratante. Em Sapucaia do Sul (RS), arrecadamos 2,5 toneladas de alimentos e mais de 500 peças de roupas e calçados para beneficiar comunidades atingidas pelas fortes chuvas que caíram na região no final de setembro. Além disso, um dos nossos acionistas controladores, a FAHZ, mantém a Escola Técnica Walter Bellan e o Hospital Santa Helena, ambos em São Paulo.



Sumário GRI

	Página		Página		
Visão e estratégia		Governança, compromissos e engajamento			
1.1	Declaração do diretor-presidente	4 e 5	4.1	Estrutura de governança	14
1.2	Principais impactos, riscos e oportunidades	4, 5 e 12	4.2	Presidência do Conselho de Administração	14
Perfil organizacional		Compromissos com iniciativas externas			
2.1	Nome da organização	6	4.3	Membros independentes ou não-executivos no Conselho de Administração	14
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	6	4.4	Mecanismos para recomendações a órgãos de governança	15
2.3	Estrutura operacional (divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures)	6	4.5	Relação entre remuneração e desempenho da organização	19
2.4	Localização da sede	6	4.6	Processos para evitar conflitos de interesse	14
2.5	Número de países em que opera	6	4.7	Processos para qualificações dos membros do Conselho de Administração	14
2.6	Tipo e natureza jurídica	6	4.8	Missão, Visão, Princípios, Valores e Código de Conduta	7 a 9, 15
2.7	Mercados atendidos	6	4.9	Procedimentos para supervisionar o desempenho econômico, social e ambiental	14
2.8	Porte da organização	6	4.10	Processo para auto-avaliação do desempenho do Conselho de Administração	14
2.9	Principais mudanças (porte, estrutura ou participação acionária)	6	Engajamento dos stakeholders		
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	11	4.11	Relação dos grupos engajados pela empresa	10
Perfil do relatório		Engajamento dos stakeholders			
3.1	Período coberto pelo relatório	12	4.12	Base para identificação e seleção	10
3.2	Data do relatório anterior	12	4.13	Abordagens para o engajamento	10
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	12	4.14	Principais temas e preocupações	12
3.4	Dados para contato	13	Engajamento dos stakeholders		
Escopo e limite do relatório		Engajamento dos stakeholders			
3.5	Processo para definição do conteúdo	12	4.14	Relação dos grupos engajados pela empresa	10
3.6	Limite do relatório	12	4.15	Base para identificação e seleção	10
3.7	Limitações quanto ao escopo ou limite	12	4.16	Abordagens para o engajamento	10
3.8	Base para consideração de joint ventures e subsidiárias	12	4.17	Principais temas e preocupações	12
3.9	Técnicas de medição de dados	12	Engajamento dos stakeholders		
3.10	Reformulações de informações publicadas anteriormente	12	4.14	Relação dos grupos engajados pela empresa	10
3.11	Mudanças no escopo, limites ou método de medição	12	4.15	Base para identificação e seleção	10
3.12	Sumário de conteúdo GRI	44	4.16	Abordagens para o engajamento	10
3.13	Verificação externa de dados	12	4.17	Principais temas e preocupações	12

Indicadores de desempenho

	Página		Página		
DESEMPENHO ECONÔMICO		Emissões, efluentes e resíduos			
Desempenho econômico		EN16	Total de emissões de gases de efeito estufa	29	
EC1	Valor econômico gerado e distribuído	-	EN17	Outras emissões relevantes de gases de efeito estufa	-
EC2	Riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas	29	EN18	Iniciativas para reduzir emissões de gases do efeito estufa	29
EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão	20	EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	-
EC4	Ajuda financeira recebida do governo	-	EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas	-
Presença de mercado		EN21	Descarte total de água	31 e anexo	
EC5	Proporção entre salário mais baixo e salário mínimo	-	Peso, tipo e destinação de resíduos		-
EC6	Políticas e gastos com fornecedores locais	-	EN23	Derramamentos significativos	31
EC7	Procedimentos para contratação local	18	EN24	Resíduos transportados	-
Impactos econômicos indiretos		EN25	Identificação e status de proteção de fontes hídricas	-	
EC8	Investimentos em infra-estrutura para benefício público	40 a 42	Produtos e serviços		
EC9	Impactos econômicos indiretos significativos	31, 43	EN26	Iniciativas para mitigar impactos ambientais de produtos e serviços	27
DESEMPENHO AMBIENTAL		EN27	Produtos e embalagens recuperados	-	
Materiais		Conformidade			
EN1	Materiais usados	27	EN28	Valor monetário de multas significativas	34
EN2	Materiais provenientes de reciclagem	-	Transporte		
Energia		EN29	Impactos do transporte	-	
EN3	Consumo de energia direta	28	EN30	Investimento em proteção ambiental	-
EN4	Consumo de energia indireta	28			
EN5	Energia economizada	28			
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia	28			
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta	28			
Água					
EN8	Total de água por fonte	30			
EN9	Fontes hídricas afetadas	30			
EN10	Percentual de água reciclada e reutilizada	-			
Biodiversidade					
EN11	Localização e tamanho de área possuída	33			
EN12	Impactos na biodiversidade	-			
EN13	Habitats protegidos ou restaurados	33			
EN14	Gestão de impactos na biodiversidade	-			
EN15	Número de espécies ameaçadas	33			

Indicadores de desempenho

	Página		Página
DESEMPENHO SOCIAL			
PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE			
Emprego			
LA1	Trabalhadores por tipo de emprego e região	16	
LA2	Rotatividade	-	
LA3	Benefícios a empregados	19 a 20	
Relações com a empresa			
LA4	Acordos de negociação coletiva	25	
LA5	Prazo para notificação sobre mudanças na operação	-	
Saúde e segurança			
LA6	Representação em comitês de saúde e segurança	-	
LA7	Acidentes e doenças ocupacionais	21	
LA8	Educação e treinamento	20 e 21	
LA9	Saúde e segurança em acordos com sindicatos	-	
Treinamento e educação			
LA10	Horas de treinamento	25	
LA11	Gestão de competências e aprendizagem contínua	-	
LA12	Análise de desempenho	22	
Diversidade e igualdade de oportunidades			
LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança	-	
LA14	Proporção de salários entre homens e mulheres	19	
DIREITOS HUMANOS			
Investimentos e processos de compra			
HR1	Contratos de investimentos que incluam cláusulas de Direitos Humanos	-	
HR2	Contratos de fornecedores que incluam cláusulas de Direitos Humanos	-	
HR3	Treinamento em Direitos Humanos	-	
Não-discriminação			
HR4	Casos de discriminação e medidas tomadas	-	
Liberdade de associação e negociação coletiva			
HR5	Operações com risco à liberdade de associação e negociação coletiva	-	
Trabalho infantil			
HR6	Operações com risco de trabalho infantil	15	
Trabalho forçado ou escravo			
HR7	Operações com risco de trabalho forçado ou análogo	15	
Práticas de segurança			
HR8	Treinamento da segurança em direitos humanos	-	
Direitos indígenas			
HR9	Direitos dos povos indígenas	-	
SOCIEDADE			
Comunidade			
SO1	Gestão do impacto das operações nas comunidades	36 a 39, 41	
Corrupção			
SO2	Avaliação de risco relacionado à corrupção	-	
SO3	Treinamento em políticas anticorrupção	-	
SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	-	
Políticas públicas			
SO5	Participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	-	
SO6	Contribuições a partidos políticos	15	
Concorrência desleal			
SO7	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	-	
Conformidade			
SO8	Multas e sanções não-monetárias por não-conformidade a leis e regulamentos	-	
RESPONSABILIDADE SOBRE O PRODUTO			
Saúde e segurança do cliente			
PR1	Avaliação de melhoria ao longo do ciclo de vida dos produtos	36 a 39	
PR2	Casos de não-conformidade em relação a códigos voluntários relacionados à saúde e segurança do consumidor	-	
Rotulagem de produtos e serviços			
PR3	Procedimentos de rotulagem de produtos e serviços	39	
PR4	Não-conformidades em relação à rotulagem	-	
PR5	Práticas e pesquisas relacionadas à satisfação do cliente	39	
Comunicação de marketing			
PR6	Adesão a leis, normas e códigos voluntários de comunicação e marketing	39	
PR7	Não-conformidade com códigos voluntários de marketing	-	
Privacidade do cliente			
PR8	Reclamações relacionadas à violação da privacidade de clientes	-	
Conformidade			
PR9	Multas relacionadas ao fornecimento e uso dos produtos e serviços	-	

Anexo

CORPO RECEPTOR DE DESCARTES

	Fábrica	País	Corpo Receptor
1	Viamão (RS)	Brasil	Lagoa dos Patos
2	Agudos (SP)	Brasil	Rio Lençóis
3	Camaçari (BA)	Brasil	Concessionária Cetrel
4	Anápolis (GO)	Brasil	Córrego das Antas
5	Contagem (MG)	Brasil	Córrego São João
6	Cuiabá (MT)	Brasil	Rio Cuiabá
7	Almirante Tamandaré (PR)	Brasil	Rio Iguazu
8	Goiania (GO)	Brasil	Rio Meia Ponte
9	Guarulhos (SP)	Brasil	Rio Guaracau
10	Jacarei (SP)	Brasil	Rio Jaguarí
11	Jaguariúna (SP)	Brasil	Rio Jaguarí
12	João Pessoa (PB)	Brasil	Riacho Mussurê
13	Jundiaí (SP)	Brasil	Concessionária DAE
14	Juatuba (MG)	Brasil	Ribeirão Serra Azul
15	Cabo (PE)	Brasil	Rio Pirapama
16	Sapucaia do Sul (RS)	Brasil	Arroio José Joaquim
17	Lages (SC)	Brasil	Rio Cahará
18	Huachipa	Peru	Rio Huaycoloro
19	Teculután	Guatemala	Quebrada Barranca Seca
20	Guayaquil	Equador	Rio Daule
21	Sullana	Peru	Dren Troncal Cieneguillo
22	Aquiraz (CE)	Brasil	Rio Pacoti
23	Teresina (PI)	Brasil	Rio Parnaíba
24	Curitiba (PR)	Brasil	Concessionária Sanepar
25	Barquisimeto	Venezuela	Red Cloacal Industrial
26	Estância (SE)	Brasil	Rio Fundo
27	San Martín	República Dominicana	Rio Haina
28	Manaus (AM)*	Brasil	Córrego dos Franceses e Igarapé do 40
29	Mogi Mirim (SP)	Brasil	Rio Mogi Mirim
30	São Gonçalo do Amarante (RN)	Brasil	Concessionária Sitel
31	Piraí (RJ)	Brasil	Rio Piraí
32	Rio Janeiro (RJ)	Brasil	Rio Guandu
33	Brasília (DF)	Brasil	Concessionária CAESB
34	São Luis (MA)	Brasil	Ribeirão Pedrinhas
36	Porto Alegre (RS)**	Brasil	Lago Guaíba
37	Puan**	Argentina	Laguna de Brizola
38	Paysandú**	Uruguai	Rio Uruguai
39	Nueva Palmira**	Uruguai	Rio Uruguai

* Há três unidades produtivas instaladas em Manaus. Duas delas - fábrica de bebidas e fábrica de rolas metálicas - utilizam o mesmo corpo receptor (Córrego dos Franceses).

** Estas unidades são maltarias.

Créditos

Texto
Editora Contadino

Projeto Gráfico
fmcom

Fotos
AmBev

AmBev