

UNINDO AS PESSOAS POR UM MUNDO MELHOR



**UNINDO AS
PESSOAS POR UM
MUNDO MELHOR**

ÍNDICE

| | | | | | |
|---|-----------|--------------------------------------|-----------|--------------------------------|------------|
| Apresentação | 04 | Gestão de riscos | 46 | Embalagem circular | 84 |
| Destaques do Ano | 06 | Gestão de processos | 47 | Empreendedorismo | 87 |
| Cartas da Administração | 08 | Gestão de logística | 48 | Consumo responsável | 88 |
| | | Proteção de dados | 49 | | |
| Quem Somos | 15 | Relacionamento com clientes | 50 | Nossa Gente | 92 |
| Contexto de negócios | 23 | Relacionamento com fornecedores | 52 | Remuneração e benefícios | 94 |
| Combate à covid-19 | 25 | Publicidade e proteção ao consumidor | 55 | Programas de talentos | 95 |
| Governança corporativa | 31 | Estratégia | 56 | Programas de desenvolvimento | 96 |
| Ética e transparência | 33 | Materialidade | 58 | Diversidade & Inclusão | 98 |
| Participação em associações e iniciativas | 35 | Governança da sustentabilidade | 60 | Saúde e segurança | 101 |
| Premiações e reconhecimentos | 36 | | | | |
| | | Nossa Agenda | 61 | Sumário de conteúdo GRI | 103 |
| Nossa Estratégia | 37 | Água | 64 | Carta de asseguração | 142 |
| Criação de valor | 38 | Agricultura sustentável | 70 | | |
| Modelo de negócios | 40 | Mudanças climáticas | 76 | Créditos | 146 |
| Resultados financeiros | 41 | Gestão de energia | 78 | | |



Apresentação

GRI 102-46, 102-54

Apresentamos o Relato Anual e de ESG Ambev 2020. Ele é a narrativa de um dos anos mais difíceis da história e de como, juntos, continuamos trabalhando por um mundo melhor.

Este relatório, no entanto, vai muito além de contar como lidamos com os efeitos da pandemia de covid-19. Nele, apresentamos como nossa empresa e nossas pessoas ajudam a construir um ecossistema de impacto positivo com o propósito grande de ajudar a melhorar o mundo.

Para tanto, temos uma matriz de materialidade (veja mais em Materialidade, na página 58) que apresenta os temas mais relevantes para o nosso negócio e para os principais grupos que fazem parte de nossa cadeia de valor: clientes, fornecedores, colaboradores, consumidores, investidores, comunidades e pessoas, governo, associações etc. Esses temas – organizados nos eixos ambiental, social e governança (cujas iniciais em inglês formam a sigla ESG) –, a maneira como os gerenciamos e o nosso desempenho são apresentados ao longo desta

publicação, em especial no capítulo Nossa Agenda, que elenca as frentes nas quais temos mais capacidade de reduzir impactos negativos e amplificar os positivos, dialogando com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, propostos pela Agenda 2030, com o objetivo de construir um planeta mais justo, próspero e comprometido com as pautas ambientais e o uso sustentável dos recursos naturais.

Antes, porém, no capítulo Quem Somos, apresentamos nossa empresa de uma maneira mais aberta, mais humana e mais inovadora e quem está conosco em nossa cadeia de valor, um ecossistema construído com base em valores de união e conexão em favor de um mundo melhor. No capítulo Nossa Estratégia, apresentamos nosso modelo de negócios e como nos



organizamos para criar valor, dialogando com o *framework* da metodologia de Relato Integrado e apresentando a forma como nos organizamos para contribuir com a geração de valor para todos os nossos públicos de relacionamento. Nossas iniciativas de impacto social proativas (projetos perenes que mantemos há anos) e reativas (como o caso da covid-19) estão, por sua vez, distribuídas pelos capítulos.

É dessa forma que apresentamos a nossa atuação ESG, que vai muito além de uma mera sigla. Trata-se de uma visão estratégica e *multi-stakeholder* para criação de valor de longo prazo alinhada a impacto socioambiental positivo e transformador.

Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial e seu escopo abrange nossas operações no Brasil, na

América Latina Sul – LAS, na América Central e Caribe – CAC e no Canadá (veja mais em Onde Operamos). Os indicadores de desempenho, representados pelos conteúdos GRI, são apresentados de acordo com o alcance e desenvolvimento da gestão do tema, com escopos variáveis, apresentados em conjunto com as informações e também diretrizes ESG praticadas no mercado. Temos procurado tornar as informações da Companhia cada vez mais transparentes e completas ao trazer para o relatório dados de nossas operações fora do Brasil.

Um brinde a todos que buscam saber mais sobre nosso compromisso e nossas práticas nas páginas deste relatório.

Boa leitura.



Destaque do ano



1.

Ouvindo o gosto dos consumidores, lançamos Brahma Duplo Malte, uma cerveja leve, cremosa e com um amargor bem delicado – considerada a maior inovação da Ambev nos últimos 20 anos.

2.

Quilmes 0,0% e Stella Sem Glúten são nossas novas opções para quem busca uma alimentação mais saudável.

3.

Com Berrió do Piauí e Esmera de Goiás, aumentamos nosso portfólio de cervejas locais focado no desenvolvimento de pequenos produtores.

4.

Para aumentar nossa presença digital e fomentar o ecossistema de bares e restaurantes, ampliamos a plataforma Zé Delivery.

5.

Em Lages (SC), iniciamos um projeto-piloto que incentiva a produção de lúpulo, um dos principais ingredientes da cerveja, em território nacional.

6.

Começamos a operar nossa primeira fábrica de latas, localizada em Sete Lagoas (MG), com capacidade de produção de 1,5 bilhão de latas de alumínio por ano. Com a meta de zerar a poluição plástica das nossas embalagens até 2025, já conseguimos atingir mais de 35% desse objetivo.

7.

Tornamos o nosso Programa Trainee mais inclusivo e batemos recorde com 120 mil jovens inscritos.

8.

Lançamos 13 objetivos para aumentar a equidade racial na empresa nos próximos anos.



9.

Fortalecendo a presença feminina em nossa Companhia, na Cervejaria de Itapissuma (PE), toda a equipe de brasagem passou a ser comandada por mulheres.

10.

Fomos reconhecidos como uma das melhores empresas para trabalhar, pela pesquisa da Great Place to Work. Subimos 39 posições na comparação com 2019 e ocupamos o 27º lugar. No ranking das empresas de TI, a Ambev Tech conquistou a 6ª posição entre empresas com 1.000 funcionários ou mais.

11.

Produzimos e doamos pães, pedras de sabão, gomas de tapioca, leitos de hospital, máscaras de proteção e álcool em gel para milhares de comunidades e instituições de saúde.

12.

Em parceria com outras empresas e instituições, colaboramos nas duas principais iniciativas de vacinas contra a covid-19 no Brasil.

13.

Em parceria com a Prefeitura de São Paulo, a Gerdau e o Hospital Albert Einstein, construímos 100 leitos no Hospital do M'boi Mirim, em São Paulo, em tempo recorde (apenas 36 dias), destinados para pacientes com covid-19.

14.

Em nossa frente de Consumo Responsável, conseguimos dar um passo importante ao nacionalizar e tornar política pública a plataforma de segurança viária que visa reduzir óbitos no trânsito.

15.

Nos mobilizamos para ajudar todo o nosso ecossistema de bares, restaurantes, ambulantes e catadores durante a pandemia, com diversas iniciativas.

16.

Nossa receita líquida consolidada aumentou 4,7% em 2020 e, no Brasil, crescemos 4,2%.

Carta do Conselho de Administração

GRI 102-14, 102-23

O ano de 2020 foi marcado por grandes desafios para a Companhia. Com a pandemia de covid-19, empresas do mundo todo precisaram mudar, do dia para a noite, sua maneira de operar e vender, num cenário de incerteza que afetou negócios e acentuou problemas sociais e de saúde pública.

Nos 18 países em que atuamos, não medimos esforços para enfrentar esse período sensível junto com nossa gente e comunidades. Nosso time mostrou muita garra e dedicação, o que nos enche de orgulho. Logo no início da pandemia, transformamos o etanol de nossas cervejarias em milhões de unidades de álcool em gel, que foram distribuídas em 146 cidades, sendo 3,3 milhões só no Brasil – 2,1 milhões de frascos foram doados ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para garantir a segurança das eleições 2020.

Com ideias e soluções propostas pelos times, procuramos atender às principais demandas da sociedade relacionadas a saúde e alimentação e fortalecer nosso ecossistema de bares e restaurantes, para que pudessem retomar suas atividades com menos impactos financeiros. Stella Artois e Bohemia, por exemplo,

protagonizaram essa frente e ajudaram na recuperação de mais de 15 mil estabelecimentos.

A pandemia reforçou nossa convicção de como a união é importante para a construção de um mundo melhor. Esse é o espírito que temos na Ambev. Para nós, a chave do sucesso está na colaboração, na tecnologia e na inovação. Se queremos um crescimento orgânico, a nossa rede de consumidores, clientes e fornecedores também deve estar na mesma direção.

Assumimos compromissos em frentes importantes relacionadas aos nossos negócios. Até 2025, temos metas de sustentabilidade globais para ações climáticas, gestão da água, agricultura inteligente, embalagem circular e ecossistema de empreendedores.

Apesar do ano pouco favorável para a macroeconomia, que desvalorizou moedas em países latino-americanos, conseguimos manter nossa liderança no setor e nossos investimentos em toda a cadeia produtiva para estarmos presentes em mais ocasiões de consumo, com receitas únicas e ingredientes exclusivos.



No Chile e na Bolívia, registramos recorde de Market Share. Nossa receita líquida consolidada aumentou 4,7% em 2020, em decorrência de crescimentos no Brasil (7,3%), na LAS (+10,4%) e no Canadá (0,1%), que compensaram uma redução na CAC (10,1%). No Brasil, apresentamos crescimento de volume de 4,2%, combinado com aumento da receita líquida por hectolitro de 3,0%, assim como na LAS, onde nosso volume cresceu 0,2%.

Os números refletem o bom desempenho que tivemos em lançamentos como Brahma Duplo Malte, uma cerveja cremosa e com um amargor bem delicado, criada com base no gosto dos consumidores. Essa é, aliás, uma tendência da Companhia. Temos assumido uma postura mais ativa na escuta dos consumidores.

Em nosso portfólio de bebidas locais, que valoriza a cultura regional e gera renda para pequenos produtores, demos mais um passo importante

com as chegadas de Berrió do Piauí, Esmera de Goiás e Chicha Taquiña, da Bolívia.

Para os próximos anos, nossos projetos estão focados em criar novos sabores e novas propostas de valor, com atenção para a saúde e bem-estar. Também queremos impulsionar os serviços de conveniência para os consumidores e trazer mais inovações em serviços para nossos clientes.

Movidos por nossos colaboradores, que são a base e a força da companhia, queremos criar novas perspectivas de futuro para continuarmos presentes nos momentos mais especiais dos consumidores, compartilhando conquistas que ajudem a fazer do mundo um lugar melhor para se viver.

Victorio Carlos De Marchi
CoPresidente e Conselheiro

Mensagem do Diretor Presidente Executivo

GRI 102-14

Colaboração e resiliência expressam bem o que foi 2020 para a Ambev. Mesmo num cenário marcado por pandemia mundial, tivemos a oportunidade de reafirmar – e ressignificar – nosso propósito com a sociedade e com o meio ambiente. Unimos esforços e aceleramos projetos que acreditamos serem o caminho para os negócios, para a nossa gente e para um mundo melhor.

Seguimos firmes no cumprimento de nossas metas de sustentabilidade, que foram desenhadas para impactar positivamente as comunidades com as quais nos relacionamos. Para zerar a poluição plástica até 2025, neutralizamos 30% da poluição de nossas embalagens em 2020. A chegada das águas AMA em lata e a substituição dos canudinhos dos sucos Do Bem por um modelo de papel biodegradável deram importantes contribuições nesse sentido.

Num ano em que a demanda de latas aumentou, com o crescimento das vendas em supermercados enquanto os bares estavam fechados, antecipamos a estreia da nossa primeira fábrica de latas. Localizada em Sete Lagoas (MG), a planta industrial tem capacidade para produzir 1,5 bilhão de latas de alumínio por ano.

Em continuidade aos nossos projetos de incentivo à agricultura local, um piloto desenvolvido em Lages (SC) estimula a produção de lúpulo em território nacional – um dos principais ingredientes da cerveja, que costuma ser importado.

Na Ambev, inovação tem justamente esse papel: resultar em soluções que gerem valor não somente aos consumidores, mas a todo o nosso ecossistema. Lançamentos como Stella Sem Glúten e Quilmes 0,0%, por exemplo, vieram para atender à população que quer opções de bebidas mais saudáveis – uma de nossas prioridades de negócios nos próximos anos. Esse comprometimento nos levou a ser reconhecidos como uma das corporações que mais inovaram no ano, pela Fast Company.

Não podemos deixar de falar do distanciamento social imposto pela covid-19. Nesse momento difícil, procuramos nos manter próximos de clientes, consumidores e de nossa gente. Com Brahma Duplo Malte, por exemplo, nosso grande lançamento do ano, marcamos presença em lares de milhões de brasileiros, levando alegria e descontração com as *lives* musicais.



Mais do que lançar produtos, queremos estar presentes em ocasiões singulares da vida dos nossos clientes, consumidores e fornecedores, seja para celebrar, seja para somar forças em períodos delicados como o da covid-19. Nesse ano de 2020, pudemos fazer isso de diversas formas. Com AMA, levamos 1,4 milhão de litros de água para comunidades. Para ajudar no combate à covid-19, doamos 2,5 milhões de pães, 100 mil pedras de sabão, 20 toneladas de gomas de tapioca, 100 leitos de hospital, 3 milhões de máscaras de proteção e 3,3 milhões de unidades de álcool em gel. Por meio do programa de voluntariado VOA, nossos funcionários se mobilizaram para alimentar 10 milhões de famílias.

Bohemia, Stella Artois e Corona protagonizaram iniciativas importantes para ajudar na reabertura de bares e restaurantes e na retomada do turismo, fortalecendo a cadeia e inspirando pessoas a aderirem aos movimentos.

Como empresa global, procuramos soluções para problemas e ensinamos, sempre, gerar mais motivos para celebrar e comemorar. Isso significa, também, avançar em pautas sociais urgentes. Em nossa cultura, procuramos fomentar

um ambiente mais diverso e inclusivo, pois acreditamos que esse é o caminho do ganha-ganha-ganha: podemos chegar mais longe, ser mais criativos e proporcionar uma vida mais igualitária e justa para todos.

Temos frentes engajadas e bem estruturadas em todo o Brasil para ampliar essa discussão na companhia. Na pauta de equidade racial, demos um passo importante ao estabelecer 13 objetivos com ações efetivas para aumentar a representatividade negra na empresa nos próximos anos.

Ainda temos muito por realizar, mas sabemos que estamos no caminho certo, lado a lado com nossos mais de 38 mil funcionários, que são o nosso ingrediente principal. Nosso propósito é unir as pessoas por um mundo melhor, e o apoio de parceiros, fornecedores, clientes, consumidores e da nossa gente tem sido essencial para que possamos seguir nesta direção. Continuamos juntos nessa jornada.

Obrigado.

Jean Jereissati Neto
Diretor Presidente Executivo



Carta do Diretor Vice- Presidente de Relações Corporativas

Quando a pandemia de covid-19 passou a assolar as nações no fim de 2019, creio que não imaginávamos a proporção que chegaria não só no mundo, mas aqui no Brasil. Em situações como essa, que colocam organizações, governos, instituições de saúde e sociedade civil em alerta, é momento de unir forças e traçar um plano que garanta a saúde das pessoas e da economia.

Desde o início, entendemos nossa responsabilidade e temos ajudado de todas as maneiras para que os impactos sejam os menores possíveis. Não foi só a maneira de trabalhar das organizações que mudou, mas todo o cenário de incerteza e de medo que gerou principalmente entre milhares de famílias e empreendedores.

Procuramos amenizar esse cenário com empatia, solidariedade e criatividade, nos desafiamos a colocar em prática estratégias que foram

implementadas em tempo recorde e que fizeram a diferença em comunidades, instituições de saúde e em nosso ecossistema de bares e restaurantes. Produzimos álcool em gel, leitos para hospitais, pães e goma de tapioca com insumos provenientes de nossos processos produtivos, doamos água potável para as comunidades e ajudamos bares e restaurantes a passarem por esse período desafiador.

E adentramos em 2021 com o mesmo comprometimento. Quando a distribuição de oxigênio começou a ficar comprometida nos hospitais de São Paulo e sobretudo em Manaus, que registrou números altíssimos de mutação do vírus e o sistema de saúde entrou em colapso, doamos 500 cilindros de oxigênio para o Estado. Em março, anunciamos a fabricação e o envase de oxigênio em Ribeirão Preto (SP),



onde produzimos a cerveja Colorado. O sistema de produção tem capacidade para fornecer o suficiente para 166 pessoas por dia. A iniciativa foi replicada na nossa operação na Bolívia.

Também doamos caixas térmicas para o transporte e armazenamento de doses da vacina contra a covid-19 no Brasil e na Bolívia. Os recipientes seriam utilizados por ambulantes para a venda de bebidas no Carnaval de 2021. As caixas foram adaptadas com um termômetro para controle da temperatura dos imunizantes. Cerca de 5 mil recipientes serão entregues ao Ministério da Saúde, de acordo com a demanda do Plano Nacional de Imunização contra a covid-19.

Se queremos construir um mundo melhor, isso só é possível quando olhamos para todo o nosso ecossistema e priorizamos a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas. Esse olhar não é apenas interno, com nossos funcionários, mas com toda a sociedade. Estamos há mais de um ano nessa batalha de combate à covid-19 e seguimos juntos com a certeza de que isso #vaipassar, contribuindo com ações de alto impacto social e unindo forças com governos e instituições. Esse é o nosso papel, esse é o nosso jeito de ser Ambev.

Ricardo Gonçalves Melo
Diretor Vice-Presidente de Relações Corporativas

Carta da Diretora Vice- Presidente Jurídica e de Compliance

Neste ano, procuramos mostrar em nosso relatório anual como o conceito ESG (Environmental, Social and Governance – Ambiental, Social e Governança, na tradução) têm guiado nossos negócios e nossos investimentos. Nossa visão estratégica e de ecossistema tem o objetivo de gerar valor no longo prazo e gerar impacto socioambiental positivo e transformador, dialogando com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, propostos pela Agenda 2030.

Temos o compromisso de ajudar a construir um mundo mais justo e próspero. Para isso, as pautas ambientais, o consumo consciente e o uso sustentável dos recursos naturais são prioridade em nossos negócios. A escolha do título desta publicação: Relato Anual e de ESG – Unindo as pessoas por um mundo melhor – reflete justamente o momento que estamos na Ambev e o nosso propósito de conectar pessoas por um mundo melhor. Tudo isso se consolidou com o nosso Comitê ESG também no ano de 2020. Nele, fortalecemos outros Comitês já praticados pela Companhia desde 2014, como Reputação e Sustentabilidade, para discutir temas ainda mais

atualizados com as expectativas do mercado e também do que já estava acontecendo internamente na prática.

Nos tornamos, nos últimos anos, uma empresa mais aberta, mais humana e mais inovadora, com uma rede baseada no fortalecimento e no crescimento de nossa cadeia de valor. Aqui na Ambev, costumamos dizer que somos uma empresa de donos. E donos cuidam de tudo aquilo que afeta o negócio e contribui para a perenidade pessoalmente. ESG para nós não é apenas uma sigla, mas uma prática de negócios. Além de buscarmos formas de minimizar nossos impactos no meio ambiente, nos comprometemos a manter os melhores processos administrativos e um ambiente de trabalho diverso e inovador, que prioriza o respeito e a colaboração.

Ao longo dos capítulos, o leitor poderá conhecer como nossa gestão e nossos projetos garantem consistência no nosso jeito de trabalhar e nos ajudam a transformar o mundo em um lugar melhor.

Leticia Rudge Barbosa Kina
**Diretora Vice-Presidente Jurídica e de
Compliance**





Quem Somos



Referência, qualidade, tradição

GRI 102-1, 102-3, 102-7

A história da Ambev começa em 1999, quando as centenárias Cervejaria Brahma e Companhia Antarctica se uniram para criar a Companhia de Bebidas das Américas. O intuito era impulsionar o setor brasileiro de bebidas, ampliar o leque de produtos de qualidade, estimular a inovação e gerar emprego e renda.

Em 22 anos, nos tornamos a maior fabricante de cerveja e refrigerantes da América Latina. Estamos em 18 países do continente americano e somos líderes de mercado em 10 deles, incluindo o Brasil, com um portfólio de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, que são produzidas e engarrafadas cuidadosamente para entregar as melhores experiências para os consumidores.

Referência em qualidade, aceitação do público e tradição, temos marcas consagradas no Brasil, como Skol, Brahma, Antarctica, Bohemia, Original e Guaraná Antarctica; e em outros países, Quilmes (Argentina), Presidente (República Dominicana), Paceña (Bolívia), Labatt Blue, Alexander Keith's e Kokanee (Canadá).

Desde 2004, a Companhia integra a Anheuser-Busch Inbev, multinacional conhecida como

AB InBev, que conectou o espírito pioneiro da Ambev com a qualidade belga da Interbrew e a tradição americana da Anheuser-Busch. Integram o portfólio da AB InBev cervejas como Budweiser, Bud Light, Stella Artois, Corona e Beck's.

Com sede localizada em São Paulo, no bairro Itaim Bibi (Zona Sul da capital), temos vasta malha de distribuição espalhada estrategicamente pelo continente americano, que garante máxima eficiência em nossas operações logísticas. No Brasil, atendemos aproximadamente 1 milhão de pontos de venda, entre distribuidoras de bebidas, franquias e estabelecimentos comerciais, que garantem uma sólida presença em todo o território nacional.

Também somos uma das maiores empresas engarrafadoras independentes da PepsiCo no mundo. Produzimos, vendemos e distribuimos no Brasil e em outros países da América Latina produtos como Pepsi, Guaraná Antarctica, H2OH!, Lipton Ice Tea e o isotônico Gatorade. Distribuimos, ainda, o portfólio da Red Bull em alguns canais de vendas específicos no Brasil e outros mercados.

Onde operamos

GRI 102-4, 102-6

Estamos em 18 países do continente americano e nossas operações são agrupadas por regiões, da seguinte maneira:

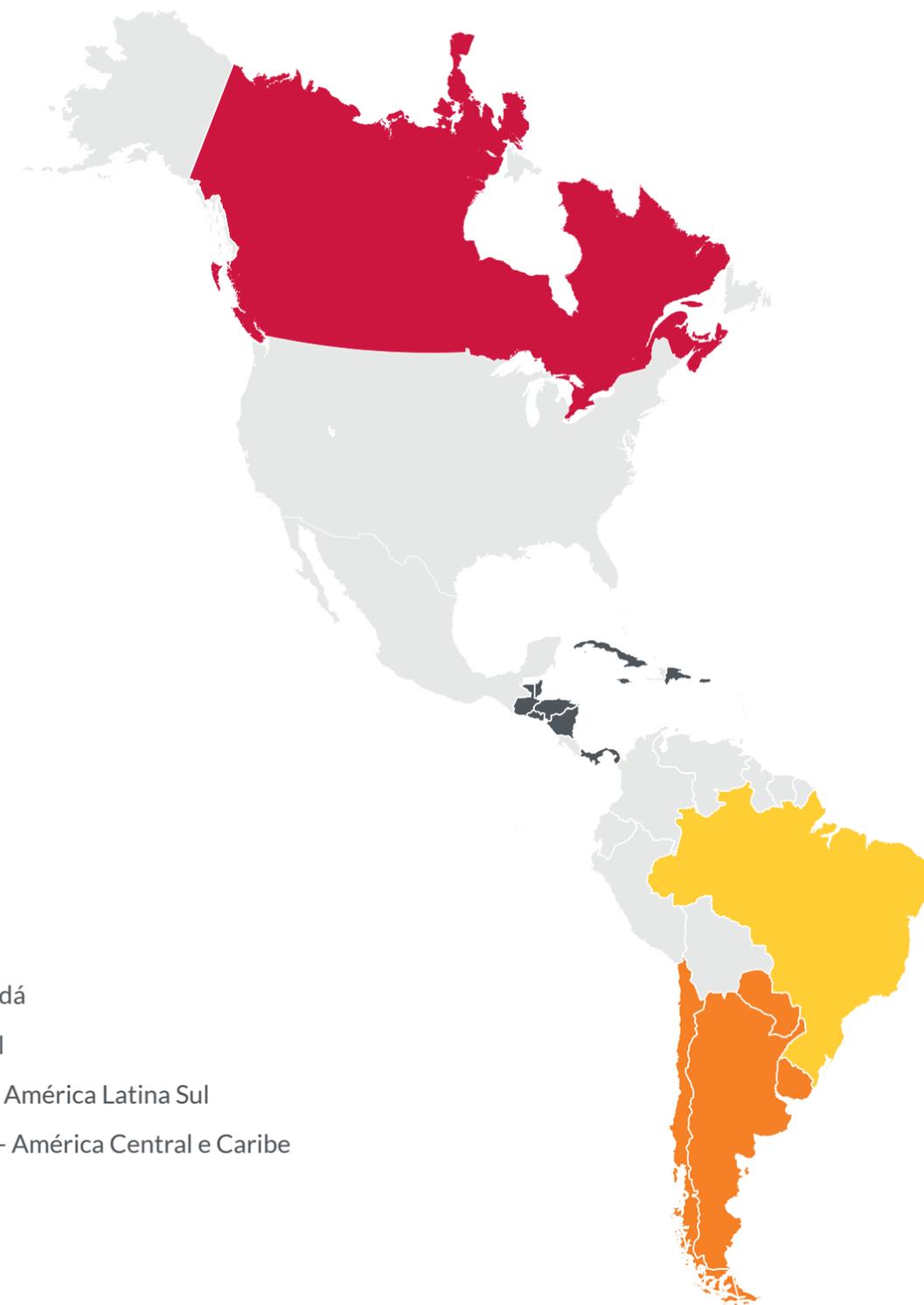
Brasil: inclui a divisão de venda de cerveja e a divisão de venda de NAB (bebidas não alcoólicas).

América Central e Caribe (CAC): integram nossas operações diretas na República Dominicana, Cuba, Saint Vincent, Dominica, Antígua, Barbados, Panamá e Guatemala (que também abastece El Salvador, Honduras e Nicarágua).

América Latina Sul (LAS): conecta nossas operações na Argentina, Bolívia e Uruguai; e a produção e comercialização de cervejas no Chile e Paraguai.

Canadá: representada pelas operações da Labatt, que inclui vendas internas no Canadá e algumas exportações para o mercado norte-americano.

- Canadá
- Brasil
- LAS - América Latina Sul
- CAC - América Central e Caribe



Cervejas



GRI 102-2

Esta é a nossa especialidade e nossa grande paixão. Reunimos as melhores marcas do mundo para surpreender até os paladares mais exigentes.

Em nosso [site](#), é possível navegar pelo mapa interativo das marcas e conhecer nossos tipos de cerveja, que vão desde uma clássica pilsen a IPAs mais arrojadadas.

Chopes



Refrigerantes e sucos



Bebidas mistas



Isotônicos, energéticos e bebidas funcionais



Águas e chás



Nossos valores

GRI 102-16

Temos passado por uma mudança cultural e de valores que convergem para um olhar cada vez mais direcionado a todo o ecossistema da empresa. Isso significa incorporar tecnologias, trazer mais inovação para os processos, trabalhar mais próximo com parceiros, propiciar um ambiente de trabalho cada vez mais humanizado, gerar mais impacto social e fortalecer a governança corporativa e toda a cadeia produtiva, tendo a sustentabilidade como um princípio transversal em todas as frentes. Nesse contexto, em 2020, os princípios que orientam nossos negócios foram atualizados para que pudessem ficar mais alinhados à estratégia da empresa e são apresentados a seguir:

Missão

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

Propósito

Unir as pessoas por um mundo melhor.

Dez princípios que nos orientam

Nosso jeito de trabalhar

1. Sonhamos grande. Estamos construindo uma empresa que cresce de forma rentável.

Nossa gente

2. Nossa gente é a nossa força. Pessoas excelentes que são reconhecidas e crescem no ritmo do seu talento. Grandes talentos entregam o hoje e transformam para o futuro.
3. Selecionamos, desenvolvemos e retemos pessoas que podem ser melhores que nós. Somos reconhecidos pela diversidade e entrega de nossos times.

Nossa cultura

4. Somos uma Companhia de donos(as). Donos(as) que lideram pelo exemplo e se responsabilizam pelos resultados.

5. Sempre buscamos melhores resultados. Lideramos mudanças, tomamos riscos e aprendemos com nossos erros.
6. Nos guiamos por nossos consumidores(as), que serão sempre a fonte do nosso crescimento.
7. Buscamos atender com excelência e criar parcerias sólidas com os nossos clientes, que são a conexão com cada consumidor(a).
8. Acreditamos no bom senso e na simplicidade. Operamos com excelência e eficiência em tudo que criamos, sempre orientados por nossos clientes e consumidores(as).
9. Gerenciamos os recursos como donos(as). Só assim é possível crescer de forma rentável e sustentável.
10. Nunca pegamos atalhos. Integridade, trabalho duro, qualidade e responsabilidade são essenciais para construir nossa Companhia e nossa reputação.

Lançamentos do ano

Brahma Duplo Malte

A marca é o resultado do entendimento das demandas dos consumidores por sabor e cremosidade e da entrega de um produto que, combinando o malte Pilsner com o malte de Munique, oferece um caráter marcante, além de oferecer aos consumidores uma nova maneira de pensar sobre as marcas puro malte. O produto oferece uma proposta de valor completa dentro do segmento *core plus* e apresenta crescimento consistente desde o seu lançamento.

Stella Sem Glúten

Criada para atender quem não abre mão de uma Stellinha gelada, mas busca opções de alimentação sem ou com teor reduzido de glúten, a nova versão tem o mesmo sabor que a Stella tradicional, para a alegria dos cervejeiros.

Quilmes 0,0%

Uma das cervejas mais populares da Argentina ganhou a versão zero álcool, seguindo tendência de consumidores que querem brindar momentos inesquecíveis com opções mais saudáveis.

Fortalecendo nosso portfólio de bebidas regionais, que dialogam com a cultura e a agricultura das comunidades onde atuamos, além de auxiliarem no desenvolvimento da economia nativa por utilizarem matérias-primas compradas de fornecedores da região, inovamos mais uma vez e criamos, com muito orgulho, três grandes marcas:

Berrió do Piauí: bebida leve e refrescante, que exalta a essência de seu povo, produzida com o caju, fruta típica da região.

Esmera de Goiás: inspirada na identidade, costumes e tradições do povo de Goiás e que leva mandioca em sua composição.

Chicha Taquiña: tradicional bebida da região da Cochabamba, na Bolívia, que tem como ingrediente principal o milho.



Contexto de negócios

GRI 102-15

O mercado de cervejas vem mudando no Brasil e no mundo. As preferências dos consumidores, tanto em termos de sabores quanto em ocasiões de consumo, não são mais as mesmas.

Em tempos de tecnologia e ambientes cada vez mais virtuais, que popularizaram os meios digitais e impulsionaram o surgimento do *e-commerce*, as cervejarias precisam inovar e se reinventar.

As gerações mais jovens, que estão entrando no mercado de cerveja, já vêm com esse perfil mais globalizado e buscam cervejarias diferenciadas, como as artesanais, premium e super premium.

Com o amadurecimento dos mercados, existe uma tendência de longo prazo de crescimento do consumo dentro de casa, relacionado também à busca dos consumidores por maior comodidade. Seguindo essa tendência, vimos um crescimento gradual do peso das vendas no canal *off-trade*. Nessas condições, os consumidores têm buscado alternativas que proporcionem maior comodidade para o consumo dentro de casa, impulsionando o crescimento de vendas on-line e de plataformas de venda D2C (direto para o consumidor).

O *e-commerce* é justamente um dos nossos focos. Com a expansão da plataforma Zé Delivery,

que funciona como um ponto de venda virtual para pequenos comércios, o portal Empório da Cerveja e os serviços de assinaturas Sempre em Casa, que faz entregas periódicas de bebidas, garantimos presença nos lares de milhões de brasileiros. O Zé Delivery existe desde 2016, foi crescendo ao longo dos anos e em 2020 teve um “boom” por conta da pandemia.

Este cenário de pandemia, que tem desafiado nações em todo o mundo desde o fim de 2019, ratificou ainda mais essa mudança de comportamento. Com bares fechados, as vendas em supermercados aumentaram. Com o isolamento social, as bebidas em lata, muito comuns em supermercados e associadas a uma maior praticidade no consumo, acabaram ganhando mais espaço, o que nos levou a acelerar a estreia de nossa Fábrica de Latas, em Sete Lagoas, Minas Gerais – a primeira unidade de uma indústria de bebidas no Brasil focada na produção de latas de alumínio para o envase de bebidas de produção própria.



Para criar produtos e atender aos gostos e aos novos estilos de vida dos consumidores, temos realizado uma revolução e transformado nossa cultura interna. Aumentamos o alcance dos sistemas de distribuição a pontos de venda, como supermercados, e estamos investindo consistentemente no desenvolvimento de soluções para as principais dores dos nossos clientes, por meio da tecnologia.



Além de lançar mais produtos que atendam às expectativas dos consumidores, queremos estar em mais ocasiões de consumo e já percebemos os resultados. Para isso, ouvir o que o consumidor quer e ser ágil no atendimento a essas demandas fazem com que saíamos na frente e conquistemos mais espaço e prestígio no universo cervejeiro.

A criação da Brahma Duplo Malte e a chegada da Beck's ao Brasil exemplificam bem isso. Percebemos que havia uma tendência por um líquido mais cremoso e amargo. Já as novas opções de Beats e GT vieram em resposta às demandas da nova geração, que é mais aberta a experimentar novas bebidas.

Variar a cartela de sabores, desenvolver os sabores certos, diversificar e garantir participação em mais momentos de comemoração fortalecem os vínculos com os consumidores. É justamente isso o que queremos: estar cada vez mais próximos dos nossos clientes, para que possamos continuar a crescer de forma saudável, gerando valor aos nossos públicos de relacionamento oferecendo um portfólio amplo e ferramentas para as melhores opções de consumo.



Ouvir o que o consumidor quer e ser ágil no atendimento a essas demandas nos faz sair na frente.

Combate à covid-19

GRI 203-2, 403-6

Juntos, cuidando uns dos outros, mesmo a distância

Com a chegada da covid-19 aos países em que operamos, no início de 2020, com um vírus ainda desconhecido da ciência se espalhando por todo o mundo, criou-se um cenário de insegurança e incertezas. Vivemos um dos maiores desafios da história da humanidade. Instituições, governos, empresas e sociedade civil uniram forças e estão dando o melhor de si para enfrentar a pandemia.

Conosco não foi diferente. Nossa primeira prioridade foi manter nossos funcionários seguros. Para isso, criamos um comitê formado por toda a liderança da Companhia para coordenar as discussões relacionadas à covid-19 e desenvolver ações que de fato impactassem a vida das pessoas. Foram meses de reuniões diárias entre o corpo diretivo e nossas equipes, para que pudéssemos chegar a ideias relevantes e urgentes.

A segunda preocupação foi ajudar a comunidade e o ecossistema neste momento delicado, que pede resoluções de questões sociais inadiáveis. Queríamos dar a nossa contribuição para que as pessoas pudessem

retomar sua vida social o mais rápido possível, voltar a ter ocasiões para celebrar, comemorar e festejar.

A terceira preocupação foi assegurar que o ecossistema de bares e restaurantes voltasse a ser saudável financeiramente o quanto antes, para garantir os empregos de seus funcionários.

Foi com esse olhar por um ambiente mais seguro para todos que, ao longo de 2020, praticamos empatia, dedicamos esforços, competências, criatividade e inovação para desenvolver ações de alto impacto social. Nosso time arregaçou as mangas para criar soluções que trouxessem um pouco de esperança e acalanto nesse período tão difícil para a sociedade. Muitas dessas iniciativas foram concluídas em tempo recorde e somam mais de R\$ 150 milhões de investimentos. O detalhamento completo pode ser conferido no portal da empresa <https://www.ambev.com.br/juntosadistancia/>. Destacamos, a seguir, algumas das iniciativas que nos enchem de orgulho, realizadas tanto no Brasil quanto em outros países:



Saúde

GRI 203-2

Produção e doação de 3,3 milhões de unidades de álcool em gel

Com a falta de álcool em gel no mercado, rapidamente decidimos usar o etanol das cervejarias para produzir 1,2 milhões de unidades de álcool em gel em embalagens de 237ml. O trabalho em conjunto com empresas do nosso ecossistema como Plastek e Lorenpet foi fundamental para tamanha produção. As primeiras 500 mil unidades foram entregues a hospitais públicos das áreas mais afetadas de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. O restante foi encaminhado para todas as Unidades Federativas do país. A iniciativa foi replicada em praticamente todos os outros países em que atuamos, como Argentina e Chile, somando mais centenas de milhares de unidades.

Foram também produzidas mais de 2,1 milhões de unidades para o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) utilizar nas eleições brasileiras de 2020.

Produção de vacinas contra a covid-19

Desde que a pandemia começou, estamos acompanhando de perto as discussões e estudos sobre uma vacina contra a covid-19. O caminho que acreditamos aqui na Ambev é ajudar o país a ter autossuficiência. Por isso, ajudamos nos dois projetos principais de produção de vacina no país.





Hospital M'Boi Mirim: 100 novos leitos para ajudar no tratamento da covid-19

Em parceria com a Prefeitura de São Paulo, a Gerdau e o Hospital Albert Einstein, ampliamos em 100 leitos o Hospital do M'boi Mirim, em São Paulo, em tempo recorde: 36 dias. Foi a obra hospitalar mais rápida da história do Brasil. Além de ajudarem no tratamento de pacientes com a covid-19, os leitos ficarão para a rede pública paulista depois que esse período turbulento passar.

3 milhões de máscaras para profissionais da saúde

A proteção do rosto é uma das principais formas de prevenção da covid-19. Por isso, decidimos produzir 3 milhões de máscaras do tipo *face shield*, que cobrem o rosto todo, e doar para profissionais de saúde do país. Essa quantidade seria o suficiente para atender cada profissional de saúde do Brasil, considerando que existem quase 3 milhões cadastrados oficialmente no Datasus. As máscaras foram feitas com PET, mesmo material das embalagens de Guaraná Antarctica.

Disponibilizamos, ainda, um material gratuito e didático que pode ser acessado por outras empresas que também têm interesse em confeccionar esse equipamento.

Quilmes produz leitos de hospital com garrafa PET

Unindo sustentabilidade e inovação, a Quilmes patrocinou a produção de 600 camas de hospital oriundas de material plástico reciclado. Os leitos foram entregues no Sanitário Institucional instalado na Universidade Nacional de Quilmes que abrigou pacientes com sintomas leves de covid-19 que não puderam ficar isolados em suas casas. Com isso, 780 metros cúbicos de plástico tiveram uma destinação mais oportuna, evitando que fossem parar em aterro sanitário, sendo que boa parte dos materiais foram coletados e recuperados pelos próprios moradores.



Social

GRI 203-2

Ferramenta viabiliza atendimentos on-line para suspeitas de covid-19

Um dos nossos principais braços de tecnologia, a AmbevTech é apoiadora do Doktor – um projeto que ajuda a população no combate à covid-19. A ferramenta permite que médicos da rede pública de saúde façam atendimentos on-line por vídeo. A plataforma faz a triagem de pessoas com sintomas do vírus e ajuda a reduzir a sobrecarga do sistema de saúde da cidade. Até agora, 5.697 pessoas, em Blumenau, já foram atendidas pelo sistema.

Legítima e Nossa doam 20 toneladas de goma de mandioca

As cervejas regionais Legítima, produzida no Ceará, e Nossa, em Pernambuco, surgiram para ajudar as famílias dessas regiões, oferecendo aos produtores locais de mandioca uma fonte de renda sustentável. Durante a pandemia da covid-19, essas marcas decidiram expandir a ajuda e doaram 20 toneladas de goma de tapioca para 20 mil famílias do Ceará e do Pernambuco. Para produzir o alimento, foram direcionadas 7 toneladas de fécula de mandioca, a mesma

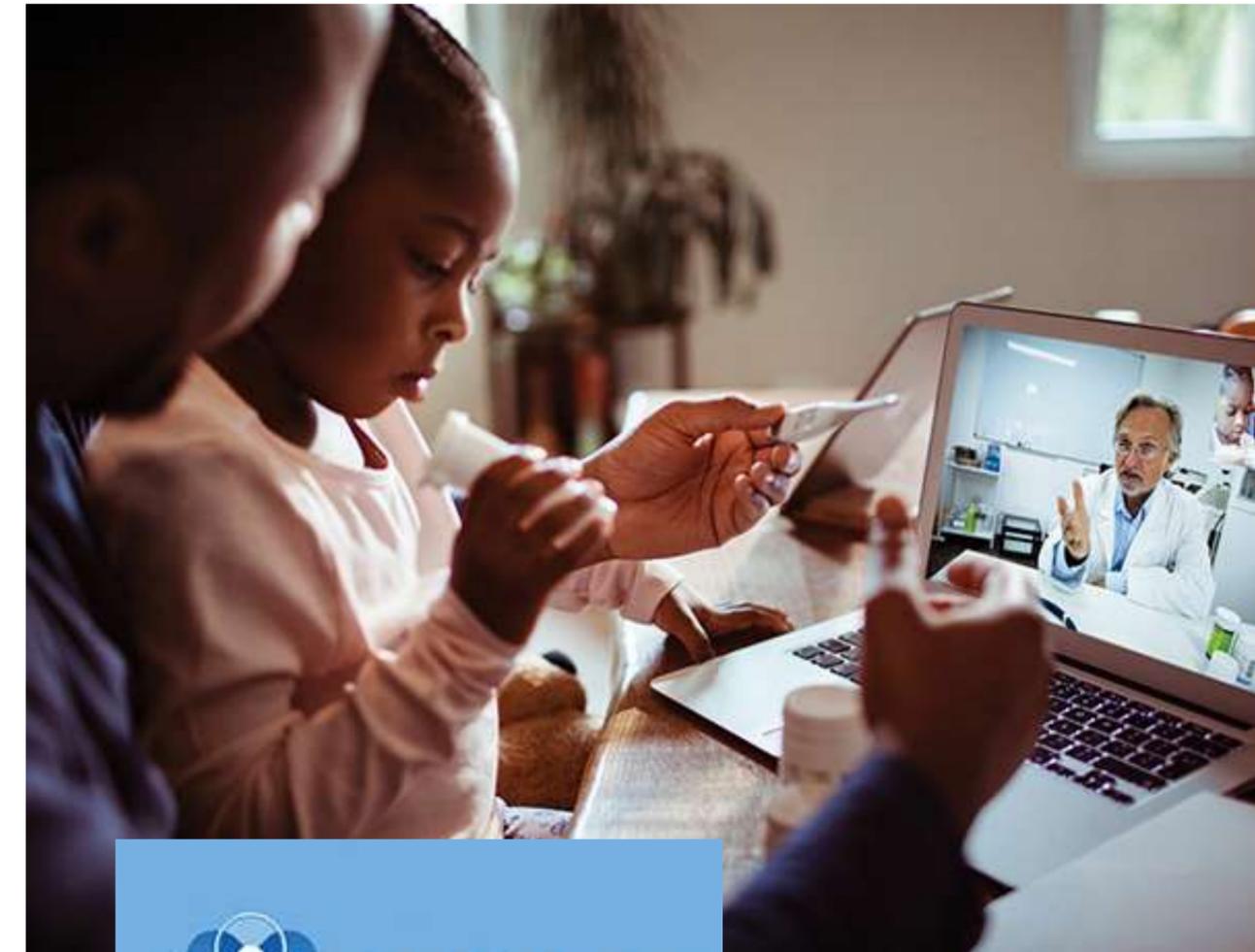
que é utilizada na produção das cervejas. Com a ajuda dos parceiros Goma Fresca Pinheiro (Ceará) e Zé de Lima (Pernambuco), a fécula foi transformada em tapioca.

Magnífica doou 100 mil unidades de sabão para comunidades no Maranhão

A cerveja regional Magnífica doou 100 mil unidades de sabão para comunidades do Maranhão. A “Maguinha”, como foi apelidada pela população, é produzida com fécula de mandioca comprada dos produtores locais do Estado.

Transformando cevada em pães para as comunidades

Em parceria com a Bimbo, doamos mais de 500 mil fatias de pão feitos com os maltes da Brahma Duplo Malte para comunidades carentes de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Rio Grande do Sul. A ideia foi replicada da Argentina. Lá, o isolamento da comunidade de bairros vulneráveis e a difícil situação socioeconômica exigiram a necessidade mais básica: comida. Foram fabricados e doados mais de 2 milhões de pães de cevada e pratos feitos com arroz de cevada.



AMA doa 1,4 milhão de litros de água para comunidades

O acesso à água potável é limitado em muitas comunidades brasileiras. Isso acaba sendo um grande problema, ainda mais durante a pandemia. Por isso, a água AMA, que destina 100% do lucro para levar água potável para as comunidades com dificuldades de acesso no país, decidiu doar 700 mil garrafas de 2 litros para 140 comunidades e 18 hospitais em São Paulo e no Rio de Janeiro, que estavam sem acesso à água neste período de covid-19. Mais de 223 mil pessoas foram beneficiadas. A distribuição da água tem parceria da Central Única das Favelas (Cufa).

Bares e restaurantes

GRI 203-2

Stella Artois: #ApoieUmRestaurante

Em março, a Stella Artois criou a plataforma #ApoieUmRestaurante, em que consumidores compravam um voucher de R\$ 100,00 de restaurantes com 50% de desconto, pagando apenas R\$ 50,00, para usar no futuro, quando o restaurante voltasse a funcionar. Os estabelecimentos arcaram com R\$ 25,00 do voucher e nós, em parceria com a Nestlé e a Nespresso, doamos R\$ 25,00 a cada voucher vendido. No total, mais de quatro mil estabelecimentos se beneficiaram dessa iniciativa, que disponibilizou mais de 140 mil vouchers, que envolveu, também, a atuação de agências de turismo, consultorias e escritórios de advocacia.

Bohemia: Ajude um buteco

Para ajudar os bares, a cerveja Bohemia criou a plataforma "Ajude um Buteco", na qual consumidores puderam comprar vouchers de R\$ 25,00, R\$ 50,00 ou R\$ 100,00 para serem usados em botecos assim que eles voltassem a funcionar. A cada compra, a Bohemia custeou 20% do valor dos vouchers. No total, foram vendidos quase 43 mil vouchers e arrecadados mais de R\$ 4,1 milhões, beneficiando mais de 11 mil estabelecimentos.



Movimento NÓS

No Brasil, participamos do Movimento NÓS, uma coalizão de 8 empresas de bens de consumo que ajudou e continuará ajudando na reabertura de aproximadamente 300 mil pontos de venda, com um investimento total de R\$ 370 milhões para suportar o capital de giro dos estabelecimentos, impactando indiretamente mais de três milhões de pessoas.

Energia acessível

Em parceria com as startups Lemon Energia e Stella GD, estamos fornecendo aos PDVs acesso a créditos de energia solar que ajudam a reduzir suas faturas de energia, normalmente a maior despesa desses pequenos negócios, enquanto também reduzem as suas respectivas pegadas de carbono. Até o final de 2020, mais de 500 PDVs já estavam utilizando as soluções fornecidas e nossos planos buscam continuar ampliando o alcance da iniciativa em todo o Brasil, para fornecer energia limpa e mais barata a mais de 50.000 pequenos comércios até 2023.





Parceiros de distribuição com Zé Delivery

Para que os donos de bares e demais empreendedores pudessem garantir uma renda extra, aceleramos a transformação dos comércios de diferentes regiões do Brasil. Ao se cadastrar como parceiro na plataforma do Zé Delivery, o estabelecimento conta com divulgação e ampliação da atenção na região, repercutindo diretamente no aumento das vendas. O Zé Delivery tem parceiros cadastrados em todo o país, tendo realizado milhões de entregas durante o ano em todos os 27 Estados brasileiros.



Turismo

GRI 203-2

Corona: ajude um hotel agora, viaje quando se sentir seguro

O projeto Redescubra o Paraíso, criado pela marca Corona, deu força para o turismo no período do isolamento social. Por meio dele, as pessoas puderam comprar uma viagem para utilizar o voucher apenas quando se sentissem seguras, sendo que a primeira diária sai por conta da Corona. Foram 5 mil diárias pagas e mais de 200 hotéis beneficiados.



Governança corporativa

GRI 102-5, 102-18, 102-22

Formado pela Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração (com apoio de seus comitês de assessoramento), Diretoria Executiva e Conselho Fiscal, o nosso sistema de governança corporativa é estruturado com base em respeito, transparência e nas melhores práticas de mercado para conduzir temas importantes relacionados aos nossos negócios.

A Assembleia Geral de Acionistas é o órgão máximo da Companhia e tem poder para eleger os membros do Conselho de Administração, que decidirão sobre os rumos dos negócios. O Conselho de Administração é formado por 11 membros efetivos (nove homens e duas mulheres) e dois suplentes. Todos são indicados pelos controladores, com base em cultura e expertise, e eleitos em Assembleia Geral de Acionistas para mandatos de três anos, com possibilidade de reeleição. Três dos onze membros efetivos do Conselho de Administração são conselheiros independentes, nos termos do estatuto social da Ambev. Os conselheiros não exercem cargos executivos na Companhia.

O Conselho de Administração é responsável pelo direcionamento estratégico dos nossos negócios, no curto, médio e longo prazos, e por garantir que nossos valores corporativos, ética e cultura sejam praticados e disseminados

entre os colaboradores. O estatuto social da Companhia e o regimento interno do Conselho de Administração preveem que os conselheiros, no exercício de suas competências, não podem ter acesso a informações ou participar de deliberações relacionadas a assuntos sobre os quais tenham ou representem interesse conflitante com a empresa. Os conselheiros nomeiam os membros da Diretoria Executiva e não exercem cargos executivos. Os cargos de copresidente do Conselho de Administração e de Diretor Presidente Executivo da Companhia não podem ser ocupados pela mesma pessoa. O Conselho de Administração conta com o assessoramento de dois comitês, cujos integrantes são por ele eleitos:

Comitê de Operações, Finanças e Remuneração (COF): assiste o Conselho de Administração nos planejamentos anual e trienal, na política de remuneração de administradores e funcionários, em operações de fusões e aquisições, na estrutura de capital e fluxo de caixa, em reestruturações societárias, entre outras matérias; e

Comitê de Partes Relacionadas e Condutas Concorrenciais: assiste o Conselho de Administração na garantia do cumprimento das normas referentes a condutas concorrenciais e a operações com partes relacionadas.



A Diretoria Executiva é o órgão responsável por gerir nossos negócios e apresentar propostas de planejamento de médio e longo prazos ao Conselho de Administração, sendo constituída por um Diretor Presidente Executivo e 12 diretores, todos nomeados pelo Conselho de Administração para mandatos de três anos, com possibilidade de reeleição. Como regra, os cargos de copresidente do Conselho de Administração e de diretor geral da Companhia não podem ser ocupados pela mesma pessoa.

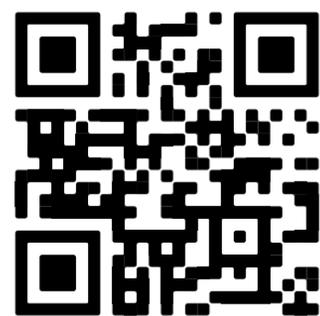
A remuneração dos administradores (Conselho de Administração e Diretoria Executiva) segue uma cultura de alto desempenho e divide os rendimentos em componente fixo, alinhado à média do mercado, e componente variável, que objetiva estimular e compensar resultados expressivos por meio de participação nos resultados e incentivos de longo prazo.

Por fim, o Conselho Fiscal é órgão permanente responsável por fiscalizar atos da administração e por emitir pareceres relativos às demonstrações financeiras da Companhia. Seus membros não fazem parte da Diretoria Executiva, do Conselho de Administração nem de seus comitês de assessoramento.

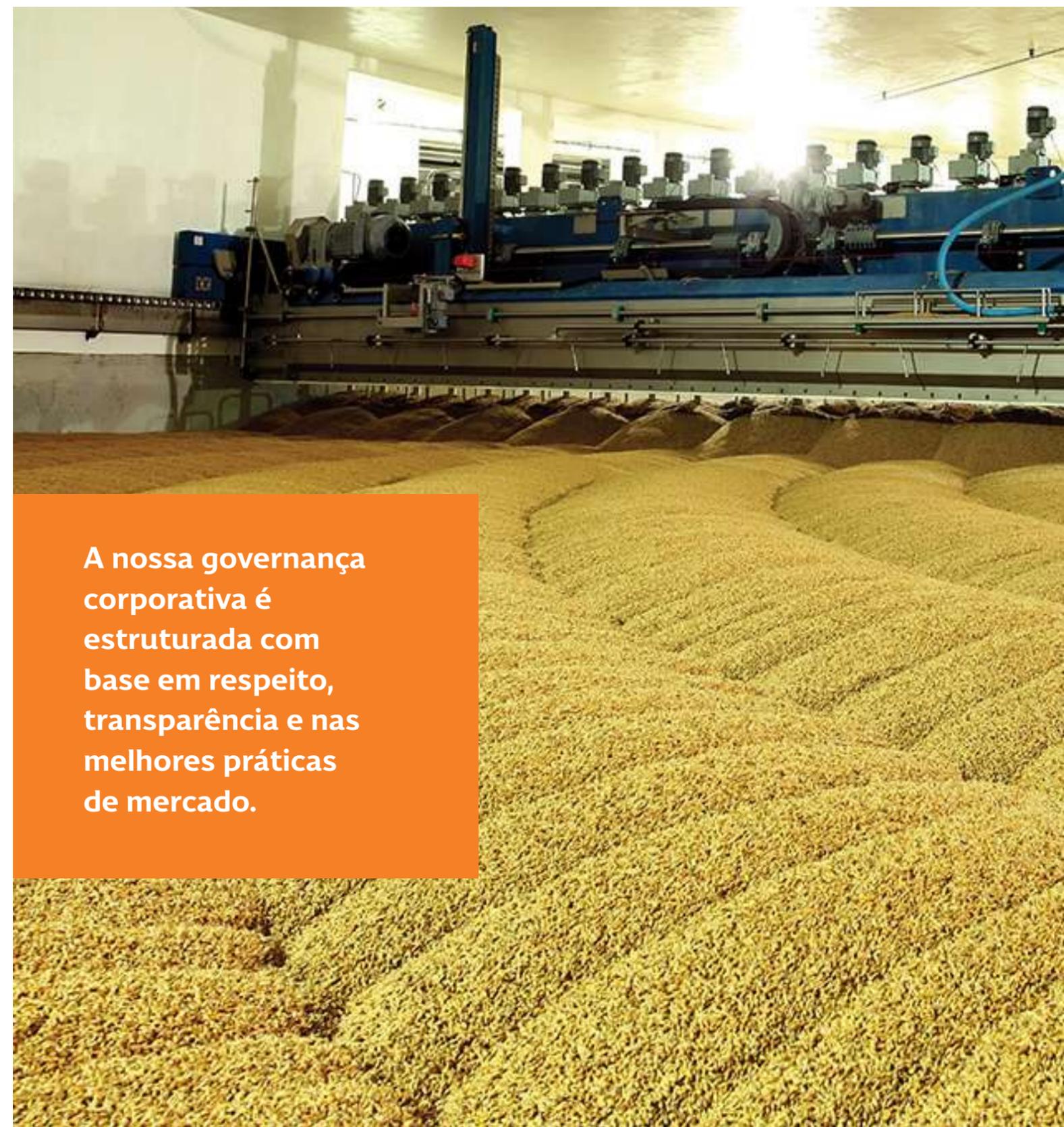
Por ser de capital aberto, com ações ordinárias negociadas na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (B3) e ADRs na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE), estamos sujeitos à regulação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e da Securities & Exchange Commission (SEC). A empresa é controlada pela Interbrew International B.V. (IIBV), pela AmBrew S.A. (AmBrew) – ambas subsidiárias da Anheuser-Busch InBev (AB InBev) – e pela Fundação Antonio e Helena Zerrenner (FAHZ) – Instituição Nacional de Beneficência.

Acesse

<https://ri.ambev.com.br/governanca-corporativa/administracao/> para conhecer a composição dos órgãos de administração.



A nossa governança corporativa é estruturada com base em respeito, transparência e nas melhores práticas de mercado.





Ética e transparência

GRI 102-16, 103(205), 103(206), 103(419)

Ética e integridade são intrínsecas à nossa cultura e à nossa maneira de trabalhar.

Não toleramos nenhum tipo de corrupção e procuramos disseminar entre os *stakeholders* a importância de uma conduta ética nos negócios.

O Código de Conduta, a Política de Responsabilidade Global de Suprimentos da Cervejaria Ambev e a Política de Direitos Humanos são os principais documentos que norteiam o dia a dia na empresa e estão disponíveis em: <https://ri.ambev.com.br/governanca-corporativa/policies-codes-and-internal-regulations-teste>.

Um plano de comunicação e treinamento sobre ética, *compliance* e regras anticorrupção, definido pelas equipes de Ética e Compliance e de Comunicação Interna, é aplicado anualmente aos colaboradores. Sempre que necessário, o plano recebe os ajustes relacionados aos riscos do negócio e/ou índices de retenção medidos por meio de pesquisas com os funcionários. As comunicações são feitas por e-mail, cartazes, publicações em rede social interna, treinamento e vídeos.

Como forma de gerar debates entre os colaboradores sobre ética e integridade, realizamos anualmente a Semana de Ética, com bate-papos, treinamentos, plantão de dúvidas e comunicados. A edição de 2020 foi totalmente on-line.

As lideranças locais ou corporativas recebem ainda treinamento on-line anual de *compliance* e preenchem uma declaração que atesta o respeito às regras anticorrupção, além de serem responsáveis por engajar os funcionários em temas éticos. Funcionários de áreas estratégicas, incluindo os membros da Diretoria Executiva, também recebem treinamentos anuais on-line de *compliance*. Como regra, todo novo colaborador recebe treinamento on-line sobre ética e integridade ao ingressar na empresa.

Disponibilizamos um canal on-line, gerenciado pela equipe de Ética e Compliance, para que colaboradores possam tirar eventuais dúvidas sobre o tema.

Uma plataforma que analisa dados provenientes de vários sistemas ajuda a detectar e prevenir fraude e corrupção nas operações. O número de casos confirmados de corrupção é confidencial, mas o indicador é tratado pelo time de *compliance*.

Com relação a órgãos governamentais e funcionários públicos, a Política de Compliance, o Código de Conduta, a Política Anticorrupção e a Política de Relacionamento Governamental balizam esse relacionamento. A Companhia não possui vínculo com organizações políticas, mas reconhece a legitimidade e o direito de os funcionários participarem de partidos políticos e/ou entidades. Quaisquer trocas, doações ou favores que ultrapassem os limites da legislação anticorrupção vigente ou das nossas políticas estão proibidas.

Acompanhamos 759 projetos de lei no Congresso Nacional. Destes, 24 são prioritários. Em estados e municípios, temos na base de acompanhamento 1.536 projetos com 57 prioritários. Eles tratam, no geral, de medidas restritivas à comercialização e à distribuição, além de assuntos tributários e ambientais. Gastamos anualmente R\$704.160,00 com as consultorias Patri, Monitor Legislativo, V-Tracker e Torabite.

Em relação a associações, são doze entidades com uma contribuição anual de R\$4.892.084,05, algumas associações delas no centro de custo do jurídico.

Os ordenados, encargos, férias, provisões, gratificações e previdência da equipe de Relações Institucionais chegam a R\$ 2.007.052,52 e do time tributário a R\$ 2.355.295,06. Não constam nesse número gastos com benefícios, bônus e distribuição de lucros/dividendos nem estamos considerando os vice-presidentes da área.

GRI 205-2, 206-1

Ouvidoria

Operado por uma empresa externa, o nosso canal de Ouvidoria no Brasil é gerenciado pelo time de *compliance* — responsável por reportar periodicamente ao Conselho de Administração e ao Conselho Fiscal as denúncias que ferem o Código de Conduta da Ambev, de acordo com a competência de cada órgão. O canal é aberto a todos os *stakeholders* da empresa; as denúncias são confidenciais e podem ser feitas pelo telefone 0800-250011 ou pelo site <http://www.ouvidoriaambev.com.br>



**Não toleramos
corrupção e procuramos
disseminar entre nossos
stakeholders a cultura
da ética nos negócios.**

Participação em associações

GRI 102-12, 102-13

Manter um relacionamento próximo com associações e entidades dos setores em que atuamos é extremamente importante para que possamos fortalecer redes e ecossistemas.

Com a troca de experiências e a participação em programas, projetos, eventos e discussões referentes aos negócios, pomos em prática o nosso propósito de unir as pessoas por um mundo melhor.

Conheça as principais organizações com as quais nos relacionamos ativamente:

- Associação Brasileira de Anunciantes (ABA);
- Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA);
- Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e Bebidas não Alcoólicas (ABIR);
- Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca);
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds);
- Centro de Cidadania Fiscal (CCiF);
- Centro de Estudos de Direito Econômico e Social (Cedes);
- Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre);
- Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (Cisa);
- Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco);
- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan);
- Grupo de Estudos Tributários Aplicados (Getap);
- Grupo de Líderes Empresariais (Lide);
- Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU);
- Rede Cooperação para o Plástico;
- Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv).



Premiações e reconhecimentos

- **Nações Unidas** – Como reconhecimento ao papel que desempenhamos desde o início da pandemia da covid-19, tivemos o orgulho de receber o Prêmio de Solidariedade das Nações Unidas, que reconhece o trabalho impactante que indivíduos e organizações vêm realizando para apoiar as comunidades em meio à pandemia.
- **Melhor reputação** – Pelo segundo ano consecutivo, fomos eleita a segunda empresa com melhor reputação do Brasil no Ranking Merco, um dos estudos de reputação mais respeitados do país.
- **Melhor empresa para trabalhar** – Fomos reconhecida como uma das melhores empresas para trabalhar na 24ª edição da pesquisa da Great Place to Work, que avaliou mais de três mil empresas. Ocupando o 27º lugar, subimos 39 posições na comparação com 2019.
- **Gestão saudável** – Estamos no ranking Destaque Gestão Saudável, da GPTW. Em sua 2ª edição, o estudo contou com 88 empresas inscritas, sendo que 10 foram destaque por terem sido bem avaliadas em quesitos como prevenção de saúde, nível de estresse dos funcionários e alimentação saudável, dentre outros.
- **Comprometida com ESG** – Estamos na lista de XP Investimentos, uma das mais importantes corretoras de valores do Brasil, que reúne as 10 companhias com melhores desempenhos nos pilares Ambiental, Social e de Governança (ESG).
- **Anunciante do ano** – Na 41ª edição do Prêmio Caboré, maior evento de reconhecimento à indústria de comunicação, marketing e mídia no Brasil, fomos destaque na categoria Anunciante do Ano. Ao todo, 42 profissionais ou empresas participaram da disputa em uma das 14 categorias elencadas pelo prêmio.
- **Mais inovadora do mundo** – Fomos reconhecida por usar criatividade e inovação em ações como a fabricação de álcool em gel, máscaras de PET de Guaraná, goma de tapioca e sabão feitos com mandioca de produtores locais. Ocupando o 8º lugar, fomos a única empresa brasileira na categoria Responsabilidade Social Corporativa. O levantamento é feito pela Fast Company e elege as 10 empresas mais inovadoras do mundo em diversas frentes.



The background features a large, dark red, stylized number '2' on the left side. To its right, there are several golden wheat stalks with detailed grain heads. The entire scene is set against a solid orange background.

Nossa Estratégia

Criação de valor

GRI 103(201), 103(202)

Ser uma empresa que gera valor para toda a sociedade direciona nossas decisões de negócio e impacta em todo o ciclo: no modo como nos relacionamos com *stakeholders*, na forma de fazer produtos, de vendê-los e de nos conectarmos aos consumidores.

Nosso negócio vai além dos rótulos. Queremos, junto com a sociedade, transformar o mundo em um lugar melhor para se viver. Para que possamos concretizar este propósito, nossa tomada de decisão prioriza projetos que possam contribuir, dentre outros aspectos, com o desenvolvimento local das cidades onde operamos.

Quando decidimos lançar cervejas locais, queríamos trazer para o mercado uma opção inspirada na tradição e na cultura da comunidade, que pudesse fomentar o crescimento da economia da região, proporcionando um sentimento de orgulho. Foi assim com a Magnífica, do Maranhão, a Nossa, de Pernambuco, e a Legítima, do Ceará, produzidas com mandioca da região e que, juntas, beneficiam 381 pequenos produtores.

Integrando a família de cervejas locais, um dos lançamentos do ano foi a Berrió do Piauí, bebida leve, menos encorpada e refrescante, que tem em sua composição o caju. O próprio nome da cerveja

foi inspirado na expressão piauiense B-R-O Bró – que faz uma alusão ao período mais quente do Estado, entre setembro e outubro, quando a temperatura pode chegar a 40 graus Celsius. A produção de Berrió impacta mais de 600 famílias de agricultores familiares dos municípios de Monsenhor Hipólito, Francisco Santos, Pio IX, Canto do Buriti e Campo Grande do Piauí.

No Amazonas, Maués se tornou globalmente conhecida como a cidade do guaraná. É de lá, da Fazenda Santa Helena, que vem o fruto para a produção do Guaraná Antarctica. Como a economia do município gira em torno do produto, por meio de pesquisas, temos incorporado novas tecnologias à cultura do fruto, que ajudam as plantas a ficarem mais resistentes e sustentáveis. Com isso, conseguimos gerar mais mudas e doá-las às populações ribeirinhas.

Essa preocupação com os agricultores está entre as nossas metas globais de sustentabilidade: queremos ter 100% dos agricultores que nos relacionamos capacitados, conectados e com estrutura financeira até 2025. Conheça outros projetos com nossa cadeia produtiva no capítulo Agricultura sustentável.



Nossos negócios vão #AlémDosRótulos. Queremos, junto com a sociedade, transformar o mundo em um lugar melhor para se viver.

VOA – nosso programa de voluntariado de impacto social

Criar valor significa, também, unir forças e contribuir com o desenvolvimento do Brasil. Para isso, em 2017 criamos o VOA, um programa de voluntariado em que nossos funcionários compartilham conhecimento e experiência em gestão de pessoas, orçamento, projetos, desdobramento de metas, captação de recursos e planejamento estratégico com instituições de todo o país.

A interação entre as organizações e seus mentores é baseada na troca de experiências e conhecimento: elas têm a expertise na sua área de atuação, e nosso time, na aplicação de ferramentas de gestão.

O programa tem duração de dois anos e as organizações recebem, ainda, auditoria do nosso time interno e validação externa do Instituto DOAR, que é referência no terceiro setor em certificação e responsável pelo prêmio Melhores ONGs do Brasil. As instituições avaliam mensalmente o programa e os pontos de melhoria apontados são trabalhados pelos mentores. Desde 2017, quase 400 organizações já foram beneficiadas.

Para participar do VOA, a instituição deve se inscrever no site do programa www.ambev.com.br/voa. É feita uma seleção com base na geração de oportunidades em educação, emprego e renda, aliada a critérios como potencial de

impacto social nas novas gerações, visão de futuro e comprometimento.

Como destaques do ano, o VOA apoiou o desafio 10X10, uma gincana on-line, que teve o objetivo de mobilizar 10 milhões de pessoas para alimentar 10 milhões de famílias durante o período de pandemia. No Dia do Voluntariado (28 de agosto), lançamos a campanha #HistóriasQueVoam, uma plataforma que narra a trajetória de histórias transformadas pelo trabalho voluntário no VOA e que trazem mensagens de resiliência, diversidade e inclusão. O filme de estreia contou com a narração do cantor Emicida em quatro projeções simultâneas na Rua Augusta.

Como principais resultados, em pesquisa de avaliação aplicada nas instituições, 79% dos participantes consideraram que o VOA influenciou no impacto social e/ou ambiental da organização e 83% afirmaram que esses impactos tendem a ser sustentáveis e duradouros. Os participantes também avaliaram positivamente a possibilidade de pensar “fora da caixa” e de ter um novo olhar sobre determinados aspectos, bem como o compartilhamento de experiências e conhecimentos, que repercutem no fortalecimento organizacional das instituições, na profissionalização, na visão estratégica e no planejamento.



O sucesso do programa nos levou a criar, em 2020, o VOA Empreendedores, que tem por objetivo compartilhar nossas boas práticas de gestão. O programa possibilita que nossos parceiros possam potencializar ainda mais os resultados do seu negócio, através de guias de gestão, planos de ação e diagnósticos disponíveis on-line. Ao final de 2020 já tínhamos mais de 1.850 usuários na plataforma. Ao longo do ano também incluímos alguns conteúdos de parceiros na plataforma, como da Consultoria Falconi.

Modelo de negócios

GRI 102-9

Ecosistema

Como fazemos a diferença na nossa cadeia de valor e além.



Produtores

Usamos os melhores ingredientes e apoiamos produtores locais e familiares para a sua produção, em um regime de parceria. A produção das cervejas locais Magnífica, Nossa e Legítima, por exemplo, geram renda para 381 pequenos produtores de mandioca.



Nossa gente

Apostamos na criatividade e na autonomia da nossa gente. Diversidade, empatia, aprendizado e empreendedorismo estão no centro da nossa receita. Em 2020, foram mais de 1,2 milhão de horas de treinamentos para 25.432 pessoas no Brasil.



Fornecedores

É nosso dever apoiar os fornecedores para que eles cresçam junto com a gente. Por isso, além das quatro metas globais de sustentabilidade, temos uma quinta: a nossa plataforma de empreendedorismo que consiste em quatro pilares principais: (i) relacionamento e parcerias (ii) inclusão e expansão, (iii) inovação e (iv) desenvolvimento, todos suportados por governança e tecnologia. Através dessa plataforma, compartilhamos nosso compromisso com a sustentabilidade, incentivamos o desenvolvimento das economias locais com a iniciativa “Compre Local” e, ainda, oferecemos ferramentas de desenvolvimento com milhares de fornecedores em todos os países onde atuamos.



Comunidades

Acreditamos na conexão e no relacionamento. Somos parceiros das comunidades onde atuamos, respeitando e apoiando sua cultura e vocações.



Voluntariado

O VOA, programa de voluntariado, incentiva nossos funcionários a compartilharem conhecimento e experiência com instituições de impacto social.



Investimento Social

Apoiamos projetos que levam educação, água potável e segurança alimentar a milhares de pessoas em todos os países em que atuamos.



Consumidores

Investimos na promoção de ações e campanhas que visam desestimular o uso nocivo de bebidas alcoólicas, trabalhando para capacitar os consumidores e gerar uma mudança de comportamento por meio de normas sociais, que fomentam o consumo responsável.



Ecoeficiência

O Voyager Plant Optimization (VPO) é um processo padronizado de gestão voltado para a redução de impactos ambientais: menor consumo de água e energia, com menos emissões e resíduos.



Conservação

O Programa Bacias&Florestas atua na restauração e na conservação de solo e florestas em áreas prioritárias para recarga de mananciais e preservação da qualidade e disponibilidade de água das bacias hidrográficas.

Resultados financeiros

GRI 201-1

O ano de 2020 foi marcado pelo profundo impacto gerado pela pandemia da covid-19. A crise sanitária mundial levou a mudanças significativas na dinâmica social e provocou sensíveis alterações no hábito de consumo dos nossos produtos nos mercados em geral, afetando os resultados.

A nossa tradicional capacidade de adaptação às mudanças no mercado nos permitiu garantir a solidez da nossa posição financeira, preservando a liquidez da Companhia no curto e longo prazos. Ainda, fomos capazes de reagir rapidamente às mudanças na dinâmica dos canais *on-trade* e *off-trade* e, graças à nossa excelência operacional, à força de nossas inovações e à nossa eficácia de execução comercial, nosso volume de vendas cresceu 1,4%, alcançando um crescimento orgânico da receita líquida de 4,7% dentro de um cenário extremamente desafiador.

Por outro lado, à medida que a pandemia avançou, ocorreram significativas mudanças no comportamento do consumidor e na dinâmica dos canais de distribuição e vendas, iniciadas



em meados de março, quando os governos impuseram restrições que variaram em termos de escopo e intensidade em resposta à covid-19, e continuaram a impactar permeando todo o ano de 2020. Enfrentamos pressões significativas no custo do produto vendido devido ao aumento da participação dos produtos descartáveis (*one-way*) em nosso portfólio bem como à desvalorização das moedas nos nossos maiores mercados, levando a uma queda orgânica significativa do EBITDA de 11,1%, com contração orgânica da margem em 590 pontos-base.

O ano também foi marcado por inovações e pela transformação do nosso negócio por meio da tecnologia, com importantes lançamentos e projetos (confira na página 22). Apresentamos, a seguir, os resultados financeiros da Companhia.

Demonstrativo de valor econômico gerado e distribuído

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Receitas | 76.976.596 | 79.589.129 | 90.116.499 |
| Vendas mercadorias, produtos e serviços | 76.727.601 | 79.473.627 | 88.156.331 |
| Outras receitas/(despesas) líquidas | 298.778 | 154.993 | 2.063.125 |
| Provisão de créditos de liquidação duvidosa | (49.783) | (39.491) | (102.957) |
| Insumos adquiridos de terceiros | (28.097.877) | (31.166.492) | (38.610.116) |
| Custos dos produtos, mercadorias e serviços vendidos | (18.947.213) | (21.981.152) | (27.651.734) |
| Materiais, energia, serviços de terceiros e outros | (8.971.154) | (9.032.294) | (10.771.829) |
| Perda de valores ativos | (179.510) | (153.046) | (186.553) |
| Valor adicionado bruto | 48.878.719 | 48.422.637 | 51.506.383 |
| Retenções | (4.268.919) | (4.522.182) | (4.980.797) |
| Depreciação e amortização | (4.268.919) | (4.522.182) | (4.980.797) |
| Valor adicionado líquido produzido | 44.609.800 | 43.900.455 | 46.525.586 |
| Valor adicionado recebido em transferência | 300.306 | 1.271.636 | 2.403.512 |
| Participação nos resultados de controladas, coligadas e empreendimentos controlados em conjunto | 1.040 | (22.310) | (43.284) |
| Receitas financeiras | 653.893 | 1.638.866 | 2.996.019 |
| Outros | (354.627) | (344.920) | (549.223) |
| Valor adicionado total a distribuir | 44.910.106 | 45.172.091 | 48.929.098 |
| Distribuição do valor adicionado | 44.910.106 | 45.172.091 | 48.929.098 |
| Pessoal | 4.464.939 | 4.831.364 | 5.446.674 |

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------------|------------|------------|
| Remuneração direta | 3.949.345 | 4.323.359 | 4.907.312 |
| Benefícios | 248.894 | 229.362 | 251.803 |
| Fundo de garantia por tempo de serviço | 118.113 | 123.043 | 125.058 |
| Outros | 148.587 | 155.600 | 162.501 |
| Impostos, taxas e contribuições | 24.684.634 | 23.388.888 | 26.530.709 |
| Federais | 9.606.260 | 8.034.601 | 10.168.026 |
| Estaduais | 15.049.487 | 15.323.893 | 16.329.747 |
| Municipais | 28.887 | 30.394 | 32.936 |
| Remuneração de capitais de terceiros | 4.412.823 | 4.763.507 | 5.219.806 |
| Despesas financeiras, exceto imposto sobre transações financeiras | 4.346.567 | 4.546.350 | 5.095.429 |
| Aluguéis | 66.256 | 217.157 | 124.377 |
| Remuneração de capitais próprios | 11.347.710 | 12.188.332 | 11.731.909 |
| Juros sobre o capital próprio | 5.030.507 | 7.717.420 | 6.509.499 |
| Dividendos | 2.515.101 | | 1.206.868 |
| Lucros retidos | 3.449.353 | 4.062.545 | 3.663.027 |
| Participação de não controladores | 352.749 | 408.367 | 352.515 |

GRI 102-45

¹As informações financeiras e operacionais, exceto quando indicado o contrário, são apresentadas em reais nominais, de acordo com os critérios do padrão contábil internacional (IFRS) e devem ser lidas em conjunto com os relatórios financeiros do exercício findo em 31 de dezembro de 2019, arquivados na CVM e apresentados à SEC. Segregamos neste relatório o impacto do resultado orgânico das mudanças de escopo e diferenças de câmbio. As mudanças de escopo representam o impacto de aquisições e vendas de ativos, o início ou término de atividades ou a transferência de atividades entre segmentos, mudanças de estimativas contábeis ano contra ano e outras premissas que os administradores não consideram parte do desempenho de negócio. Exceto quando especificado o contrário, variações percentuais no documento são orgânicas e ajustadas por natureza. Sempre que utilizado neste relatório, o termo “ajustado” se refere às medidas de desempenho (EBITDA, EBIT, Lucro Líquido, LPA) antes de itens não recorrentes. Itens não recorrentes são receitas ou despesas que não ocorrem no curso normal das atividades da Companhia. Estas são apresentadas separadas dada a importância delas para o entendimento do desempenho da Companhia devido à sua natureza ou magnitude. Medidas ajustadas são medidas adicionais utilizadas pela Administração, e não devem substituir as medidas calculadas em conformidade com

as IFRS como indicadores do desempenho da Companhia. Comparações, exceto quando especificado o contrário, referem-se ao resultado do ano de 2018. Os somatórios podem não conferir devido a arredondamentos.

As entidades cobertas pelas nossas demonstrações financeiras são:

- **Brasil**, integrado pela produção e comercialização de cervejas, refrigerantes e bebidas não alcoólicas e não carbonatadas;
- **América Central e Caribe (“CAC”)**, integrada pelas nossas operações diretas na República Dominicana, Cuba, Saint Vincent, Dominica, Antígua, Guatemala (que também abastece El Salvador, Honduras e Nicarágua), Barbados e Panamá;
- **América Latina Sul (“LAS”)**, integrada por nossas operações de cervejas, refrigerantes e bebidas não alcoólicas e não carbonatadas na Argentina, Bolívia e Uruguai, além da produção e comercialização de cervejas no Chile e Paraguai; e
- **Canadá**, com a produção e comercialização de cervejas e um portfólio de marcas de bebidas mistas e cidras, incluindo exportações para os Estados Unidos da América.



Receita Líquida (ROL)

A nossa receita líquida consolidada aumentou 4,7% em 2020, em decorrência de crescimentos no Brasil (7,3%), na LAS (10,4%) e no Canadá (0,1%), que compensaram uma redução na CAC (10,1%). No Brasil, apresentamos crescimento de volume de 4,2%, combinado com aumento da receita líquida por hectolitro (ROL/hl) de 3,0%, assim como na LAS, onde nosso volume cresceu 0,2% e a ROL/hl aumentou 10,1%. No Canadá, apesar do crescimento do nosso volume, nossa ROL/hl caiu 2,1% e, na CAC, o crescimento da ROL/hl de 8,8% compensou parcialmente a redução de volume de 17,4%.

Custo dos produtos vendidos (CPV)

Nosso CPV e CPV excluindo depreciação e amortização aumentaram 16,7% e 18,2%, respectivamente. Em uma base por hectolitro, o CPV cresceu 15,0%, enquanto o CPV excluindo depreciação e amortização subiu 16,5%, impactado principalmente pela mudança na dinâmica entre canais em decorrência das restrições à circulação de pessoas impostas pelos governos locais em meio à pandemia da covid-19 e da depreciação das principais moedas locais frente ao dólar americano.

Despesas com vendas, gerais e administrativas (SG&A)

O SG&A e o SG&A excluindo depreciação e amortização aumentaram 6,7% e 7,1%, respectivamente.

EBITDA, Margem Bruta e Margem EBITDA

Nosso EBITDA ajustado foi de R\$ 21.591,5 milhões, contraindo 11,1% em base orgânica, e com contração da margem bruta em 480 pontos-base e da margem EBITDA em 590 pontos-base.

Lucro líquido, Lucro líquido ajustado e LPA

Nosso lucro líquido caiu 3,7% para R\$ 11.731,9 milhões, enquanto ajustado para itens não recorrentes, o lucro líquido caiu 3,6% para R\$ 12.104,3 milhões como resultado de uma maior alíquota efetiva de imposto de renda. O lucro por ação (LPA) foi R\$ 0,72 e o lucro por ação ajustado foi R\$ 0,75 no ano de 2020.

Geração de caixa operacional e CAPEX

Nosso fluxo de caixa das atividades operacionais chegou a R\$ 18.855,8 milhões no ano, o

que representa um crescimento de 2,6%. Investimentos em CAPEX totalizaram R\$ 4.692,7 milhões em 2020, diminuindo 7,4% em relação ao ano anterior.

Dividendos, ações e disciplina financeira

Nosso estatuto social prevê dividendos mínimos obrigatórios correspondentes a 40% do lucro líquido anual ajustado da Companhia, incluindo as quantias pagas a título de juros sobre o capital próprio. Durante 2020, retornamos para nossos acionistas R\$ 6.509,5 milhões em juros sobre o capital próprio e R\$ 1.206,9 em dividendos referentes ao exercício de 2020. Em 31 de dezembro de 2020, nossa posição líquida de caixa era de R\$ 13.998,1 milhões.

Na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão, foram negociados aproximadamente R\$ 104,8 bilhões em ações ordinárias da Companhia durante o ano de 2020. Neste período, o Índice Bovespa teve uma valorização de 2,9%, enquanto nossas ações terminaram o ano cotadas a R\$ 15,65, representando uma valorização de 14,0% no ano de 2020.

Destaques financeiros

| R\$ milhões | 2019 | 2020 | % Reportado | % Orgânico |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|---------------|
| Volume ('000 hl) | 163.243,0 | 165.797,9 | 1,6% | 1,4% |
| Receita líquida | 52.005,1 | 58.379,0 | 12,3% | 4,7% |
| Lucro bruto | 30.327,0 | 31.312,9 | 3,3% | -3,9% |
| % Margem bruta | 58,3% | 53,6% | -470 bps | -480 bps |
| EBITDA ajustado | 21.147,1 | 21.591,5 | 2,1% | -11,1% |
| % Margem EBITDA ajustado | 40,7% | 37,0% | -370 bps | -590 bps |
| Lucro líquido | 12.188,3 | 11.731,9 | -3,7% | |
| Lucro líquido ajustado | 12.549,9 | 12.104,3 | -3,6% | |
| LPA (R\$/ação) | 0,75 | 0,72 | -3,4% | |
| LPA ajustado | 0,77 | 0,75 | -3,3% | |

Nota: O cálculo do lucro por ação é baseado nas ações em circulação (total de ações existentes, menos ações em tesouraria).



Nossa receita líquida consolidada aumentou 4,7% em 2020, em decorrência de crescimentos no Brasil, na LAS e no Canadá.

Gestão de riscos

GRI 102-11

Contamos com uma gestão responsável por mapear e monitorar possíveis eventos que possam gerar riscos aos negócios.

Tendo a disciplina financeira e a limitação de exposição para evitar flutuações de mercado como dois grandes pilares em nossa estratégia, dividimos seus riscos em cinco categorias: estratégicos, operacionais, regulatórios e legais, financeiros e de imagem.

Todos os anos revisitamos a matriz de riscos e fazemos as adequações necessárias, caso algo novo seja identificado. Acompanhamos também de perto os riscos improváveis como forma de reforçar o seu monitoramento. Toda a gestão é conduzida pelo Conselho de Administração (que, eventualmente, pode acionar a assessoria do Comitê de Operações, Finanças e Remuneração) e pela diretoria da empresa.

Somando forças a esse gerenciamento, fornecedores e prestadores de serviço devem seguir as diretrizes do Código de Conduta da

Cervejaria Ambev, passar por uma fase de análise de risco e, em alguns casos, por uma *due diligence de compliance*, que inclui, preenchimento de um questionário anticorrupção (em que o parceiro precisa concordar com as regras), consulta a listas de idoneidade, análise de mídia e de postura em relação a questões ambientais.

Dependendo do grau de risco, realizamos um treinamento de compliance anticorrupção com o parceiro, como forma de reforçar o monitoramento, e compartilhamos nosso conhecimento em assuntos ambientais, como forma de incentivar a cadeia sustentável. Todos os contratos de suprimentos com fornecedores incluem cláusulas específicas de respeito às normatizações e qualquer conduta que venha a ferir princípios poderá implicar quebra de contrato por nossa parte.

ambev

#AlémDosRótulos

categorias de riscos:



Gestão de processos

Nosso processo produtivo utiliza recursos naturais renováveis e não renováveis. A água é a principal matéria-prima de refrigerantes e cervejas, juntamente com outros ingredientes.

Utilizamos um processo padronizado de gestão – o Voyager Plant Optimization (VPO) –, que conduz a eficiência nas fábricas há mais de 20 anos por meio de processos uniformes e padrões mensuráveis para as operações. O VPO possibilita o cumprimento das metas de redução de impactos ambientais e garante a qualidade e a segurança no dia a dia das plantas

industriais. Investimos na modernização e no aperfeiçoamento dos controles de processos na produção e compartilhamos as melhores práticas de gestão entre as fábricas.

Para garantir a excelência fabril, sete pilares regulamentam o dia a dia das operações: Gente, Gestão, Logística, Manutenção, Meio Ambiente, Qualidade e Segurança. São realizadas, também,

auditorias internas e os procedimentos financeiros passam por avaliações contínuas. O Sales Process Optimization (SPO), sistema de gestão focado na melhoria da qualidade dos serviços em vendas e no atendimento ao cliente, e o Distribution Process Optimisation (DPO), que garante qualidade e resultados sustentáveis, complementam a gestão das plantas industriais.



Gestão de logística

Com foco em qualidade e sustentabilidade, nosso processo logístico segue o manual operacional do DPO e VPO e conta com uma plataforma de tecnologia que otimiza todas as etapas da operação, a TecLog. Altamente tecnológica, baseada em dados, a plataforma oferece aos motoristas diversas ferramentas com soluções para melhorar a alocação de transportes, otimizar as rotas de entrega para atender os pontos de venda com mais rapidez e reduzir o impacto ambiental da emissão de gases poluentes, já que os caminhões ficam menos tempo circulando.

Uma das maneiras de gerarmos mais sustentabilidade no processo logístico é por meio do Projeto Colaborativo, ou Frota Compartilhada, em que a empresa e parceiros se unem para eliminar o trecho vazio do transporte de seus produtos, a chamada milha vazia. Em 2020, rodamos mais de 2 milhões de km em sinergia com 31 parceiros, evitando a emissão de aproximadamente 2.700 tons de CO₂.



Proteção de dados

GRI 103(418), 418-1

Com a transformação digital, acelerada pela pandemia da covid-19, a atividade de compartilhamento de dados foi ressignificada, na medida em que os dados são um ativo estratégico para nós.

Nossas atividades comerciais tratam um grande volume de dados pessoais, como os de clientes, consumidores, funcionários, parceiros e prestadores de serviços. Nesse contexto, sempre tratamos os dados pessoais com o máximo cuidado. Com o estabelecimento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que entrou em vigor em setembro de 2020, revisamos e reforçamos os processos para o tratamento de dados pessoais.

Nós nos adequamos à LGPD com base nas experiências de nossa controladora, AB Inbev, e ao Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), da União Europeia. Para cuidar desse assunto, uma estrutura multidisciplinar de governança de privacidade, que se reporta para a alta liderança da Ambev, foi criada para mapear o tratamento de dados pessoais realizados pelas mais diversas áreas da empresa, analisar o impacto das atividades de tratamento e implementar ações preventivas ou corretivas (se

necessário), aplicando os conceitos de *privacy by design and by default*. Tudo é gerenciado por um sistema específico e monitorado por meio de indicadores de performance.

Somado a isso, também contamos com políticas corporativas que orientam o tratamento de dados pessoais e medidas de segurança que foram implementadas para proteger os bancos de dados e evitar ciberataques, reduzindo assim os riscos de exposição a violações de dados e incidentes de segurança da informação. Todas as plataformas passam por auditoria global de certificação e, adicionalmente, Zé Delivery e Empório possuem regras de controle para menores de 18 anos.

Para compartilhar com o público interno essa cultura de proteção de dados, os treinamentos também têm papel importante. Em 2020, foram realizadas aproximadamente 30 sessões de capacitação sobre LGPD.

Em 2020, não foi identificada nenhuma queixa ou incidente preocupante quanto à violação da privacidade e perda de dados de nossos clientes.



Relacionamento com clientes

GRI 102-43

Mantemos um relacionamento transparente e contínuo com nossos clientes, considerando os diferentes perfis e portes – armazéns, padarias, lanchonetes, quiosques, academias, bares, minimercados, lojas de conveniência, franquias etc. São quatro canais de comunicação para atender às demandas com eficiência e responsabilidade:

- **Central de Assistência Técnica (CAT)**, responsável por realizar manutenções preventivas em comodatos, como refrigerador, chopeira e postmix. Em 2020, teve 209.035 solicitações de manutenção versus 117.910 em 2019. Mesmo nesse cenário de aumento de demandas, o percentual de chamados de manutenção atendidos no prazo aumentou de 48,9% em 2019 para 78,1% em 2020.
- **Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)**, canal de contato para que os consumidores possam tirar dúvidas, buscar informações e fazer críticas ou sugestões. Em 2020 foram registrados 18.277 atendimentos, contra

51.277 de 2018. Em 2019, por conta de uma troca da empresa responsável pelo serviço, não reportamos o dado.

- **Serviço de Atendimento ao Varejo (SAV)** atende todas as demandas de pós-vendas dos clientes, como solicitação de prazo de pagamento, status dos pedidos, troca de produtos, dentre outras demandas. O canal teve em 2020 um total de 1.781.074 chamados atendidos versus 492.376 no segundo semestre de 2019.
- **Net Promote Score (NPS)** faz pesquisa de avaliação do quanto os clientes nos recomendariam para outro estabelecimento parecido com o deles. Também nos fornece percepções do cliente sobre sua experiência conosco. Com base nos resultados de NPS, direcionamos a nossa estratégia de melhoria da experiência do cliente juntamente com as áreas corporativas e regionais, buscando sempre entregar um serviço de excelência aos clientes.

• Beer Lovers •

Dividir a nossa paixão com consumidores é sempre um prazer e uma forma de viajar na história do maravilhoso mundo da cerveja.

Espalhadas por Ceará, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo, nossas cervejarias recebem os Beer Lovers (como chamamos os visitantes) para um tour, onde podem conhecer de perto todas as etapas de produção dos nossos produtos e degustar uma cerveja fresquinha direto do tanque.

Em 2020, por causa da pandemia, as visitas foram suspensas a partir de 16 de março e, até essa data, as 12 cervejarias receberam 8.552 visitas no ano. As interações passaram, então, a ser realizadas on-line, com tour virtual de dentro das cervejarias e treinamento cervejeiro na plataforma do Ambev Learning no YouTube e demais redes sociais, alcançando mais de 61 mil acessos.

Sem o tour às cervejarias e com os papos de bar transferidos para a mesa de casa, os apaixonados por cerveja ganharam outra opção para entrar nesse universo. Em julho, lançamos uma plataforma de entretenimento chamada Hoppy, que une conteúdo e gamificação. Desenvolvida em Nova York, disponível em <<https://hoppy.ab-inbev.com/>>, a Hoppy é totalmente interativa, com temas que tratam da história da cerveja, ingredientes, tipos da bebida, etapas de produção e dicas de harmonização. Ao longo de cada etapa, os usuários podem se divertir por meio de testes e quizzes e ir acumulando “beercoins” – uma pontuação de classificação no ranking global com pessoas de todo o mundo. No ano, a plataforma teve 5.165 visitantes.



Academia da cerveja

Com o intuito de compartilhar conhecimento e contribuir com o universo cervejeiro, disponibilizamos a amantes da bebida e a empreendedores a plataforma de ensino on-line Academia da Cerveja, feita em parceria com escolas cervejeiras do Brasil e do mundo. Realizados numa página exclusiva da Companhia <<https://www.academiadacerveja.com/>>, os cursos têm intensidade e periodicidade variada, com 2h, 15h e 45h de duração, por exemplo, nas versões gratuita e paga, e abordam temas como introdução ao mundo da cerveja, tipos de fermentação, tecnologia para cervejeiros artesanais e processo cervejeiro, dentre outros.

Relacionamento com fornecedores

GRI 102-9, 102-43, 103(204), 103(414), 204-1

Ajudar os fornecedores a crescerem junto conosco é um dever e um pilar essencial de sustentabilidade. Para isso, criamos ferramentas de desenvolvimento com foco, principalmente, em pequenos e médios empreendedores, que atuam em setores como matérias-primas, embalagens, logística e serviços em geral e que estão espalhados pelo Brasil. Temos focado, cada vez mais, nos fornecedores de comunidades mais próximas de nossas operações, através da nossa iniciativa Compre Local, que já adicionou mais de 1.900 novos parceiros integrados à nossa rede, além de prover o desenvolvimento das comunidades locais do nosso entorno de forma sustentável. Todo o trabalho de relacionamento com os fornecedores é direcionado pela Plataforma de Empreendedorismo da Ambev, com base nos seguintes pilares:

- **Relacionamento e parcerias** – através das pesquisas de Net Promoter Score (NPS) com nossos fornecedores, traçamos ações para melhorar continuamente o relacionamento com nossos fornecedores. Com isso, criamos o Connect, um portal que reúne as informações e funcionalidades mais importantes para os nossos fornecedores, como o acesso a sistemas, ferramentas de

#suprimentos por um mundo melhor

O Conselho e a Diretoria acompanham as ações desenvolvidas com os parceiros e fazem a gestão por meio do programa de Política Global de Responsabilidade de Suprimentos, com base em metas e indicadores ambientais, sociais e de governança. Exigimos de todos os nossos fornecedores o atendimento à Política de Responsabilidade de Suprimentos, que abrange temas sociais, ambientais e de governança, como condição indispensável para a manutenção de um relacionamento de negócios, isto é, o compromisso de conformidade com esses aspectos é pré-condição para o estabelecimento de parcerias. (GRI 414-1)

gestão, notícias e acompanhamento de pedidos.

Realizamos em todos os países da América Latina onde atuamos a pesquisa Net Promoter Score (NPS), que é anônima e tem como um dos pontos abordados a percepção dos fornecedores sobre as Políticas Globais de Responsabilidade de Suprimentos e Anticorrupção, que estão disponíveis nas páginas:

Brasil:

www.ambev.com.br/sobre/etica

Bolívia:

https://www.cbn.bo/Provedorestrabajando_juntos/

Chile:

<https://www.abinbev.cl/compliance>

Resultados da pesquisa de satisfação em 2020

Brasil 61

Chile 28

Paraguai 54

Uruguai 37

Argentina 27

Bolívia 36

LAS 35

SAZ 50

Ainda, do ponto de vista de parcerias, em 2020, junto com o Pacto Global da ONU, promovemos o “Conectando por um Mundo Melhor”, um evento com 23 fornecedores que inscreveram mais de 40 iniciativas voltadas à sustentabilidade com o objetivo de compartilhar as melhores práticas, criando valor à nossa cadeia de suprimentos, ao mesmo tempo que conecta o ecossistema. Além disso, em parceria com o SEBRAE e a Consultoria Falconi, promovemos o webinar Connecting Partners, transmitido no YouTube, onde executivos discutiram temas relacionados à gestão empresarial durante a crise causada pela pandemia da covid-19.

- **Inclusão e expansão** – desde a criação da nossa plataforma, temos a iniciativa “Compre Local”, que já adicionou mais de 1.900 novos parceiros integrados à nossa rede e possibilitou o desenvolvimento das comunidades locais do nosso entorno. Promovemos feiras regionais com o intuito de recrutar novos micro e pequenos empreendedores para a sua rede de parceiros e, assim, contribuir com o desenvolvimento das comunidades de entorno das operações. Em 2020, 23% do orçamento foram provenientes de parceiros locais (fornecedores em um raio de 80 km de

nossas cervejarias e CDDs), 4% a menos que no ano anterior por conta de um ajuste na metodologia do cálculo.

Em setembro de 2020, anunciamos nosso compromisso de aumentar o número de fornecedores liderados por negros para 200. Para isso, já estabelecemos parcerias para nos ajudar a nos conectar com fornecedores que atendam a esses critérios, com objetivos que vão além das nossas parcerias comerciais. Contribuindo para a inclusão e expansão da cadeia, implementamos uma regra de flexibilização dos prazos

Em 2020, lançamos o curso profissionalizante Boto Fé, uma capacitação completa e inédita sobre consumo responsável de bebida alcoólica para nosso público dos pontos de venda que estão cadastrados na plataforma BEES.

de pagamento de acordo com a faixa de faturamento de cada parceiro. Empresas que faturam até R\$ 100 mil por ano, que representam 62% da base de fornecedores, têm prazos de pagamento para até 30 dias corridos. Já os que faturam até R\$ 200 mil têm até 60 dias corridos para pagar. Para faturamentos acima desse valor, os prazos são negociados individualmente.

- **Inovação** – estamos sempre atentos às inovações que podem melhorar o dia a dia das nossas operações e da nossa gente. Quando lançamos nossas metas de sustentabilidade para 2025, sabíamos que eram metas ambiciosas e que para alcançá-las seria necessário encontrar soluções inovadoras e parceiros interessados em buscar tais soluções conosco. Foi aí que criamos a nossa Aceleradora 100+, que nos ajuda a encontrar startups que tem soluções interessantes e viáveis, mas muitas vezes sem escala e, em troca, oferecemos gestão, organização e uma rede de contatos muito rica para esses empreendedores que estão começando sua

jornada. Dessa forma, reforçamos nossa visão de crescimento compartilhado - se nossos parceiros crescem, nós também crescemos. Seleccionamos 18 novas startups para serem aceleradas em nosso programa Aceleradora 100+ Classe de 2020, incluindo startups da Argentina e do Uruguai. No Chile, lançamos uma classe da Aceleradora 100+ em parceria com o SocialLab. Depois de dois anos do lançamento da primeira classe, estamos fazendo negócios e escalando 23 do total de 39 startups aceleradas pelo nosso programa.

- **Desenvolvimento** – Para compartilhar conhecimento e ferramentas em gestão, disponibilizamos o portal <<https://voa.ab-inbev.com/aluno>> aos parceiros, contribuindo para o desenvolvimento do negócio. Dentre os temas abordados na plataforma estão gestão de pessoas, fluxo de caixa, planejamento estratégico e produtividade, em videoaulas ou materiais escritos. Também compartilhamos seus conhecimentos em eficiência hídrica e de energia, por meio das plataformas SaveH <<https://saveh.ambev.com.br>> e o SaveE

<<https://savee.ambev.com.br>> para que os empreendedores possam economizar água e energia no dia a dia de suas empresas. Desde a criação da plataforma de empreendedorismo, mais de 1.850 fornecedores já acessaram nossos treinamentos de gestão na nossa plataforma VOA empreendedores, sendo 800 novos usuários em 2020. Além disso, mais de 700 empresas já acessaram nossas plataformas SAVEh e SAVEe e aplicaram nossos conhecimentos compartilhados para economizar água e energia em suas operações.

Nossa Política de Responsabilidade de Suprimentos define padrões e princípios que devemos seguir com nossos parceiros e aborda temas como respeito à jornada de trabalho, direitos humanos, prevenção de acidentes, combate à corrupção, gestão ambiental e tratamento de resíduos. Está disponível para consulta em <www.ambev.com.br/sobre/etica>.

Publicidade e proteção ao consumidor

GRI 103 (417), 417-1, 417-2

O consumidor é o nosso padrão. Sempre que vamos lançar um produto novo, como procedimento obrigatório, procuramos entender as necessidades dos consumidores e realizamos estudos de avaliação de impacto relacionados à saúde e à segurança do consumidor e ao descarte correto das embalagens. Além das cervejas, que são a alma dos negócios, constam em nosso portfólio opções de bebidas sem álcool, sem açúcar e sem conservantes, que são mais saudáveis.

Ao promover nossos produtos, nos pautamos pela ética e pela responsabilidade. O processo de aprovação passa por um comitê interno e por assessores externos que, além de observarem o alinhamento a essas diretrizes, também seguem as normas do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), órgão regulador.

Para além das obrigações setoriais, entendemos a responsabilidade de uma comunicação adequada dos nossos produtos, principalmente os alcoólicos para que não haja indicativo ao excesso, ao público infantil ou vinculação a bebida associada a direção. As regras e recomendações de boas práticas de comunicações e ações foram reforçados em 2020 quando todo o time

de Marketing, Vendas, Jurídico e Inovação recebeu o treinamento de Código de Marketing e Comunicação Responsável. Essas orientações são fiscalizadas pelo comitê interno de aprovações de campanhas.



Estratégia

Desenvolver o gosto certo e proporcionar uma cartela de sabores que agrade aos mais diferentes públicos: esse é nosso objetivo. Queremos estar com os consumidores nos melhores momentos de sua vida, em diferentes ocasiões e compartilhando experiências. Mas para estar presente em brindes tão importantes, esse relacionamento começa lá atrás, no desenvolvimento de pesquisas, em que identificamos quais demandas não estão sendo atendidas pelo nosso portfólio de produtos e marcas de cerveja.

Entender o consumidor nos permite oferecer propostas que atendam às suas necessidades e gerem valor. Essas oportunidades vêm não somente em produtos, mas em embalagens, tamanhos e ocasiões de consumo. A linha de sucos Do Bem, por exemplo, ganhou, em 2020, uma versão lata de 269ml para atender o público de bares e restaurantes premium.

Temos priorizado a exploração de novas categorias que vão além de cervejas, como no caso da bebida alcoólica 150 BPM, lançada em 2019, e da aquisição recente da vinícola Dante Robino, na Argentina. Também em terras argentinas foi

lançado o Gin Comunal — o primeiro Gin feito com álcool de cerveja, criado em parceria com cervejarias artesanais de Bariloche.

Para tudo isso acontecer, a inovação tem se tornado um dos pilares centrais dos negócios e um elemento fundamental da nossa estratégia. A pandemia da covid-19 acelerou tendências de consumo nas quais já vínhamos investindo, reforçando a necessidade de um *mindset* inovador e centrado no consumidor. Nosso *framework* de crescimento é baseado em cinco frentes:

- **Novos sabores e maior valor agregado** – Melhor exemplo de estratégia de inovação, que parte da escuta ativa das demandas dos consumidores e procura gerar valor em lançamentos, como no caso de nossas cervejas locais.
- **Conveniência para os consumidores** – Queremos oferecer mais praticidade aos consumidores na hora de comprar suas bebidas preferidas e petiscos. A plataforma Zé Delivery é um grande exemplo disso: conecta consumidores aos





bares da região cadastrados, que se comprometem a realizar as entregas em até uma hora.

- **Inovação no serviço aos nossos clientes** – Estamos implementando uma plataforma, a BEES, que tem o objetivo de melhorar nosso nível de serviço e auxiliar nossos clientes a melhorarem sua performance de vendas por meio de sugestões baseadas no perfil do estabelecimento e do produto.
- **Saúde e bem-estar** – Temos investido na redução do teor do açúcar e ampliado o nosso portfólio de bebidas não alcoólicas. Natu, por exemplo, é nossa versão do Guaraná feita com ingredientes 100% naturais. Na Argentina, lançamos nossa primeira cerveja sem álcool, a Quilmes 0,0%, e a Sendero SUR – primeira cerveja orgânica certificada no país. Aqui no Brasil, a novidade do ano foi Stella Sem Glúten.

- **Bebidas do futuro** – Continuamos explorando novas oportunidades dentro do segmento de vinho, com a vinícola Dante Robino, na Argentina, e com a marca #4LetterWordWine!, no Canadá. Também no Canadá estamos ampliando o portfólio Nutrl de bebidas prontas para consumo e introduzimos uma marca de uísque no portfólio.

Estamos na lista da XP Investimentos, que reúne as 10 Companhias com melhores desempenhos nos pilares Ambiental, Social e de Governança (ESG, na sigla em inglês).

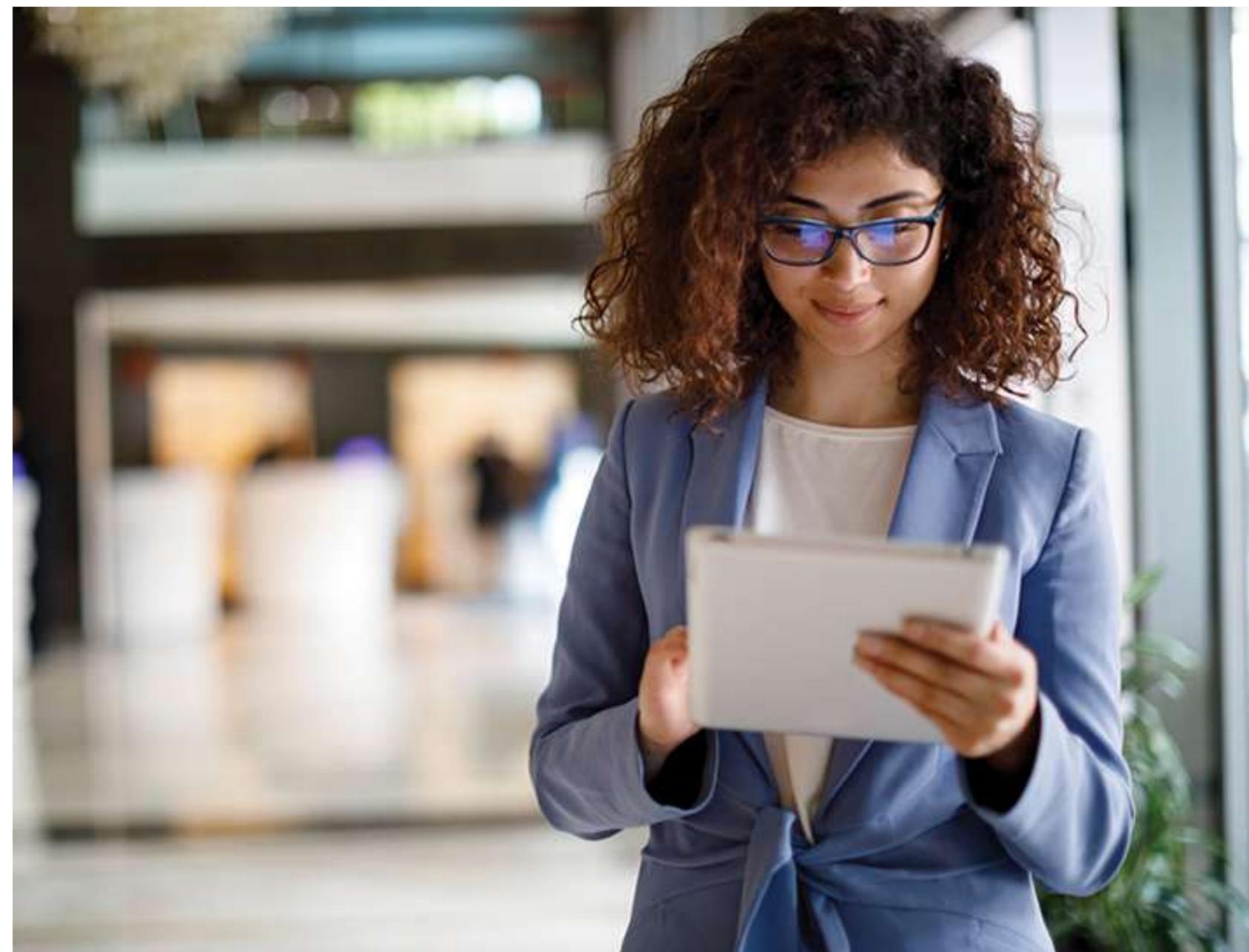


Materialidade

GRI 102-40, 102-42, 102-44, 102-47, 102-48

Nossa gestão e relato de desempenho ESG são orientados pela nossa matriz de materialidade, revisada em 2020 em parceria com consultoria de terceira parte, de representante da academia e de especialista em sustentabilidade. Na revisão, avaliamos os aspectos materiais dos anos anteriores e complementamos os itens com base em estudos acadêmicos e relatórios executivos sobre impactos positivos e negativos da indústria da cerveja e sua cadeia de valor, além de entrevistas conduzidas com executivos da empresa.

Ao final desta etapa, elencamos uma lista de 38 temas para serem avaliados por nossos *stakeholders* por meio de pesquisa on-line. Os temas considerados prioritários passaram a constituir a nova versão da matriz. Em 2020, para efeitos de clareza e concisão no reporte, agrupamos alguns temas convergentes.



Temas socioeconômicos na gestão interna e na cadeia de fornecimentos

- 1 Segurança e qualidade dos produtos
- 2 Governança, Ética e Transparência
- 6 Satisfação dos clientes
- 8 Foco no cliente
- 10 Tratamento igualitário a pessoas de diferentes gêneros, orientações sexuais, raças
- 13 Responsabilidade na cadeia de fornecimento
- 14 Desempenho econômico e financeiro
- 16 Prevenção de discriminação e assédio
- 20 Condições de trabalho
- 23 Desenvolvimento do capital humano
- 24 Desenvolvimento na cadeia de varejo
- 26 Privacidade da informação

Temas socioeconômicos gerais

- 5 Consumo sustentável e responsável
- 18 Respeito às comunidades do entorno
- 19 Direitos Humanos em geral
- 21 Geração de emprego e renda

Temas ambientais

- 3 Recursos hídricos
- 4 Resíduos e efluentes
- 7 Embalagens
- 9 Inovação
- 11 Agricultura sustentável
- 12 Uso de energia
- 15 Insumos
- 17 Conservação e regeneração da biodiversidade/ Uso da terra
- 22 Mudanças climáticas /emissões atmosféricas
- 25 Uso de químicos

* Temas listados da maior para menor prioridade (ordem decrescente)



Governança da sustentabilidade

GRI 102-47

Temos construído uma trajetória focada em celebrar não somente o hoje, mas também o amanhã. Para garantir um futuro próspero, trabalhamos de maneira sustentável e consideramos não somente a preservação de recursos naturais, mas também o cuidado com as pessoas e com todo o ecossistema.

Esse compromisso é assumido publicamente por meio de metas e de ações que desenvolvemos e que se refletem em toda a cadeia. Queremos sempre ir mais longe. Quando atingimos ou superamos alguma meta, estabelecemos outra ainda mais desafiadora.

É dessa maneira que acreditamos poder aperfeiçoar continuamente nossos índices de ecoeficiência e aumentar, cada vez mais, o impacto positivo na sociedade. Foi assim que estipulamos, em 2018, metas atuais de sustentabilidade a serem conquistadas até 2025, apresentadas na lista a seguir:

- **Ações climáticas** – 100% da eletricidade comprada pela Cervejaria Ambev deve ser de fontes renováveis. Além disso, a cervejaria vai reduzir em 25% as emissões de carbono ao longo da nossa cadeia de valor.

- **Gestão de água** – Melhorar de forma mensurável a disponibilidade e a qualidade da água para 100% das nossas comunidades em áreas de alto estresse hídrico.
- **Agricultura sustentável** – 100% dos agricultores parceiros da cervejaria devem estar treinados, conectados e com estrutura financeira para desenvolver um plantio cada vez mais sustentável.
- **Embalagem circular** – 100% dos produtos da Cervejaria Ambev devem estar em embalagens retornáveis ou que sejam majoritariamente feitas de conteúdo reciclado.
- **Ecossistema de empreendedores** – 100% dos nossos empreendedores devem ter acesso às ferramentas de que eles precisam para seu desenvolvimento. Enxergamos nossas metas até 2025 como um norte, mas não nos limitamos somente a elas. Se vemos que tem algo a ser endereçado e que não está contemplado em nossas metas, não hesitamos de nos lançarmos a novos desafios e correr atrás para alcançá-los.

Assumimos um compromisso com a Rede Brasil do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), que reúne comunidades internacionais e companhias que estão dispostas a trabalharem juntas de maneira sustentável.



The image features a large, stylized orange number '3' on the left side. The background is a solid red color. In the center, there is a cluster of wheat stalks rendered in a light orange or yellow color. Overlaid on the wheat stalks is the text 'Nossa Agenda' in a bold, white, sans-serif font. The text is arranged in two lines: 'Nossa' on the top line and 'Agenda' on the bottom line.

Nossa Agenda

Meio ambiente, práticas sociais e governança

GRI 103(307)

Tendo a sustentabilidade como o negócio, nossa atuação é pautada pelo conceito ESG – Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança, na tradução), que mede o quanto a empresa estamos comprometidos com as práticas ambientais, sociais e de governança, cujos temas são reportados e supervisionados pelo conselho executivo. Por essa perspectiva, buscamos formas de minimizar nossos impactos no meio ambiente, ajudar a construir um mundo mais justo e responsável e manter os melhores processos administrativos.

Isso é incorporado transversalmente no dia a dia da organização, nos escritórios e nas plantas industriais, engajando colaboradores de todos os países e níveis hierárquicos onde operamos. Um exemplo disso é a Aceleradora 100+, projeto de inovação que fomenta ideias por um planeta mais sustentável através de startups (saiba mais no tópico Empreendedorismo).

A Cervepar (subsidiária no Paraguai), por sua vez, está se preparando para a certificação Sistema B – selo concedido às empresas que aliam prosperidade financeira à preservação do planeta, e que se comprometem a construir um

ecossistema favorável que solucione problemas sociais e ambientais.

Em Joinville, demos um passo importante e lançamos o primeiro CDD (Centro de Distribuição Direta) sustentável da Ambev no Brasil. Ele será o piloto para novos CDDs que planejamos construir e servirá de modelo para os quase cem já em operação espalhados pelo país. O prédio, com 12 mil m² de área construída, consegue conectar o maior número de iniciativas sustentáveis que já ocorrem separadamente em outros centros, além daquelas planejadas especificamente para a planta de Joinville.

Entre as iniciativas sustentáveis estão: energia solar, frota elétrica – incluindo empilhadeiras, carro, motos e futuramente caminhões para distribuição nos pontos de venda –, maquinário elétrico, reutilização da água da chuva, 100% de tratamento de resíduos recicláveis e coprocessamento de orgânicos. Tudo isso vai gerar uma redução de 75% na emissão de CO₂ e de 40% no consumo de água e energia por mês. Ainda como iniciativas de redução de consumo, estão sensores de presença, *timmers* e iluminação LED.

Com o CDD sustentável de Joinville, avançamos nas ações de preservação do meio ambiente.



#inclusão por um mundo melhor

Nosso presidente, Jean Jereissati Neto, representou o setor privado no painel da 20ª edição da Cúpula de Líderes do Pacto Global da ONU – maior iniciativa de sustentabilidade do mundo. O encontro, que ocorre anualmente em Nova York, mas que neste ano foi virtual devido à pandemia de covid-19, reúne grandes líderes governamentais, acadêmicos, empresários e movimentos da sociedade civil para discutirem caminhos para a criação de uma economia global mais inclusiva e sustentável.

Com tantas ideias, projetos e metas, decidimos em 2019, mapear as principais frentes de trabalho que estão relacionadas aos nossos negócios para direcionar ações atuais e futuras. Os temas prioritários definidos são: Água, Embalagem Circular, Agricultura Sustentável, Mudança Climática, Empreendedorismo e Consumo Responsável. Transversalmente, está o nosso capital mais valioso: as pessoas.

Com esse direcionamento, pretendemos impulsionar o nosso progresso em relação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Treze dos 17 ODSs estão incorporados, direta ou indiretamente, em nossa estratégia de negócios e em nossa atuação.

Temos metas para ampliar o nosso impacto positivo na sociedade com base nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da ONU.

Nossos ODS prioritários



Água

GRI 103(303),
303-1, 303-2,
303-3, 303-4

Como uma empresa de bebidas, a água é nossa principal matéria-prima e a sua preservação está na estratégia do nosso negócio, não só porque representa mais do que 90% da cerveja, nosso principal produto, mas porque se trata de um recurso essencial para o bem-estar econômico, social e ambiental da sociedade. Por isso, há mais de 20 anos, trabalhamos para diminuir o índice de consumo de água nas nossas cervejarias e unidades fabris e nossa visão de sustentabilidade prioriza uma gestão pautada pela redução no consumo, preservação de bacias hidrográficas e acesso à água potável.

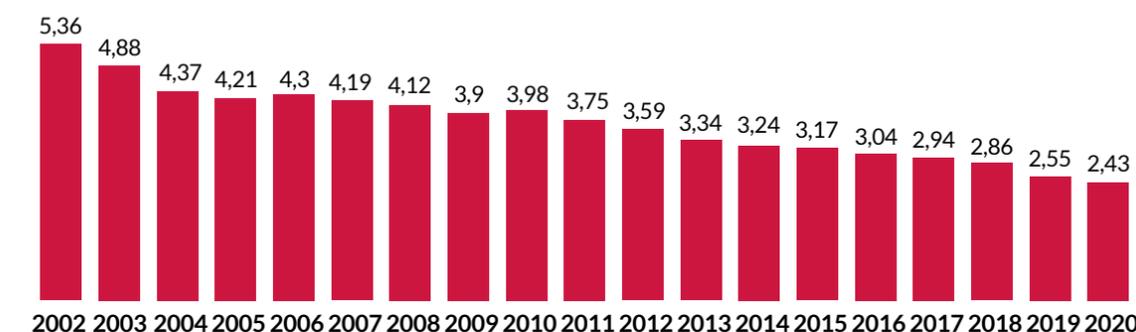
Internamente, priorizamos ações que aumentam a eficiência do uso da água. Investimos em e capacitamos um time de técnicos, gestores e especialistas estimulados a inovar e a utilizar tecnologias de ponta que garantam economia da água e engajem tanto parceiros quanto comunidade na troca de conhecimentos, melhores práticas e desenvolvimento de novos processos.

Com investimento em inovação, tecnologia, escuta ativa e compartilhamento de melhorias operacionais, equipamentos mais

tecnológicos de reúso, evitamos o desperdício e conseguimos reduzir em 55% o consumo de água em nossas plantas nos últimos 18 anos, superando a meta de eficiência hídrica estabelecida para 2025. A média para cada 1 litro de cerveja produzida caiu de 5,36 litros de água para 2,4 litros - índice que é referência mundial na indústria de bebidas. E mais de 70% das cervejarias localizadas em áreas de alto risco hídrico já alcançaram resultado de 2hl por hl de cerveja produzida, meta também estabelecida para 2025.

Redução da intensidade do consumo de água 2002-2020 - Em hectolitro de água para hectolitro de bebida

Em 2020, superamos a meta estabelecida para 2025, que era de 2,5l de água a cada litro de cerveja produzida.



Lideramos as discussões na sociedade sobre segurança hídrica e trabalhamos de forma colaborativa com instituições e governos pela preservação e recuperação desse recurso.

A água utilizada em nossas operações industriais é retirada de três fontes: água de superfície, água subterrânea e de terceiros. Respeitamos os volumes e as características de lançamento conforme definido pelos órgãos competentes, considerando limites para não causar impactos significativos nos recursos hídricos.

O lançamento de efluentes é definido conforme legislação de cada Estado e país em que operamos, respeitando a normatização estabelecida pela agência ambiental competente, e tem monitoramento contínuo. Em relação à qualidade de água dos rios onde lançamos os efluentes tratados, fazemos o acompanhamento antes e depois do lançamento para assegurar que a qualidade do rio se mantenha ou melhore. O volume de água consumido é mensurado diariamente por meio de medidores calibrados, e cada unidade tem uma meta mensal a ser cumprida.

Para avaliar o risco hídrico, utilizamos a metodologia global ABI, que considera a situação atual e uma visão futura por operação.

Além de analisar a qualidade e a disponibilidade de água nas captações, são observados também

questões regulatórias e o contexto local de acesso à água. Atualmente, sete operações no Brasil, três na Bolívia e uma na Argentina são classificadas como de alto risco.

Nossa política de meio ambiente conta com um pilar específico de efluentes que tem diretrizes internas, parâmetros de monitoramento e controle de processos da ETEI para garantir maior estabilidade e performance do tratamento. Medidores de vazão auxiliam no gerenciamento do consumo de água por departamentos, visando subsidiar o trabalho de eficiência hídrica e ações de *benchmark* contribuem para nosso aprimoramento contínuo.

Estabelecemos metas internas de redução de consumo de água e externa de melhorar a qualidade e a disponibilidade de água em 100% das nossas comunidades em áreas de alto risco hídrico até 2025. Para essa meta, desenvolvemos trabalhos com a comunidade, ONGs, setor público e privado para que possamos trabalhar juntos em prol da segurança hídrica, do acesso à água e na conservação das bacias hidrográficas.

Captação total de água (em megalitros)

| Captação total de água (em megalitros) | 2019 | 2020 |
|--|------------------|------------------|
| Água da superfície | 17.546,23 | 18.231,07 |
| Água subterrânea | 13.131,61 | 23.660,47 |
| Água do mar | 0,00 | 0,00 |
| Água produzida | 35.038,98 | 0,00 |
| Água de terceiros | 4.361,14 | 4.713,09 |
| TOTAL | 70.077,96 | 46.604,63 |

Áreas com estresse hídrico

| | | |
|--------------------|----------|----------|
| Água da superfície | 9.353,25 | 9.709,98 |
| Água subterrânea | 2.831,23 | 3.915,18 |

Descarte de água

| | | |
|--------------------|-----------|-----------|
| Água da superfície | 22.287,92 | 29.317,28 |
|--------------------|-----------|-----------|

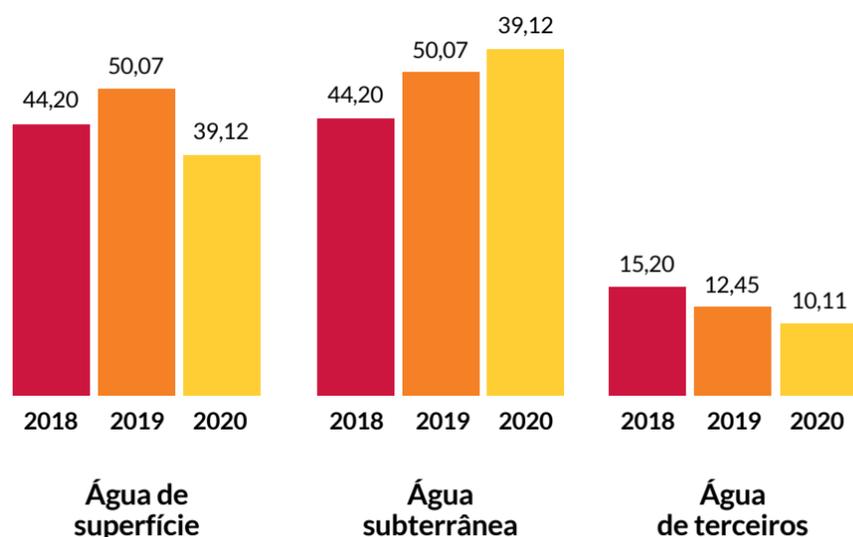
Água de terceiros e o volume desse total enviado para uso em outras organizações

| | | |
|--|--------|-----------|
| | 914,79 | 16.648,95 |
|--|--------|-----------|

Descarte em áreas de estresse hídrico

| | | |
|-----------|----------|----------|
| Água doce | 8.954,16 | 8.501,99 |
|-----------|----------|----------|

Percentual de água retirada por fonte (%)



A Coalizão Cidades pela Água – ação coletiva liderada pela The Nature Conservancy Brasil (TNC), da qual somos âncora – também atua no Programa Bacias & Florestas e tem sido fundamental para o sucesso do projeto. A TNC trabalha com agricultores que moram no entorno de fontes ou nascentes importantes e que recebem incentivos financeiros do PSA. No primeiro ciclo foram alavancados mais de R\$ 20 milhões.

Onde atuamos

São seis bacias hidrográficas espalhadas em diferentes regiões do Brasil

Três projetos desenvolvidos por nós têm como meta melhorar a qualidade e a disponibilidade de água em todas as nossas comunidades em áreas de alto risco hídrico até 2025, apresentados a seguir:

Programa Bacias & Florestas

Celebrando o seu 10º aniversário em 2020, o Programa Bacias & Florestas atua na restauração e na conservação de solo e florestas em áreas prioritárias para recarga de mananciais e preservação da qualidade de água das bacias hidrográficas. Por meio do engajamento dos usuários da bacia, o programa elabora um plano conjunto para a conservação e restauração da

bacia hidrográfica e leva informações técnicas de conservação, educação ambiental e restauração ecológica aos parceiros e comunidade local.

O projeto alavanca recursos para práticas de conservação e restauração da natureza com o uso de espécies nativas de árvores, tendo apoiado nos últimos 10 anos a conservação de mais de 10.000 hectares e mais de 700 hectares de nascentes e matas ciliares em restauração florestal. Ao recuperar fragmentos florestais e corredores ecológicos, também contribui para a biodiversidade local.

O Programa Bacias & Florestas fomenta, ainda, o Pagamento por Serviços Ambientais (PSA) –

um instrumento econômico do governo, previsto em lei, que oferece incentivo financeiro aos produtores rurais que se comprometem com práticas de conservação em sua propriedade, por meio de uma parceria com a TNC (The Nature Conservation) em Jaguariuna, Jundiá e Jacareí (SP), Rio Claro (RJ), Anápolis (GO) e Mendonza (Argentina), e com a WWF (World Wildlife Fund), em Sete Lagoas (MG).

Em 10 anos de projeto, o programa conseguiu recuperar mais de 10 mil hectares de vegetação – o equivalente a mais de 12 mil estádios do Maracanã – e já plantou cerca de 1,8 milhão de árvores.



SAVEh

A plataforma gratuita on-line SAVEh (Sistema de Autoavaliação de Eficiência Hídrica) compartilha conhecimento e ferramentas de gestão desenvolvidas durante mais de 20 anos para que empresas de todo o Brasil possam replicar as boas práticas de gestão de recursos hídricos e, assim, reduzir seu consumo de água.

Com o conhecimento compartilhado, além de contribuir com a preservação da água, as empresas têm uma redução nos custos de produção e um aumento da competitividade e da segurança hídrica, garantindo a solidez da cadeia produtiva e a manutenção de empregos.

Ao se cadastrar na plataforma, a empresa pode criar relatórios customizados e acompanhar indicadores para melhorar o seu desempenho e garantir uma gestão hídrica cada vez mais eficiente. Para conhecer, acesse: <https://saveh.ambev.com.br/>.

Com a AMA, unimos consumidores e comunidades em torno de uma mesma causa de grande impacto social: garantir o acesso à água a quem precisa.

Para conhecer, acesse: <https://www.ambev.com.br/ama/>

AMA

Criada com o objetivo de transformar a realidade de milhares de pessoas que não têm acesso à água, a AMA é o primeiro negócio social de uma grande empresa no Brasil. Tendo a transparência como um de nossos valores, todo o lucro obtido com venda da AMA é revertido a projetos que levam água potável a comunidades do semiárido e de periferias urbanas do Brasil.

Para garantir o acesso à água no longo prazo, além do recurso destinado a esses programas locais, é oferecido um suporte de inteligência e capacitação. Como exemplos de projetos apoiados estão a perfuração de poços profundos; a revitalização de sistemas de distribuição que estavam inoperantes; e a construção de cisternas em escolas.

As águas AMA são vendidas em quatro versões: garrafas plásticas de 500 ml e de 1,5l, e em latas de 350 ml nas opções com e sem gás, 100% recicláveis. Fomos a primeira empresa a lançar água em lata no Brasil. Os produtos já arrecadaram mais de R\$ 5,9 milhões de lucro, que foram revertidos para 57 projetos de acesso à água potável, beneficiando mais de 50 mil pessoas do semiárido, além de mais de 200 mil pessoas de quase 50 comunidades localizadas em periferias urbanas no país.



Quando você bebe AMA, você ajuda a levar água para quem não tem.



Revertemos 100% do lucro das vendas de AMA para projetos sociais.



Esse lucro é usado para, juntos, promovermos o acesso à água potável no Brasil.

#água por um mundo melhor

Somos signatários do CEO Water Mandate, da ONU, e do Compromisso Empresarial Brasileiro pela Segurança Hídrica, iniciativa do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que tem como metas: ampliar a inserção do tema água na estratégia de negócios; mitigar os riscos da água para o negócio; medir e comunicar publicamente a gestão de água da empresa e incentivar projetos compartilhados em prol da água; contribuir com tecnologias, conhecimentos, processos e recursos humanos e promover o engajamento da cadeia.

Água potável para comunidades

GRI 303-1

Acreditamos que se deixarmos para encarar o problema da escassez hídrica mais para a frente, poderá ser tarde demais. Então, arregaçamos as mangas e lideramos essa discussão na sociedade. Com o apoio da ciência e da tecnologia, desenvolvemos soluções que também ajudem a garantir água potável em comunidades que não têm esse recurso.

No Chile, por exemplo, estamos desenvolvendo um projeto que nos orgulha muito. O país ocupa a 18ª posição no ranking de nações afetadas por alto estresse hídrico, de acordo com uma pesquisa realizada em 2019 pelo World Resources Institute.

Quilicura, onde está localizada a única cervejaria do grupo no Chile, é uma das regiões do país que sofrem com problema de abastecimento de água. Em parceria com a Plasma Waters, criamos um projeto que utiliza a tecnologia

Plasma Water Sanitation System (PWSS), equipamento portátil de solução modular que fornece água segura para locais vulneráveis e elimina 100% de vírus e bactérias na água que é obtida por diferentes fontes, garantindo acesso permanente, sustentável e financeiramente acessível a água limpa. A unidade portátil do PWSS tem capacidade de produção de 5 mil litros de água por dia. O projeto é constituído de 7 unidades portáteis, com localização dentro de comunidades priorizadas de acordo com a necessidade para acesso à água potável.

Além de levar água para a região, o projeto também faz o monitoramento por meio de indicadores sociais e econômicos e promove workshops para a população sobre gestão e uso eficiente do recurso, preparando-a para assumir a gestão do projeto e garantir a sustentabilidade da iniciativa.

Áreas protegidas

GRI 103(304), 304-2, 304-3, 304-4

Há 25 anos, desenvolvemos iniciativas para contribuir com a sociedade e o meio ambiente. Ano após ano, temos agido com uma consciência ainda maior de que somos parte de um ecossistema mais amplo, de uma cadeia da qual precisamos cuidar. Esse compromisso está em todo o processo, desde a preservação de áreas que estão sob nossa influência até o descarte das embalagens de nossos produtos. Mais do que cumprir obrigações previstas em lei, queremos ajudar o mundo a ser mais sustentável e justo.

Parte do terreno da nossa unidade operacional de Guarulhos está localizada em uma Área de Preservação Ambiental (APA), integrando as Áreas Protegidas e de Interesse Ambiental do Estado de São Paulo – SIGAP. Essa região faz

parte da Zona de Amortecimento Setor 3 (sul) do Parque Estadual de Itaberaba, Unidade de Conservação da Natureza de Proteção Integral, e em Zona de Amortecimento da Floresta Estadual de Guarulhos, Unidade de Conservação da Natureza de Uso Sustentável, ambas criadas pelo Decreto Estadual nº 55.662, de 2010.

Devido a essa condição, a unidade de Guarulhos, que produz cervejas e chopes, conta com todas as medidas de controle e contenção ambiental para evitar impactos de sua atividade.

Juntamente com o zoológico local e o parque do Itaberaba, participamos do programa de reintrodução de espécies de fauna, sendo que 14 espécies são consideradas ameaçadas de extinção.

Áreas de preservação

GRI 304-1

| Unidades | Área total | Área usada | Valor para a biodiversidade |
|-----------|--------------------------|-----------------------|---|
| Guarulhos | 8.479.750 m ² | 66.716 m ² | Biodiversidade e recursos hídricos (ecossistema terrestre e de água doce) |

Agricultura sustentável

Depois da água, as principais matérias-primas que compõem nosso processo produtivo vêm da agricultura. Além de água, malte e lúpulo, que são os principais ingredientes da cerveja juntamente com a levedura, frutas e raízes, condimentos, plantas, flores e sementes também integram as receitas. Os açúcares, por sua vez, são gerados do milho, do arroz, do trigo e do centeio.

Há uma infinidade de receitas e, por isso, dependemos de safras agrícolas para produzir bebidas. Uma das nossas preocupações nesse sentido é não utilizar alimentos transgênicos. Mas, além de garantir que os insumos sejam de qualidade, eles precisam ter um processo de produção sustentável. Para isso, desenvolvemos projetos de capacitação com os produtores para que eles possam melhorar o rendimento de seus grãos e administrar os recursos naturais, como solo e água, de forma sustentável. Estamos empenhados em ajudar a impulsionar a transformação sustentável na agricultura e assim assegurar as cadeias de fornecimento, melhorar os meios de subsistência dos agricultores e fortalecer os ecossistemas naturais. Tanto que nossa meta de sustentabilidade é ter 100% dos nossos agricultores capacitados, conectados e com estrutura financeira até 2025. Esse trabalho de desenvolvimento e capacitação é desenvolvido por meio de três frentes:



○ Qualidade da matéria-prima

Fornecemos grãos desenvolvidos por nosso time de pesquisa ou por empresas parceiras. Há mais de 30 anos, trabalhamos em parceria com a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) para incentivar o cultivo de cevada no Brasil. Com o aperfeiçoamento gradual, almejamos melhorar o plantio de cevada em 7% até 2025, para aliar maior qualidade com o mínimo de impacto ambiental.



○ Protocolo de boas práticas

Desenvolvemos um protocolo técnico que contempla indicação de datas para plantio e colheita, fertilização e controle de doenças, o que melhora o manejo, otimizando a produção e minimizando o uso de recursos naturais. Outra prática incentivada é a redução do uso de defensivos, que tem como pano de fundo as inovações conquistadas por nossa equipe do Laboratório do Colorado, nos Estados Unidos, bem como inovações apresentadas pelas startups aceleradas pela nossa Aceleradora 100+ de sustentabilidade.



○ Time de especialistas

Com visitas técnicas periódicas, uma equipe de campo formada por agrônomos, fitopatologistas, profissionais de qualidade

e eficiência assessoram e aperfeiçoam a gestão dos produtores. Um exemplo disso é o Dia do Campo, promovido anualmente pela Ambev no Rio Grande do Sul, que compartilha com agricultores as melhores práticas para a produção de cevada.

Com o aplicativo SmartBarley, que conectou agricultores de todo o mundo, a conexão e a troca de experiências ficaram ainda mais fortalecidas. A ferramenta ajuda os agricultores a resolver desafios e a melhorar sua produtividade e desempenho ambiental, ao apresentar, por exemplo, características do solo da região e performance da lavoura. Além disso, os produtores podem avaliar seu progresso e compartilhar as melhores práticas por meio dessa rede global que tem 500 produtores cadastrados no Brasil, 562 na Argentina e 678 no Uruguai.

Em 2020, alcançamos ou superamos os objetivos anuais da Meta 2025 para agricultura sustentável. A única exceção foi o item “Conectados” na Argentina, que chegou a 99%. Por outro lado, no Brasil e no Uruguai, houve resultados que representaram mais do que o dobro ou o triplo das metas estipuladas.

Meta 2025 – resultados 2020

| | Brasil | LAS | CAC | CANADÁ | AMBEV | META 2025 | STATUS 2020 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|-------------|
| Gestão da água | | | | | | | |
| Bacias hidrográficas e Florestas (Locais de alto risco em fase de implementação conforme Plano de 7 etapas) | 71,0% | 0,0% | 0,0% | - | 33,3% | 100,0% | Encaminhado |
| Ação climática | | | | | | | |
| Energia sustentável (% da energia total contratada) | 65,0% | 66,7% | 0,0% | 42,3% | 38,8% | 100,0% | Melhor |
| Emissão de GEE - Intensidade (kg Co ₂ e/HI) (% redução das emissões CO ₂ vs, baseline (2017); Escopo 1, 2 e 3) | -4,2% | -25,8% | -48,8% | 25,3% | -9,6% | -25,0% | Abaixo |
| Emissão de GEE - Intensidade (kg Co ₂ e/HI) (% redução das emissões CO ₂ vs, baseline (2017); Escopo 1 e 2 - Operações próprias) | -34,4% | -37,0% | -52,6% | 132,8% | -23,1% | - | - |
| Embalagem circular | | | | | | | |
| Vidro (% de vidro reciclado utilizado na garrafa de vidro) | 47,7% | 58,8% | 43,6% | 49,0% | 47,0% | ≥ 50,1% | Melhor |
| Alumínio (% de alumínio reciclado utilizado na lata) | 75,0% | 75,0% | 47,1% | 71,0% | 73,8% | ≥ 50,1% | Melhor |
| Plástico (PET) (% de PET reciclado utilizado na embalagem plástica) | 45,0% | 5,7% | 1,2% | 0,0% | 32,7% | ≥ 50,1% | Melhor |
| Agricultura sustentável | | | | | | | |
| Produtores qualificados | 55,0% | 49,0% | - | - | 54,0% | 100,0% | Melhor |
| Produtores conectados | 67,0% | 54,0% | - | - | 65,0% | 100,0% | Melhor |
| Produtores financeiramente capacitados | 87,0% | 100,0% | - | - | 88,0% | 100,0% | Melhor |

Para tudo isso acontecer, contamos com parceiros e com a Agtech, que, por meio de tecnologia e inovação, ajudam a explorar novas percepções que combinem dados em nível de campo coletados pelo próprio SmartBarley com outras fontes de dados, como dados históricos de clima e solo e imagens de culturas.

Outro tema importante que está diretamente ligado à sustentabilidade das lavouras é a estrutura financeira. Para contribuir nesse aspecto, temos um projeto de seguro agrícola, que reduz os riscos financeiros no plantio dos produtores parceiros e adota políticas de incentivo à plantação de cevada por região. Oferecemos subsídios às sementes, financiamento de fertilizantes, garantias de compra da cevada cervejeira antes do plantio e, também, a opção de compra da cevada forrageira, mesmo quando a safra não tem a qualidade necessária para ser usada na produção de bebidas. Nesses casos, direcionamos os insumos para empresas de outros setores que conseguem aproveitar a colheita.

Ainda ajudando os produtores nesse aspecto, o projeto Radar reúne informações de dados climáticos, coletados em diversas estações, que possibilitam uma tomada de decisão preventiva no manejo do cultivo, permitindo aos agricultores o aumento no lucro em decorrência da otimização de recursos, além de favorecer um sistema de produção mais sustentável, com menos perdas.

Toda a cevada obtida com mais de 2.400 produtores abastece as seis maltarias que mantemos na América Latina, duas no Rio Grande do Sul (Maltaria Navegantes, em Porto Alegre, e Maltaria Passo Fundo), duas no Uruguai (Cympay, em Paysandu, e MUSA, em Nueva Palmira) e duas na Argentina (Maltaria Pampa, em Puan, e Maltaria Tres Arroyos). A Argentina se tornou, nos últimos anos, o principal exportador de cevada e malte da região: uma em cada quatro cervejas vendidas por nós no mundo é feita com cevada da Província de Buenos Aires.



Cultivo do guaraná

Em Maués, no Amazonas, cidade que se tornou globalmente conhecida como o berço do guaraná, temos contribuído com o desenvolvimento local por meio de pesquisas e incorporação de novas tecnologias na cultura do fruto, que ajudam as plantas a ficarem mais resistentes e sustentáveis e se tornem mudas. Como a economia do município gira em torno do guaraná, temos investido em treinamentos, consultorias e assistência técnica periódica para uma produção sustentável. Com o uso de mudas, o ecossistema do guaraná ganhou mais força e eficiência, pois minimizou as perdas com sementes que não vingavam. Com isso, é possível gerar mais mudas e doá-las às populações ribeirinhas. São doadas, ao ano, cerca de 50 mil mudas para mais de 100 famílias de produtores locais, beneficiando mais de 500 pessoas.

A Fazenda Santa Helena, local onde desenvolvemos as melhores técnicas para o cultivo de guaraná desde 1971, é considerada o maior berço de guaraná para todo o mundo. A fazenda possui 1070 hectares, sendo que 20% é destinado à plantação do guaraná e 80% é área de preservação ambiental. Além de beneficiar o meio ambiente, os esforços também já se expressam nos números: a taxa de produtividade aumentou 140% na última década em relação à primeira. Todo o trabalho é baseado na agricultura familiar, é 100% manual e envolve mais de mil famílias.

Uma rede de parceiros, criada em 2019, tem atuado em Maués com o objetivo de melhorar a qualidade de vida da população da cidade. Grupos de trabalho promovem atividades relacionadas com a Educação, Turismo, Produção Sociocultural e Produção Sustentável, para que a comunidade se desenvolva, valorizando sempre sua cultura e biodiversidade. A iniciativa recebe o apoio técnico do Idesam, organização que trabalha há mais de 15 anos com projetos socioambientais na Amazônia e teve os seguintes resultados em 2020:

- 53% de melhoria de renda aos agricultores em comercialização direta com a Ambev;
- 337 produtores em comercialização direta com a Ambev e processos de rastreabilidade;
- 12 organizações em comercialização direta com a Ambev e processos de rastreabilidade;
- 3 produtos sustentáveis de origem amazônica apoiados;
- 25 grupos capacitados ou que participaram de atividades ou processos práticos;
- 900 produtores com potencial para receber o selo de IG (Indicação Geográfica).





Incentivo à produção de lúpulo no Brasil

Demos um passo importante em 2020 com um projeto-piloto chamado Hildegarda, desenvolvido em Lages, Santa Catarina, que incentiva a produção de lúpulo em território nacional, um dos principais ingredientes da cerveja. Por se adaptar melhor a climas frios com alta incidência solar, o cultivo do lúpulo é mais comum em países como República Tcheca, Alemanha, EUA, Argentina, África do Sul e Nova Zelândia. Por isso, sempre importamos esse ingrediente. O projeto, no entanto, realizado na Fazenda de Lúpulo Santa Catarina, incentiva o desenvolvimento da agricultura local e conta com um viveiro e uma lavoura experimental de um hectare, com as variedades Chinook, Cascade, Comet e Nugget, para testes de manejo.

Uma das etapas do projeto consiste em construir uma planta-piloto para o processamento de lúpulo, onde as plantas fornecidas pelos produtores serão beneficiadas e transformadas em pellets prontos para uso. Além da doação de mudas e o acesso ao viveiro, os pequenos produtores vão receber todo o suporte sobre técnicas de excelência de cultivo de lúpulo, dadas as condições de clima e solo do país.

Cervejas locais

Com o intuito de garantir uma fonte de renda sustentável para agricultores familiares, investimos no lançamento de cervejas locais que valorizam o ingrediente e a cultura da região. Nossa, de Pernambuco, Legítima, do Ceará, Magnífica, do Maranhão, e Esmera, de Goiás, lançada no fim de 2020, são produzidas à base de mandioca. Já Berrió do Piauí, também lançada em 2020, tem como um dos principais ingredientes o caju.

Com esse projeto, toda a cadeia é beneficiada: do agricultor até o consumidor. Produzidas dentro do Estado, com parte dos insumos locais, as marcas chegam a um preço muito acessível para o consumidor. Ao todo, mais de 7.300 famílias de agricultores e outros trabalhadores são beneficiadas com esses cinco rótulos.

Na Bolívia, a grande novidade do ano foi a Chicha Taquiña, uma bebida leve e refrescante, típica da região da Cochabamba, que tem como ingrediente principal o milho. Nos próximos três anos, nos comprometemos a comprar mais de 14 mil toneladas de milho de duas mil famílias agricultoras, contribuindo com o desenvolvimento socioeconômico local e ajudando a manter vivas as tradições.



Mudanças climáticas

GRI 103(305), 201-2

As mudanças climáticas são um dos maiores desafios desta era e uma questão urgente que o planeta enfrenta, desestabilizando sociedades e ecossistemas. Sabemos do nosso papel em colaborar para potencializar o crescimento sustentável dos negócios e, para tanto, desenvolvemos ações que diminuem nosso impacto ambiental.

Temos uma preocupação crescente de que o dióxido de carbono e outros gases de efeito estufa na atmosfera possam ter um impacto adverso nas temperaturas globais, nos padrões climáticos e na frequência e severidade de climas extremos e desastres naturais. No caso de tal mudança climática ter um efeito negativo sobre a produtividade agrícola, podemos estar sujeitos à diminuição da disponibilidade ou preços menos favoráveis para certas commodities agrícolas que são necessárias para nossos produtos, como cevada, lúpulo, açúcar e milho.



Além disso, as expectativas públicas de reduções nas emissões de gases de efeito estufa podem resultar no aumento dos custos de energia, transporte e matéria-prima e podem exigir que façamos investimentos adicionais em instalações e equipamentos devido ao aumento das pressões regulatórias. Como resultado, os efeitos das mudanças climáticas podem ter um impacto adverso relevante de longo prazo em nossos negócios e resultados operacionais.

Temos por meta que, até 2025, 100% da nossa eletricidade seja proveniente de fontes renováveis. Também assumimos o compromisso de reduzir 25% das emissões de carbono em toda a nossa cadeia de valor - isso significa o mesmo que tirar quase um milhão de carros da estrada todos os anos.

Nossa jornada pelo clima, dentro das operações, se iniciou há mais de 20 anos, com a introdução de rotinas voltadas para eficiência energética e mudança de matriz energética em nosso processo produtivo. A base para diminuir a emissão de gases agravantes do efeito estufa do modelo de gestão é focada na redução de consumo de energia por unidade de produção, com medição por área e definição de metas

por departamento que garantem a melhoria contínua em nossas rotinas voltadas para eficiência energética, como por exemplo a integração entre o planejamento de produção e a otimização dos recursos. Também contamos com uma gestão de manutenção que potencializa a eficiência máxima dos equipamentos, fomentando a inovação e melhorias contínuas nos processos. Desde então, já reduzimos em mais de 60% a emissão de carbono em nossas cervejarias no Brasil.

Somado a isso, instalamos as primeiras caldeiras a biomassa há quase 20 anos, que hoje representam uma grande parcela da nossa matriz calorífica. Substituímos a utilização de óleo de fonte fóssil por óleo vegetal em todas as operações brasileiras e reaproveitamos o biogás gerado em nossas Estações de Tratamento de Efluentes para produção energética, avançando no estabelecimento de uma matriz cada vez mais renovável. Estamos convergindo para esse objetivo também por meio de programas de logística verde e inovação em toda a nossa cadeia de fornecimento, os quais relatamos a seguir.



Gestão de energia

GRI 103(302), 302-1, 302-3, 302-4

Em 2020, demos continuidade aos nossos investimentos em energias renováveis - uma prioridade nossa. Internamente, parte da energia elétrica é gerada na própria Ambev, por meio da utilização de gás natural, que reduz o custo da compra de energia e garante confiabilidade à operação. Estamos sempre buscando alternativas para substituir combustíveis fósseis e eletricidade por fontes renováveis, como óleo vegetal, biomassa e biogás. O óleo BPF já foi substituído por óleo vegetal, de origem renovável, e a matriz energética conta com caldeiras para gerar vapor e trabalhar fontes como biomassa e biogás.



Consumo de energia dentro da organização – Em megajoules (MJ)

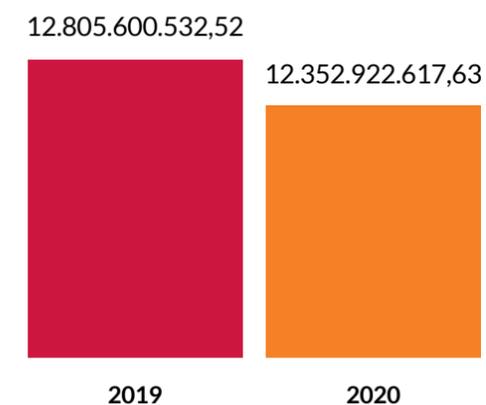
GRI 102-48, 302-1

| | 2019 | | 2020 | |
|--|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | Brasil | SAZ* | Brasil | SAZ |
| Fontes não-renováveis | | | | |
| Energia elétrica comprada | 3.210.983.714,41 | 4.101.032.283,80 | 3.394.797.405,67 | 3.394.797.405,67 |
| Energia elétrica gerada (gás natural) | 184.315.151,02 | 184.315.151,02 | 99.703.674,51 | 99.703.674,51 |
| Gás natural comprado | 2.977.825.519,51 | 4.442.578.267,56 | 2.930.625.439,47 | 2.930.625.439,47 |
| Vapor comprado (gás natural) | 611.092.061,77 | 611.092.061,77 | 627.533.140,62 | 627.533.140,62 |
| Total | 6.984.216.446,7 | 9.339.017.764,15 | 7.052.659.660,27 | 7.052.659.660,27 |
| Fontes renováveis | | | | |
| Biogás | 71.863.096,4 | 74.571.319,88 | 52.398.466,01 | 81.146.473,14 |
| Biomassa comprada | 1.983.272.806,8 | 2.160.455.883,47 | 1.512.287.287,03 | 1.560.273.703,79 |
| Energia elétrica – Biogás | - | - | 6.034.371,66 | 6.034.371,66 |
| Energia elétrica comprada | - | - | - | 651.812.647,44 |
| Óleo vegetal comprado (BR) / FuelOil (ABC) | 340.094.337,46 | 605.793.892,87 | 336.345.484,44 | 336.345.484,44 |
| Vapor comprado | 340.094.337,5 | 625.761.672,15 | 574.913.233,21 | 574.913.233,21 |
| Total | 3.020.991.912,9 | - | - | 2.552.678.894,58 |
| Consumo de eletricidade | 4.285.347.434,82 | 4.285.347.434,82 | 4.438.691.878,48 | 4.438.691.878,48 |
| Consumo de aquecimento | 8.520.253.097,7 | 2.840.821.096,22 | 7.832.998.784,78 | 2.297.598.578,64 |
| Consumo de vapor | 1.236.853.734 | 1.236.853.733,92 | 1.202.446.373,83 | 1.202.446.373,83 |

*SAZ: área formada pelo Brasil e outros cinco países da América do Sul (Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai e Uruguai)

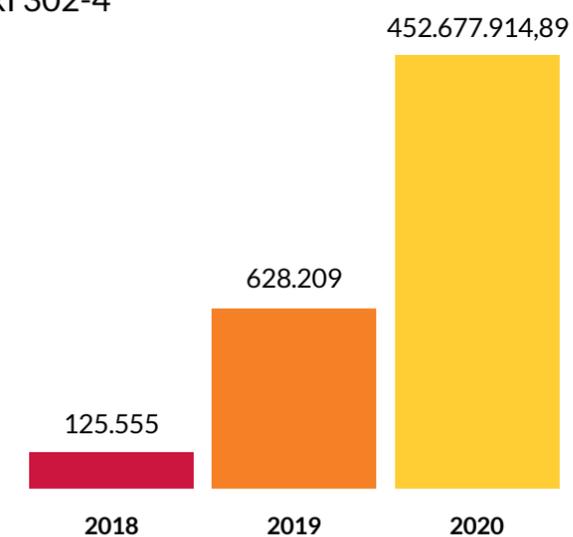
Nota: série 2019 revisada

Consumo total de energia dentro da organização – Brasil



Redução do consumo de energia total por hectolitro de bebida – Em GJ

GRI 302-4



O consumo de energia reduziu em 4% ano contra ano, mesmo com o crescimento de 4% no volume produzido. Esse resultado indica o sucesso das ações de eficiência energética da Ambev.

Energia renovável

GRI 201-2

Em uma área de 1.600 hectares, na Bahia, estamos construindo um parque eólico com potência superior a 80 MW para ser usado na produção das cinco fábricas que produzem Budweiser no Brasil. Com isso, a produção e a distribuição de Budweiser e demais marcas produzidas nessas cervejarias serão feitas com energia 100% limpa até 2022. Deixaremos de emitir 20 mil toneladas de dióxido de carbono (CO₂) por ano, o equivalente à retirada de circulação de 35 mil carros das ruas no mesmo período.

Contratamos a construção de parques solares para que adicionem capacidade no grid para alimentar as nossas cervejarias. A partir de 2023, teremos mais de 90% de nossas operações abastecidas por energia renovável.

Também estamos construindo 48 usinas solares no Brasil. A ideia é que elas forneçam energia para abastecer 100% dos nossos centros de distribuição no país. Em parceria com as startups Lemon Energia e Stella GD, estamos fornecendo aos pequenos e médios pontos de venda acesso à créditos de energia solar que ajudam a reduzir suas faturas de energia, normalmente a maior das despesas desses pequenos negócios, enquanto também reduzem as suas respectivas pegadas de carbono. Com isso, 810 mil toneladas de CO₂ deixarão de ser emitidas por ano.

Na Argentina, a Quilmes inaugurou, em 2020, o Parque Eólico Budweiser, em Achiras, Córdoba, e vem transformando a matriz energética da empresa, cujas cervejarias já operam com 100% de energia renovável. O parque tem capacidade para alimentar 10 fábricas de cerveja e refrigerantes, duas maltarias e uma fábrica de tampas. Com isso, há uma redução de 25% na emissão de CO₂ da empresa ao ano, o equivalente a retirar 500 mil carros das ruas.

No Chile, somos a primeira empresa do setor a conquistar o Selo Verde Enel Green Power Chile, que reconhece nossa redução do impacto ambiental nas operações, com a implementação de um sistema que garante 100% de energia limpa, proveniente da usina solar Diego de Almagro, localizada no deserto do Atacama. Serão 19.200 MWh por ano de energia solar que abastecerá as instalações da empresa, o equivalente ao consumo de 6.400 domicílios por ano.

Na República Dominicana e no Panamá, os principais centros de distribuição terão seus próprios painéis solares para operar 100% com energia renovável. Essas migrações para energia solar, somada à migração de nossa frota para veículos elétricos, fecharão o ciclo, uma vez que os veículos serão recarregados com energia renovável nos nossos centros de distribuição.



Veículos elétricos

Até 2023, metade de nossa frota será composta de veículos elétricos. Esse compromisso é suportado por diversas parcerias, como a da Volkswagen, com o desenvolvimento do primeiro caminhão 100% elétrico da América Latina, e a FNM, startup acelerada pela Aceleradora 100+ e com quem firmamos um modelo de negócio que envolve não só energia limpa, mas alta tecnologia embarcada para auxiliar na nossa gestão e no dia a dia do motorista.

Os caminhões serão 100% alimentados pela energia solar dos centros de distribuição, com sistemas inteligentes para otimizar o uso da bateria e recuperação de energia durante a frenagem, além de serem zero ruído, contribuindo para a redução da poluição sonora nas cidades.

No Chile, em parceria com a Iveco, 40% da frota primária da empresa será a gás, com isso, chegaremos a uma redução de 30% de emissão de CO₂ por quilômetro rodado. E, nas plantas industriais brasileiras, no ano, substituímos 18% de nossas empilhadeiras por modelos elétricos, sendo que até 2024 toda a frota será trocada.

Conhecimento

Compartilhar conhecimento e ajudar empresas a reduzirem o seu consumo de energia é também uma ação importante para que possamos combater as mudanças climáticas. Para isso, a exemplo de SAVEh, desenvolvemos em parceria com a Schneider Electric, o SAVEe (Sistema de Autoavaliação de Eficiência Elétrica) – plataforma criada com foco em redução do consumo e aperfeiçoamento da gestão de energia. Por meio dela, empresas que utilizam energia elétrica no seu processo produtivo ou na execução da prestação de serviços podem receber orientações e uma consultoria on-line.

Recapeamento dos refrigeradores

Desenvolvemos um projeto de recapeamento de refrigeradores que alonga a vida útil dos equipamentos que já não estavam funcionando no mercado, fazendo uma manutenção extensiva dos componentes dos coolers, reutilizando grande parte dos materiais desde 2008.

Com isso, foram evitadas a compra de quase 753 mil unidades de condensadores, evaporadores e gabinetes com a reutilização desses componentes, que são provenientes de matérias-primas como cobre, alumínio e ferro – um total de quase 48.000 ton CO₂ e que deixamos de emitir.

Materiais dos componentes reutilizados

Cobre: 314 ton



Equivale à 566.073 medalhas olímpicas ou 174k coolers

934 tonCO₂e

Alumínio: 172 ton



Equivale ao descarte de latinhas em 11 edições de carnaval em São Paulo ou 246k coolers

1.680 ton CO₂e

Ferro: 19.553 ton



Equivale à 2,6 Torre Eiffel ou 300k coolers

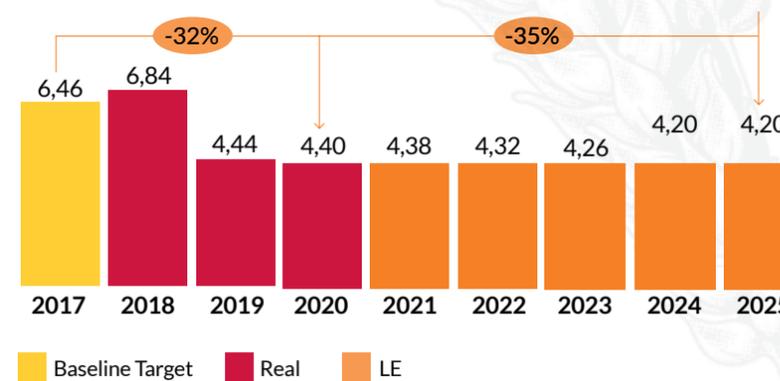
45.363 tonCO₂e

Eco coolers

Em parceria com a Metalfrio, desenvolvemos um projeto que reduz o consumo de energia, diminui despesas operacionais e elevam a performance do ponto de venda. Com isso, o consumo energético da SAZ caiu 32% nos últimos dois anos, sendo que a meta é chegar a 35% até 2025. Os eco coolers, como são chamados, possuem sensores nos equipamentos que identificam os horários de funcionamento do ponto de venda e acionam o modo *stand by* quando não há movimento, desligando as luzes internas e otimizando o sistema de refrigeração. O ventilador é um dos grandes responsáveis pelo consumo de energia do refrigerador. Com essa tecnologia, além da economia de energia no ponto de venda, aumenta a vida útil do sistema de refrigeração.

Desde 2019, todos nossos coolers novos já possuem essas tecnologias descritas, e elas também estão sendo implementadas nos coolers recapeados neste período de tempo.

Redução de CO₂e/hL com os eco coolers



Emissões

Todas as nossas cervejarias, refrigeranteiras e operações verticalizadas preparam, anualmente, um inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) que é enviado ao Centro de Engenharia da Companhia, para consolidação do nosso inventário de emissões. O inventário é feito com base no padrão da ISO 14064 e do

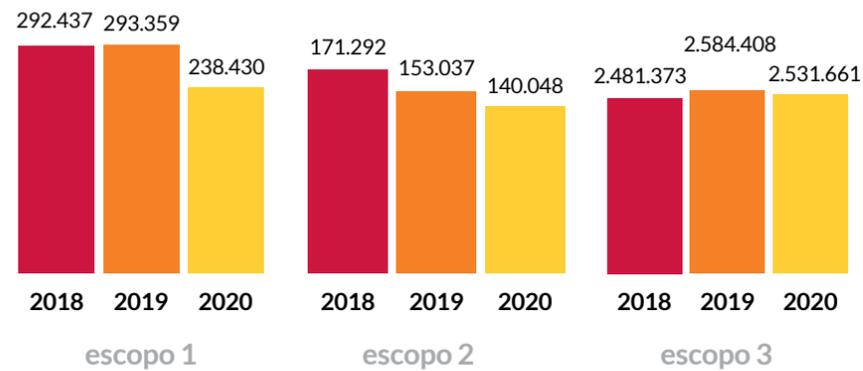
Programa Brasileiro do GHG Protocol. O inventário global (AB InBev) consolida os dados e as informações das unidades, que posteriormente é auditado pela KPMG. Integram nosso inventário os seguintes gases: CO₂, SF₆, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs e NF₃.

Em 2020, mantivemos estabilidade no nosso volume de emissões, apesar do crescimento da produção. Com isso, seguimos reduzindo a intensidade das emissões por hectolitro de bebida, que caiu em todas as regiões em que atuamos, exceto o Canadá.

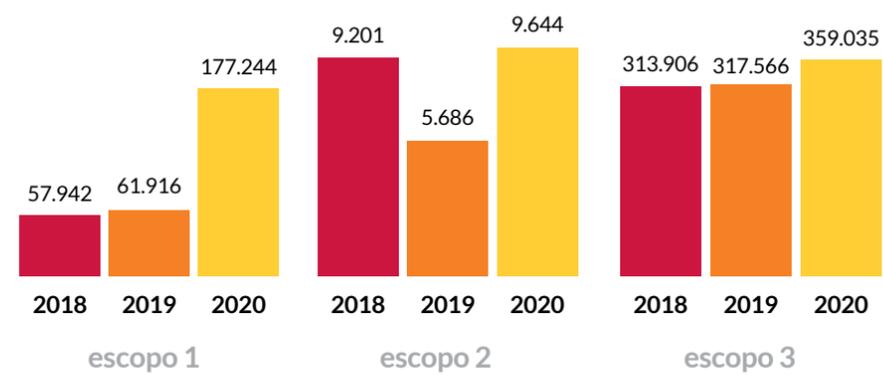
Emissões de gases de efeito estufa - Em toneladas de CO₂e

GRI 305-1, 305-2, 305-3

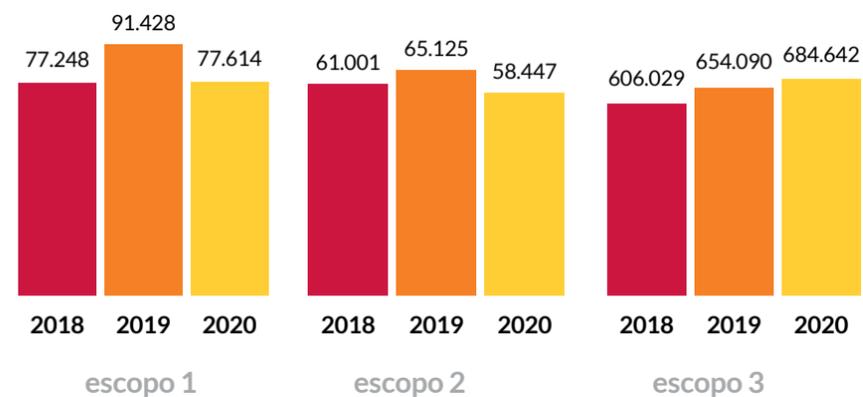
Brasil



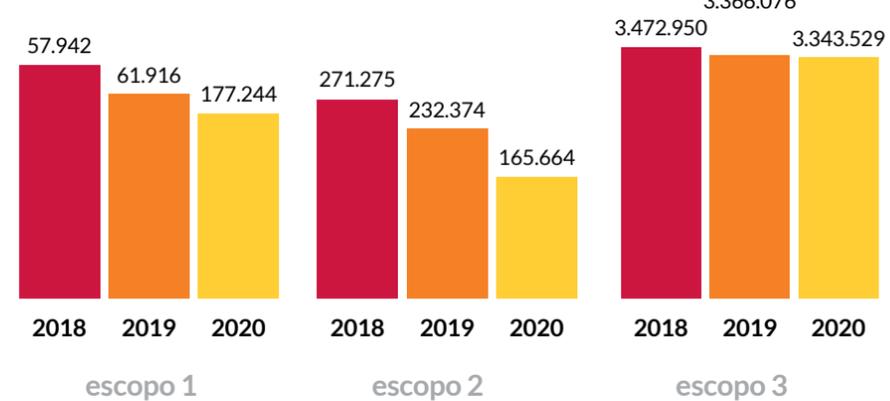
Canadá



CAC



SAZ



Intensidade de emissões de carbono - Em kg CO₂e/hl

GRI 305-4

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------|-------|-------|-------|
| Brasil | 30,91 | 28,15 | 26,06 |
| CAC | 60,41 | 46,17 | 38,62 |
| Canadá | 46,67 | 46,45 | 61,04 |
| SAZ | 33,72 | 29,28 | 27,27 |

Embalagem circular

GRI 103(306), 306-1

A responsabilidade pelo nosso produto vai além do último gole. Estamos constantemente procurando maneiras de aumentar o material reciclado em nossas embalagens e melhorar as taxas de reciclagem em todo o mundo, com a recuperação e reutilização de vidro, alumínio e PET. Uma das nossas metas a serem cumpridas até 2025 é garantir que 100% dos nossos produtos utilizem embalagens retornáveis ou feitas majoritariamente de material reciclado.

Para isso, ano após ano, temos aumentado o conteúdo reciclado em nossas embalagens e continuamos a incentivar o uso de embalagens retornáveis. Fomos a primeira empresa a introduzir no mercado, há 10 anos, uma garrafa PET feita com material 100% reciclado, no

Guaraná Antarctica de 2 litros. Atualmente, a fabricação dessa garrafa consome 70% menos energia e 20% menos água em comparação com a resina virgem.

No Rio de Janeiro, contamos com uma fábrica que produz garrafas de vidro, sendo que boa parte é proveniente da reciclagem de cacos. Ela é uma das maiores recicladoras de cacos de vidro na América Latina. Mais de 50% da matéria-prima utilizada na unidade são cacos de vidro, oriundos de parcerias com empresas de logística reversa e cooperativas. A fábrica também conta com um equipamento capaz de purificar o gás gerado no forno, o que remove até 99,95% de poluentes. Com a reciclagem do vidro geramos uma economia de 35% de energia.

Resíduos gerados - Em toneladas

GRI 306-3

| | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | SAZ | | Brasil | |
| Peso total resíduos (recicláveis e não recicláveis) | 1.946.059,85 | 2.144.539,21 | 1.461.836,91 | 1.597.406,57 |
| Peso resíduos recicláveis (total com destinação reciclável) | 1.938.241,75 | 2.138.281,49 | 1.458.661,96 | 1.595.531,59 |

Resíduos perigosos

2019: 1702,03 toneladas

2020: 124,76

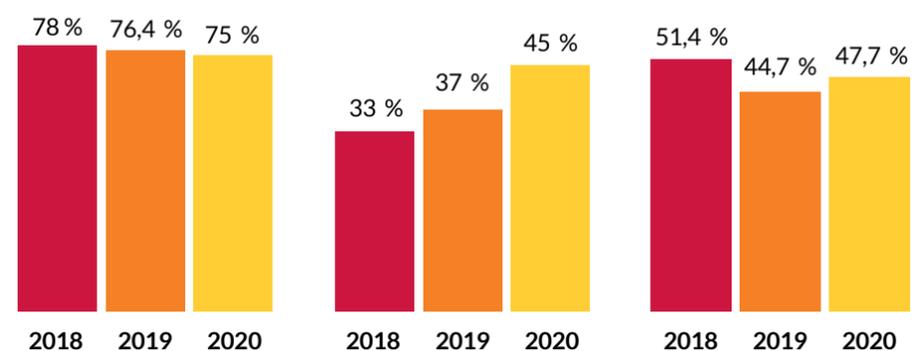
* Dados Brasil



Além da reciclagem de vidro, investimos em garrafas de vidro retornáveis, que podem ser reutilizadas mais de 20 vezes por ano, evitando a necessidade de se produzir mais garrafas.

Também começamos a operar nossa primeira Fábrica de Latas, localizada em Sete Lagoas (MG). Trata-se da primeira planta de latas de uma indústria de bebidas no Brasil, com capacidade de produção de 1,5 bilhão de latas de alumínio por ano.

Porcentagem de reciclagem de materiais usados em embalagens



Lata



Pet



Vidro

*Dados Brasil

#sustentabilidade por mundo melhor

No carnaval de 2020, recolhemos os resíduos dos principais blocos de rua de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador e Recife e destinou para reciclagem. Foram recolhidas 324 toneladas de material, sendo que 127 toneladas desse total eram de plástico. Parte desses resíduos coletados foi transformado em 2 mil lixeiras para serem instaladas nas cidades a partir de março de 2021, deixando um legado positivo e sustentável para os cidadãos após a folia. A ação foi desenvolvida em parceria com a Associação Nacional de Catadores de Materiais Recicláveis (Ancat) e mobilizou cerca de 3 mil catadores que recolheram, também, outros materiais, proporcionando a destinação correta.





Acabar com a poluição plástica

Somando forças às nossas metas globais de sustentabilidade, nos comprometemos, no Brasil, a acabar com a poluição plástica de nossas embalagens até 2025. Para isso, trabalhamos em três frentes: eliminação e substituição; embalagens retornáveis e recicladas; e inovação e parcerias.

Esse compromisso consiste em eliminar da nossa cadeia os plásticos que não são essenciais e substituí-los por outros materiais. A versão em lata de AMA é um exemplo disso e uma inovação no mercado brasileiro. Também estamos substituindo os canudos dos sucos de caixinha Do Bem por um modelo de papel, biodegradável, que além de ser mais resistente que outros modelos do mesmo material, leva apenas 120 dias para se decompor, enquanto o plástico pode demorar até 200 anos.

Estamos ampliando a quantidade de embalagens produzidas com materiais reciclados. Em 2020, aumentamos o uso total de PET reciclado de 37% para 45%.

Para darmos esse passo tão importante e ambicioso, temos nos unido mais ainda com os nossos parceiros no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias para que possamos alcançar a nossa meta. Continuamos a buscar sinergias que querem mudar o mundo junto

com startups, universidades, ONGs e cooperativas de reciclagem. Para acompanhar os nossos passos nessa jornada, lançamos, em 2020, o portal <https://www.ambev.com.br/plasticos/>, que relata de maneira intuitiva todas as nossas ações rumo à zero poluição por plástico.

#reciclagem por um mundo melhor

Em parceria com a Coca-Cola do Brasil, criamos a plataforma Reciclar pelo Brasil, que atualmente conta com a parceria de várias outras empresas. O projeto que desenvolve cooperativas de catadores com o intuito de potencializar a renda desse público, além de possibilitar que tenham mais acesso à indústria recicladora. A iniciativa oferece orientações de gestão, doação de equipamentos e incentiva uma atuação em rede com outras cooperativas.

Empreendedorismo

GRI 103(203)

Queremos que 100% dos nossos empreendedores tenham acesso às ferramentas necessárias para seu desenvolvimento. Para isso, temos investido em tecnologia e inovação, marcas da nossa trajetória.

Uma das frentes nesse sentido é a Aceleradora 100+, que foi desenvolvida para encontrar soluções inovadoras para os principais desafios socioambientais da atualidade e, também, que nos ajudem a atingir as nossas metas socioambientais para 2025.

Já realizamos duas classes de aceleração (2019 e 2020), nas quais 39 startups foram aceleradas, recebendo aulas da escola Conquer, assim como mentorias com especialistas e diretores da Ambev. Dessas startups, cinco também foram selecionadas para participar do programa global da ABI.

Depois de dois anos do lançamento da primeira classe, estamos fazendo negócios e escalando 23 startups aceleradas pelo nosso programa. E já investimos mais de R\$10 milhões em negócios com elas.

No Chile, lançamos uma classe da Aceleradora 100+ em parceria com o Socialab em 2020.

Outras iniciativas, como feiras, programas e inovação aberta e ações em universidades,

fomentam o empreendedorismo inovador. A Academia 100+ de Startups e o Programa de Inovação Aberta | Ideias que Transformam que fizemos com a Socialab são alguns exemplos. Na Academia 100+, oferecemos treinamentos e workshops em diferentes áreas de negócios e funciona como um programa de pós-aceleração que complementa a Aceleradora 100+, impulsionando startups para que elas possam gerar um impacto ainda maior. Devido ao ano atípico de pandemia, não tivemos a Academia 100+ de Startups em 2020, mas vamos retomar em 2021.

Contamos com o Centro de Inovação e Tecnologia Cervejeira (CIT), localizado no Rio de Janeiro – um ambiente de colaboração e tecnologia para trazer ainda mais inovação aos consumidores e clientes. E a Ambev Tech, focada no desenvolvimento de conhecimento e tecnologia que facilitam e agilizam a vida das pessoas ao criar soluções que transformam as áreas de vendas e logística. Seja em nossa sede em Blumenau, nas nossas filiais ou em algum dos nossos projetos na América Latina e Europa, atuamos em processos colaborativos de um jeito simples, próximo e descomplicado.

Já na Cervejaria do Futuro são testadas todas as novas tecnologias para montar uma

cervejaria do zero. São utilizados sistemas modernos e toda a infraestrutura necessária, como salas de controle e um acompanhamento mais aprofundado, com maior eficiência para a prevenção de acidentes. Além disso, o espaço conta com dados que ampliam a eficiência e a sustentabilidade ao monitorar cada etapa da produção, sendo capaz de prever a qualidade final da cerveja e ajustar variáveis para otimizar questões ambientais, como a emissão de gases das máquinas.

A seleção das startups na Aceleradora 100+ tem como base a Agenda 2030 da ONU para o Desenvolvimento Sustentável e as nossas metas de sustentabilidade.

Consumo responsável

GRI 103(416), 416-1

Uma das nossas frentes de impacto social está relacionada ao consumo responsável. Temos metas globais que devem ser alcançadas até 2025 e, para isso, investimos na promoção de ações e campanhas que visam desestimular o uso nocivo de bebidas alcoólicas e pautamos nossa atuação por dois grandes temas, que são: capacitar os consumidores e gerar uma mudança de comportamento por meio de normas sociais.

Essas duas frentes têm como objetivo:

- **Reduzir o consumo nocivo de bebidas alcoólicas em pelo menos 10%** em seis cidades até 2020 e implementar as melhores práticas em todo o mundo até o fim de 2025, sendo que Brasília (DF) é a cidade com o projeto-piloto desenvolvido no Brasil.
- **Influenciar normas sociais e comportamentos individuais para reduzir o consumo nocivo** de bebidas alcoólicas e investir pelo menos US\$ 1 bilhão em todos os mercados de campanhas exclusivas de marketing social e programas correspondentes até o fim de 2025.
- **Garantir que os produtos sem ou com baixo teor alcoólico representem pelo menos 20%**

do volume global de cerveja da companhia até o fim de 2025.

- **Colocar rótulo de orientação em todos os produtos de cerveja em todos os mercados** até o fim de 2020 e aumentar a educação sobre álcool e saúde até o fim de 2025.

Em sintonia com nossas metas globais, em 2020, foi lançada a Quilmes 0,0%, primeira cerveja da Argentina sem álcool e o portal <http://www.poneloenpalabras.com.ar>, que busca promover o diálogo sobre o consumo responsável de bebidas alcoólicas e fornecer ferramentas para garantir que todas as experiências relacionadas à cerveja sejam positivas. No Brasil, também lançamos uma página no nosso portal, que convida os consumidores a se autoconhecerem e entenderem sua relação com o álcool.

Nesse canal, é possível fazer um teste que tem como intuito ampliar a consciência sobre os hábitos de consumo e estimular as pessoas a melhorarem sua relação com as bebidas alcoólicas. A página traz, ainda, dicas de *drinks* com baixo ou zero teor alcoólico, curiosidades, nosso portfólio com bebidas sem álcool ou com baixo teor alcoólico. Para conhecer, acesse: <https://www.ambev.com.br/sustentabilidade/consumo-responsavel/>

Para estimular a cultura de moderação, unimos forças com uma extensa rede de parceiros e

desenvolvemos uma série de ações e projetos para incentivar as pessoas a praticarem o consumo responsável, por meio das principais frentes: se beber, não dirija; moderação no consumo; e consumo apenas por maiores de idade. Como destaques do ano, a Bolívia desenvolveu uma campanha relacionada a consumo responsável durante o carnaval para motoristas de transporte interdepartamental, com palestras e treinamentos para mais de 1.600 pessoas.

No Chile, uma campanha com Becks Blue buscou desmistificar a cerveja sem álcool, testando cegamente pessoas internas e externas para ver sua expressão ao saber que estavam bebendo Becks Blue.

E, no Paraguai, uma série chamada “Chake Pea” buscou sensibilizar os jovens acerca do tema segurança viária. Com abordagem humorística, o seriado buscou retratar o cotidiano e trouxe, em 10 episódios, temas relacionados a incidentes comuns nas ruas causados por distrações ao volante, álcool e drogas, não interpretação de semáforos, uso incorreto de capacetes, desrespeito à travessia de pedestres e / ou travessias inadequadas, dentre outros.

Nós passamos a ter 95% do nosso volume aderente ao programa de rotulagem, que vai além do que a legislação local exige e contempla, por exemplo, ícones de advertência do consumo de bebida alcoólica por grávidas e a relação do álcool com a direção.

Mais segurança no trânsito



Integrando as ações de consumo consciente, dois movimentos liderados por nós buscam reduzir os riscos de acidentes no trânsito e conscientizar a população sobre os perigos de combinar direção e bebida alcoólica. Um deles é o Movimento Nacional de Segurança Viária, que tem realizado, desde 2018, um diagnóstico nos estados brasileiros, em atendimento ao Plano Nacional de Redução de Mortes e Lesões no Trânsito (Pnatrans), com o intuito de entender a maturidade e melhorar a gestão da segurança no trânsito. Esse trabalho tem sido conduzido pelo Denatran, Instituto Tellus e pela Consultoria Falconi.

O segundo, que está em atividade desde 2015 e que inspirou o surgimento do Movimento Nacional de Segurança Viária, é o Movimento Paulista de Segurança no Trânsito, fruto da atuação em rede entre o Governo do Estado de São Paulo, organizações privadas e sociedade civil para melhorar a gestão da segurança no trânsito no Estado de São Paulo.

O ano de 2020 foi importante para avançarmos nestes projetos. Conseguimos nacionalizar e tornar política pública a plataforma de segurança viária – onde trabalhávamos desde 2013, primeiro em São Paulo, depois em Brasília e por fim no governo executivo federal. O modelo de reduzir óbitos no trânsito por meio de gestão, cooperação e utilização de dados se mostrou muito poderoso nos estados e foi a partir dele que desenhamos a cooperação assinada em março de 2020 com o Ministério de Infraestrutura.

Em trabalho colaborativo, desenhamos o sistema RENAESTE e coordenamos a participação de 27 estados na criação do painel de estatísticas e inteligência dos acidentes brasileiros. Antes do RENAESTE, essas informações demoravam cerca de três anos para serem acessadas e de forma desmembrada. Agora, as ações de prevenção e a alocação de recursos públicos serão feitas com base em dados coordenados.



Brasília vida segura

O projeto-piloto desenvolvido em Brasília, uma das cidades escolhidas das Metas Globais para o Consumo Inteligente, realizado desde 2016 por meio de cooperação público-privada, é respaldado por pesquisas e embasamento acadêmico e atua em três pilares:

- **Saúde** – Em parceria com a Secretaria da Saúde do Distrito Federal, criamos um protocolo de triagem e intervenção breve para identificar e prevenir casos de consumo nocivo de álcool e capacitamos profissionais do Programa de Estratégia de Saúde da Família para implantá-lo. A medida já reduziu em 15% o número de internações hospitalares pelo consumo nocivo de álcool. Com isso, fechamos o ano com 12 mil pessoas atendidas. Além disso, inovamos no modelo e protocolo de teleatendimento com Toolkit de boa prática para o governo. Em 2020, os questionários da prática médica que eram conduzidos por agentes de saúde da família e nas UBS, no atendimento de atenção primária do SUS, precisou ser adaptado para o formato virtual. Essa mudança, no entanto, trouxe uma eficiência capaz de acelerar a cobertura de aplicação em 400%.
- **Educação** – Em diversas escolas públicas do DF é implementado o Treinamento de Habilidades Sociais como programa de prevenção ao consumo do álcool por crianças e adolescentes. Em 2020 o programa

atuou com três escolas públicas de Ceilândia e foram impactados 357 alunos de 12 a 14 anos integralmente de forma on-line. Em 2021 seguiremos aplicando o programa em escolas de Ceilândia, levando o curso para mais 800 estudantes e promovendo ainda mais a prevenção do consumo do álcool por menores de 18 anos.

- **Segurança viária** – O projeto apoia órgãos governamentais do DF em ações de engenharia de tráfego, educação e segurança no trânsito, e na gestão de respostas a acidentes, com o intuito de reduzir pela metade o número de vítimas fatais nos acidentes de trânsito. Nesses quatro anos de projeto, também foi realizado um grande diagnóstico, que traçou o perfil das vítimas de acidentes de trânsito na capital federal, além de ações de mapeamento dos trechos viários mais críticos para auxiliar a ação preventiva e de engenharia para melhoria das vias e distribuição de bafômetros.
- **Serviço responsável** – O projeto prevê o treinamento de pontos de venda e profissionais de evento para que conheçam e se engajem nas melhores práticas de venda responsável. O curso on-line e gratuito pode ser feito pelo site ou pelo bot no whatsapp. Oferece certificado assinado pela Abrasel.

A partir de 2021, o programa servirá de modelo para os demais países, com foco em sustentabilidade e integração perene no poder público. Para conhecer mais, acesse: <https://brasiliavidasegura.com.br/>.





Dia de Responsa

Criado há mais de 10 anos com o intuito de chamar a atenção do público interno sobre o consumo excessivo de bebida alcóolica, o Dia de Responsa (Global Beer Responsible Day) é um evento global que convida os funcionários para serem blogueiros por um dia. Todas as operações são interrompidas nessa ocasião e os colaboradores atuam divulgando mensagens criativas e espontâneas em suas redes sociais, para atrair a atenção de mais pessoas para a campanha.

A edição de 2020 no Brasil foi realizada em parceria com a Harvard Business Review e contou com a realização de painéis com especialistas em saúde e diretores da empresa. Um deles falou sobre protagonismo na saúde e mudanças de hábitos e outro, sobre tecnologia e escala na mudança de comportamento. Os painéis tiveram a adesão de 400 mil pessoas, impactando 2,5 milhões de pessoas nas redes sociais com a #DiaDeResponsa2020. O evento anual lançou a nova plataforma da Moderação, que pautará o trabalho de consumo responsável nos próximos anos, trazendo novas soluções contra o exagero no consumo. Para conhecer mais, acesse: <https://www.ambev.com.br/sustentabilidade/consumo-responsavel/>.



Nossa Gente



Fomos, mais uma vez, reconhecidos como uma das melhores empresas para se trabalhar pela pesquisa Great Place to Work, reflexo de nossas ações constantes de melhoria de clima e engajamento do time – índices crescentes nas pesquisas internas. Em 2020, avançamos 39 posições na comparação com 2019, ocupando o 27º lugar.

Cooperação, autonomia, diversidade

Nossa gente é nossa força. Nossos colaboradores são os primeiros a abraçarem nossas causas com a gente e a emprestarem o seu talento para o mundo. O dia a dia na Ambev é pautado por uma atmosfera de cooperação e autonomia para que nossos times possam empreender, inovar e garantir as experiências mais especiais para clientes e consumidores.

Temos orgulho em desenvolver continuamente a nossa cultura, gerando pertencimento, inclusão e diversidade. Para nós, inovar significa ousar, abandonar processos tradicionais e incorporar as melhores e mais modernas práticas corporativas que valorizem a troca de experiências e as características de cada um, para que nossos funcionários possam se expressar de forma autêntica.

Com metas compartilhadas e trabalhos conduzidos em equipe, desde 2019 a área de Gestão e Gente tem focado sua atuação em três grandes frentes que fortalecem nossa cultura de inovação: a disponibilização de estruturas mais modernas e investimentos contínuos em tecnologia e a aplicação de uma cultura de metodologias ágeis; o recrutamento e desenvolvimento de talentos do futuro, com mapeamento de competências a serem desenvolvidas dentro do nosso time e olhar voltado para a diversidade e para uma cultura de aprendizado contínuo; e a otimização da experiência dos funcionários, que prioriza processos mais simplificados e com menos burocracias, garantindo uma experiência mais produtiva e leve.

Dessa maneira, a Companhia se torna um espaço cada vez mais inspirador para que nossos talentos

possam ter ideias, acertar, errar, criar, se desenvolver e se aperfeiçoar. Esse direcionamento de Gente e Gestão está em linha com nossa mudança cultural nos últimos anos, que tem procurado estar mais conectada com a sociedade e a criar produtos e processos cada vez mais inovadores (leia mais no capítulo Nossa Estratégia, página 37).

Como forma de incentivar nossos colaboradores a entrarem nesse clima conosco, oferecemos oportunidades de crescimento profissional, com construção de resultados consistentes no longo prazo. Ao incentivarmos os espíritos empreendedor e inovador, isso se reflete no sentimento de dono, na liderança, no empoderamento e na responsabilidade de cada um ao abraçar conosco o compromisso de transformar o mundo num lugar melhor (conheça os nossos 10 princípios na página 21).

Tudo é conduzido com o apoio de uma comunicação interna sólida, transparente e eficiente, que valoriza toda forma de expressão para que possamos estar sempre em sintonia com os colaboradores.

Para que times de vendas possam ficar por dentro das campanhas, a TV Ambev apresenta semanalmente nossos lançamentos e os destaques, bem como os desafios atuais. E para consultar informações corporativas e indicadores, os colaboradores contam com o Centro de Serviços Compartilhados, que reúne os dados gerais de Gente e Gestão, e com o Centro de Engenharia, que traz dados consolidados de produção e resultados ambientais.

Remuneração e benefícios

GRI 103(401), 401-2, 401-3

Garantir o bem-estar dos nossos funcionários e propiciar um ambiente de trabalho seguro, acolhedor e diverso é uma prioridade para nós. Para isso, contamos com uma política de remuneração e benefícios compatível com o mercado, que prevê igualdade salarial entre homens e mulheres e participação nos resultados.

O pacote de benefícios inclui: licença-maternidade de seis meses e licença-parental de 20 dias para o cuidador secundário (responsável pela criança por menos de 50% do tempo).

Os pais que desejarem usufruir do benefício devem realizar o curso de orientação parental e formalizar o interesse. Também disponibilizamos salas de amamentação e flexibilidade de funções e de horários para as novas mães, durante esse período tão importante da vida.

Em 2020, incentivamos a colaboração na Companhia no sentido de que 100% dos

funcionários tenham pelo menos uma meta compartilhada com o time.

Com foco na saúde mental e no bem-estar dos colaboradores, oferecemos o Programa de Apoio ao Empregado, que presta assistência psicológica, jurídica, financeira e social. Uma equipe de especialistas realiza o atendimento telefônico de segunda a sexta-feira e dá orientações jurídica, civil, penal, tributária e previdenciária (exceto em assuntos trabalhistas); além de consultoria financeira e atendimento psicossocial, com orientação familiar e suporte em situações críticas. Sempre que necessário, esse atendimento é presencial. Todos os funcionários são cobertos por negociações coletivas e contam, ainda, com o apoio de especialistas nas tratativas e definições junto aos respectivos sindicatos.



Programas de talentos

Estamos sempre de braços abertos para novos talentos que tenham vontade de se desenvolver continuamente e transformar o nosso ecossistema de negócio e a nossa sociedade, unindo as pessoas por um mundo melhor, ideias e experiências.

O Programa de Estágio é a porta de entrada da empresa e conta com um treinamento completo que alia conhecimento teórico, prático e estímulo ao aprendizado, para transformar jovens em grandes líderes. Em 2020, implementamos o Programa League, que é uma versão unificada de outros dois programas que tínhamos até 2019 – o Next e a Liga dos Estagiários.

No League, todos os estagiários participam de projetos regionais, individuais ou em grupo, que tragam inovação ou melhorias dentro da companhia. Com isso, são realizados diversos treinamentos e bate-papos com as lideranças, que compartilham conhecimento e ajudam no processo de desenvolvimento dos novos talentos. Os estagiários também são nossos embaixadores em suas universidades e realizam diversos eventos, como palestras, feiras de estágio e *lives*.

Em 2020, estudantes de todo o Brasil também puderam montar grupos de duas a quatro

pessoas e se inscrever no Desafio Cervejeiro. Como missão, o grupo tinha que criar, do zero, desde a receita até a embalagem e o rótulo de uma cerveja. Durante o desafio, os estudantes receberam orientações de como estruturar os projetos por meio do canal Ambev Learning.

O grupo vencedor desenvolveu uma cerveja estilo Catharina Sour, leve, versátil e refrescante, inspirada nas cinco regiões do Brasil. A cerveja vencedora teve seus lotes produzidos no Centro de Inovação e Tecnologia da Ambev. Os quatro universitários ganharam ainda um curso da Academia da Cerveja.

Temos ainda, desde 2019, o Programa Representa, exclusivo para universitários negros e complementar ao programa de estágio tradicional. Saiba mais no tópico Diversidade & Inclusão, na página 98.

Já o Programa Trainee, que teve 120 mil inscritos em 2020, um recorde nosso, proporciona aos jovens uma visão do negócio mais holística, não apenas de uma área em particular. O intuito, com esse direcionamento, é fazer com que o novo talento se envolva mais profundamente com os processos e tenha uma compreensão ampla de toda a empresa. Ao fim, os trainees selecionados

são alocados em projetos no Brasil ou enviados ao exterior para concluir a formação.

Com a pandemia da covid-19, adaptamos o processo e todas as etapas dos Programas de Estágio e de Trainee ocorreram em formato 100% on-line. Fizemos mudanças importantes no Programa de Trainee para torná-lo mais inclusivo: passou a valorizar mais as histórias e trajetórias únicas de cada candidato, reconhecendo o valor agregado que isso pode trazer à competência dos times. Em vez de exigir inglês fluente, oferece bolsa de estudos do idioma aos que são aceitos no programa.

Na plataforma de conteúdo de aprendizagem, introduzimos dicas sobre como se preparar e sobre processos de trainee da Ambev, com uma comunicação mais contemporânea e inclusiva. Os currículos de todos os candidatos não aprovados para a etapa final são compartilhados com o ecossistema (clientes, fornecedores e parceiros). Foram contratados, no ano, 58 trainees, 237 estagiários pelo programa tradicional e 113 estagiários pelo Representa.

Programas de desenvolvimento

GRI 103(404)

A cultura de aprendizado na Ambev é conduzida por meio de plataformas e programas que estimulam o desenvolvimento contínuo do colaborador, oferecendo oportunidades diversas e incentivando o aprendizado auto-dirigido para o momento de transformação pessoal e de negócio que o mundo vem passando nos últimos anos. Nesse cenário, ferramentas digitais como LinkedIn Learning, CompartilhAI (nossa série interna de lives de aprendizado) e Instagram são extremamente relevantes para que possamos compartilhar aprendizados de diferentes maneiras.

A novidade do ano foi o lançamento da AmbevOn, que substitui a Universidade Ambev e apresenta uma roupagem mais jovem, conectada, moderna e ágil. Com a nova plataforma, os colaboradores têm mais autonomia e empoderamento em seu processo de aprendizado contínuo e são estimulados a compartilhar experiências. A On disponibiliza conteúdo para que o usuário possa acessar de onde estiver e quando quiser, e assim escolher a jornada que considera mais relevante para o seu desenvolvimento.

Com essa nova abordagem, estimulamos uma cultura focada em colaboração, escuta ativa e visão de longo prazo. As jornadas de desenvolvimento são experiências contínuas

que incluem temas como segurança psicológica, diversidade, *benchmarking*, experiências do exterior e curiosidades. Afinal, ter uma mente aberta é fundamental para trilharmos o nosso futuro. Além disso, os conteúdos adicionais disponibilizados na plataforma vão além dos negócios. Estão relacionados também a saúde mental, desenvolvimento pessoal e assuntos atuais globais. Pretendemos, também,

promover a cultura da experiência sem medo de errar, pois acredita que dessa maneira os funcionários conseguem vivenciar todo o seu potencial com mais leveza. Em um dos webinários promovidos ao longo do ano, por exemplo, nossos líderes falaram sobre seus maiores erros na carreira, com uma abordagem bastante descontraída. Como resultado, recebemos diversos *feedbacks* positivos.

Criada para levar conhecimento cervejeiro aos nossos colaboradores, o Beer Academy faz todo o resgate histórico das marcas e explica o processo de elaboração das cervejas. Desde 2017, a iniciativa já capacitou 12.200 colaboradores.



Fundação Zerrenner

Criada em 1936 com o intuito de levar educação e saúde a filhos de funcionários e comunidades de entorno, a Fundação Antonio e Helena Zerrenner (FAHZ) fornece bolsas de estudo de graduação, pós-graduação e de cursos profissionalizantes, subsídio para material escolar e atendimento médico, hospitalar e odontológico a empregados das cervejarias e centros de distribuição no Brasil e seus dependentes.

Pioneira no ensino técnico industrial no Brasil, a FAHZ mantém duas instituições de ensino que atendem jovens das comunidades onde estão inseridas, além de filhos dos funcionários. Uma delas é o Colégio Dr. Walter Belian, em São Paulo (SP), que atende gratuitamente 1.340 alunos dos ensinos Fundamental, Médio e Técnico (em parceria com o Senai). Nos ensinos Fundamental e Médio, 87% das vagas são destinadas à comunidade.

A outra é o Colégio Prof. Roberto Herbster Gusmão, em Sete Lagoas (MG), que atende cerca de 1.900 alunos com os cursos dos ensinos Fundamental, Médio e Profissionalizante (também em parceria com o Senai). Nos ensinos Fundamental e Médio, cerca de 71% das suas vagas são ocupadas por crianças e jovens da comunidade. Ambas as escolas utilizam a plataforma Khan

Academy, em parceria com a Fundação Lemann, que aplica aulas em vídeo e integra Matemática e Informática, para que os alunos possam fixar mais facilmente os conteúdos.

Os estudantes do terceiro ano do Ensino Médio têm, ainda, acesso a um cursinho pré-vestibular para que possam ampliar suas chances de ingressar nas melhores faculdades do país.

Somos uma das principais parceiras do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) no Brasil – instituição que é referência nacional em ensino. Desde 2013, mais de 6 mil colaboradores participaram de cursos técnicos profissionalizantes.



Diversidade & Inclusão

GRI 103(405)

Construir um mundo melhor para todos só será possível quando tivermos avançado nas pautas de diversidade e inclusão, que propõem uma vida mais igualitária e justa, sem discriminação de raça, gênero, orientação sexual, portadores de deficiência e outras características pessoais. Na Ambev, políticas e diretrizes fundadas no respeito e no reconhecimento das diferenças norteiam nossa dinâmica de trabalho e nossos processos de recrutamento interno, com o apoio do Comitê de Diversidade e Inclusão, fomentando um ambiente cada vez mais diverso e inclusivo. Cada colaborador é responsável por manter essa cultura.

Promovemos continuamente cursos para as lideranças que têm como intuito chamar a atenção para comportamentos enraizados que, muitas vezes, podem ir contra a inclusão na empresa. Com relação a assédio ou discriminação, qualquer denúncia pode ser levada ao Canal da Ouvidoria. O acompanhamento é feito pelo time de *compliance*, por meio de um comitê de análise dos casos e aplicação de medidas corretivas.

Contamos com uma política de combate à violência doméstica em todos os países onde atua e, em 2020, entramos na Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência contra Mulheres e Meninas.

Também realizamos um censo sobre diversidade, inclusão e respeito, para que possamos compreender melhor nosso contexto e garantir um ambiente de trabalho cada vez mais inclusivo. O censo aborda temas como etnia, orientação sexual, gênero, religião e aptidão física e contribui para que possamos identificar possíveis *gaps* e desenvolver planos de ação. O maior ponto de atenção trazido no último levantamento, de 2019, foi o baixo número de mulheres e de negros sócios da empresa, e que vem sendo trabalhado por nossos grupos de trabalho Weiss e Bock, relacionados na próxima página. O próximo censo será realizado em 2021.

Como destaque no ano, desenvolvemos o programa SOMOS, focado no desenvolvimento de mulheres para a liderança sênior, que trouxe temáticas como liderança, mentoria, síndrome do impostor e sororidade. A iniciativa forneceu um espaço seguro para que a liderança feminina pudesse dividir experiências e fortalecer suas conexões e contou com a participação de 70 mulheres.

Para tratar de diversidade e inclusão em todo o Brasil, contamos com mais de 40 embaixadores, que são pessoas do nosso time designadas para treinar, desenvolver, promover palestras e tirar



dúvidas, dentre outras funções, em todas as unidades brasileiras. Para 2021, vamos aumentar essa rede com embaixadores em todas as regiões do país para desdobrar as principais iniciativas. Hoje, quatro grupos de discussão trabalham os temas na Companhia. São eles:

- **Weiss (Women Empowered Interested in Successful Synergies)** empoderamento feminino e igualdade de gênero.
- **Lager (Lesbian and Gay and Everyone Respected)** gays, lésbicas, bissexuais, transexuais e outros públicos.
- **Bock (Building Opportunities for Colleagues of all Kinds)** igualdade de oportunidades para todas as raças.
- **IPA (Improve People Accessibility)** representatividade e inclusão das pessoas com deficiência (PCD).

Promovemos treinamentos, conversas e palestras sobre a importância de uma maior igualdade de representação feminina em cargos-chave. Atualmente, 30% da nossa liderança é composta por mulheres. Na Cervejaria de Itapissuma (PE), demos um passo importante nesse sentido. Com o intuito de gerar mais equilíbrio de equidade de gênero na fábrica, toda a equipe de brasagem – que é a primeira etapa do processo produtivo da cerveja – foi substituída e passou a ser 100% feminina. Oito mulheres passaram a comandar essa etapa, uma das mais importantes da produção.

No grupo Weiss, como destaque do ano estão a criação de um programa de mentoria de desenvolvimento e empoderamento de lideranças femininas e a reconfiguração do processo de avaliação de desempenho e bônus para melhor acolhimento das colaboradoras na volta da licença-maternidade.

No Bock, a empresa deu um grande passo no ano ao criar 13 objetivos para promover a equidade racial e trazer mais conscientização sobre a pauta.

A atualização desses objetivos pode ser conferida no portal da Ambev, numa página que foi criada especificamente para esse tema. Para conhecer, acesse: <https://www.ambev.com.br/sobre/equidade-racial/>

Montamos um comitê de especialistas externos relacionados à pauta racial, composto por:

- **Adriana Barbosa, idealizadora do Festival Feira Preta**, reconhecido como o maior evento de cultura negra da América Latina;
- **Liliane Rocha, fundadora da Gestão Kairós**, uma empresa focada em diversidade e sustentabilidade, e autora do livro “Como ser um líder inclusivo”;
- **Ítala Herta, cofundadora do Vale do Dendê**, aceleradora do nordeste com foco em diversidade, e fundadora da Iniciativa Divers SSA, que fomenta o empreendedorismo social de impacto social do Norte e Nordeste;



- **Helio Santos, mestre em administração e diretor-presidente do Instituto Brasileiro de Diversidade**
- **Lideranças internas da Ambev.**

Para universitários negros, disponibilizamos o Representa, um programa de estágio exclusivo e complementar ao nosso programa de estágio tradicional. Criado em 2019, com o intuito de derrubar barreiras à representatividade negra na companhia, nele os estudantes contam com alguns benefícios como um salário extra no primeiro mês de estágio, mentoria, apoio psicológico e orientação financeira e jurídica. Foram contratados, no ano, 113 candidatos negros.

Total de colaboradores SAZ

GRI 102-8

| | Homens | | Mulheres | | Total |
|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|---------------|
| | Número | % | Número | % | |
| Permanente | 30.744 | 83,9 | 5.909 | 16,1 | 36.653 |
| Temporário | 944 | 51,1 | 905 | 48,9 | 1.849 |
| Soma | 31.688 | 82,3 | 6.814 | 17,7 | 38.502 |

Diversidade entre os colaboradores

Brasil

| Por faixa etária | Com menos de 30 anos | 30-50 anos | 51+ |
|------------------|----------------------|------------|--------|
| | 31,02 % | 62,4 % | 6,58 % |

| Por gênero | Homens | Mulheres |
|------------|---------|----------|
| | 84,53 % | 15,47 % |

Diversidade nos órgãos de governança

GRI 405-1

Por gênero

| | Homens | Mulheres |
|---------------------|---------------------------|----------|
| | Conselho de Administração | 90,91 % |
| Diretoria Executiva | 79,48 % | 20,52 % |

Nota: Em março de 2021, a Ambev substituiu quatro membros do Conselho de Administração. O cenário, que era 9,09% feminino, passou a ser 18,18%.

Por faixa etária

| | Com menos de 30 anos | 30-50 anos | 51+ |
|---------------------|---------------------------|------------|--------|
| | Conselho de Administração | 0 % | 0 % |
| Diretoria Executiva | 9,35 % | 87,01 % | 3,64 % |

Saúde e segurança

GRI 103 (403), 403-1, 403-3, 403-6, 403-9

Saúde e segurança do trabalhador são prioridades para nós. Em 2020, por causa da pandemia de covid-19, essa preocupação foi reforçada com a criação de um comitê responsável por conduzir nossas ações nesse período grave e sensível que o mundo enfrenta.

Em março de 2020, adequamos centros comerciais e plantas para operarem de forma segura, atendendo todos os requisitos dos órgãos de saúde, e os funcionários dos escritórios passaram a trabalhar no formato home office. Também criamos um canal de comunicação interna com informações, orientações e suporte médico e emocional especializado em covid-19.

Para reforçar a saúde e a segurança nas cervejarias, o time de inovação, em parceria com a startup NearBee, desenvolveu um aplicativo para smartphones que usa bluetooth para mapear as aproximações físicas entre funcionários dentro das fábricas. O app ajuda a manter o funcionamento das operações em segurança e a isolar os casos de maior risco, para que o vírus não se espalhe.

Além disso, caso um funcionário teste positivo para covid-19, é possível saber quais foram suas interações com outras pessoas e quanto

tempo elas duraram. Com base nisso, é feita uma classificação de risco: quem foi exposto por mais de 15 minutos e a menos de dois metros de distância tem alto risco de ter sido contaminado e é isolado preventivamente. Todo o processo é coordenado pela nossa equipe médica.

Durante os primeiros meses de pandemia, fizemos uma pesquisa com os funcionários para entender o contexto familiar de cada um e verificar qual porcentagem se sentiria à vontade de voltar a trabalhar presencialmente no segundo semestre.

O retorno presencial aos escritórios ocorreu de forma gradual a partir de agosto, apenas para funções administrativas. A capacidade de ocupação física foi reduzida a 20% no primeiro momento, chegando a um máximo de 50% nos meses seguintes. Cada colaborador recebeu um “kit de retorno”, composto por um guia, com informações e dicas de prevenção à covid-19, máscaras, álcool em gel produzido por nós, toalhinhas higienizantes com álcool 70% para limpar equipamentos e superfícies, chocolate e chá – como forma de acolhimento.

Ambev cria Diretoria de Saúde Mental

Um dos grandes destaques do ano foi a criação da **Diretoria de Saúde Mental**, uma iniciativa corporativa inovadora focada em conhecimento e cultura, que tem o objetivo de ajudar as pessoas a viverem melhor, com estímulo ao autoconhecimento e a práticas que buscam a saúde física, mental e emocional. O lançamento foi feito no Dia Internacional da Saúde Mental (dia 10 de outubro), com apresentação do primeiro Guia de Saúde Mental da Ambev.

A nova diretoria está em linha com nossa estratégia de olhar, cada vez mais, para o ser humano na sua totalidade, algo que já vem sendo incorporado com sua nova cultura, que considera características como vulnerabilidade, empatia, escuta propensa ao outro. Para abordar o tema com os colaboradores, temos disponibilizado ferramentas de suporte para acolher pessoas que estão passando por instabilidade emocional devido à pandemia. O próximo passo será ressignificar o autoconhecimento em termos de alta performance para que todos tenham acesso a suas próprias consciências e possam entrar em contato com suas vulnerabilidades e exercitar seu autoconhecimento.

Fábricas seguras

Com relação à segurança no processo produtivo das fábricas, contamos com um sistema informatizado denominado Credit 360, que garante a padronização dos itens referentes às ocorrências, em que é possível fazer o registro e a descrição da gestão detalhada dos acidentes.

O registro no Credit 360 dispara um alerta de segurança aos profissionais membros do Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT). Cada ocorrência de acidente do trabalho é classificada por nível de gravidade, conforme nossas diretrizes corporativas. Como forma de compartilhar conhecimento e fomentar aprendizados, a tecnologia do Credit 360 pode ser acessada e melhorada por outras empresas ou por pessoas físicas.

Somando forças a esse monitoramento, um aplicativo de smartphone, disponibilizado para todos os colaboradores das plantas industriais, também coleta dados de exposição a riscos e de ocorrência de acidentes.

GRI 403-9

Acidentes de trabalho com consequências graves (exceto óbito)

| | Funcionários | Terceiros |
|------------------|--------------|-----------|
| Brasil | 22 | 27 |
| Centro-Oeste | 1 | 3 |
| Nordeste | 4 | 0 |
| Norte | 0 | 2 |
| Sudeste | 11 | 18 |
| Sul | 6 | 4 |
| Argentina | 1 | 3 |
| Bolívia | 0 | 0 |
| Chile | 1 | 0 |
| Paraguai | 0 | 0 |
| Uruguai | 0 | 0 |

Em 2020, como já havia ocorrido em 2019, não houve óbitos de colaboradores, ou de terceiros a nosso serviço, relacionados a acidentes de trabalho.

Acidentes de trabalho com comunicação obrigatória

| | Funcionários | Terceiros |
|------------------|--------------|-----------|
| Brasil | 68 | 98 |
| Centro-Oeste | 3 | 7 |
| Nordeste | 11 | 7 |
| Norte | 2 | 6 |
| Sudeste | 35 | 60 |
| Sul | 17 | 18 |
| Argentina | 3 | 5 |
| Bolívia | 2 | 0 |
| Chile | 5 | 1 |
| Paraguai | 0 | 1 |
| Uruguai | 0 | 0 |

The image features a large, stylized graphic on the left side consisting of the letters 'S' and 'C' in a dark red color. The 'S' is positioned above the 'C'. Inside the 'C', there is a circular inset showing a close-up of wheat stalks. The background is a solid orange color, and there are faint, larger-scale wheat stalks visible behind the text.

Sumário de conteúdo GRI

GRI 102-55: Sumário de conteúdo GRI

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---------------------------------------|---|--------------------------------|------------|
| GRI 101: Fundamentos 2016 | | | |
| GRI 102: Conteúdos gerais 2016 | | | |
| | 102-1 Nome da organização | 16 | |
| | 102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços | 18 - 19 | 3 |
| | 102-3 Localização da sede da organização | 16 | |
| | 102-4 Local de operações | 17 | |
| | 102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica | 31 | |
| | 102-6 Mercados atendidos | 17 | 3 |
| Perfil organizacional | 102-7 Porte da organização | 16 | |
| | 102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores | 100, 115 - 117 | |
| | 102-9 Cadeia de fornecedores | 52 | 12 |
| | 102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores | Não houve | |
| | 102-11 Princípio ou abordagem da precaução | 46 | 12 |
| | 102-12 Iniciativas externas | 35 | 17 |
| | 102-13 Participação em associações | 35 | 17 |
| Estratégia | 102-14 Declaração do mais alto executivo | 11 | 3 |
| | 102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades | 23 - 24 | |
| Ética e integridade | 102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento | 20, 21, 34 | 3 |
| | 102-18 Estrutura de governança | 31 | |
| Governança | 102-22 Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês | 31 | |
| | 102-23 Presidente do mais alto órgão de governança | 8, 31 | |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|------------------------------------|---|--|-----|
| Engajamento de stakeholders | 102-40: Lista de grupos de <i>stakeholders</i> | 58-59 | |
| | 102-41 Acordos de negociação coletiva | Todos os colaboradores da Ambev são incorporados em acordos de negociação coletiva | 8 |
| | 102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i> | 58-59 | |
| | 102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i> | 50 - 54 | 17 |
| | 102-44 Principais preocupações e tópicos levantados | 58-59 | |
| Prática de relato | 102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas | 43 | |
| | 102-46 Definição do conteúdo do relatório e dos Limites de tópicos | 4 - 5 | |
| | 102-47 Lista de tópicos materiais | 58 - 61, 118 | |
| | 102-48 Reformulações de informações | 79 | |
| | 102-49 Alterações no relato | Não houve | |
| | 102-50 Período coberto pelo relatório | 1º de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020 | |
| | 102-51 Data do relatório mais recente | Abril de 2020 | |
| | 102-52 Ciclo de emissão de relatórios | Anual | |
| | 102-53 Contato para perguntas sobre o relatório | 146 | |
| | 102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI | 4 - 5 | |
| | 102-55 Sumário de conteúdo da GRI | 104 | |
| | 102-56 Verificação externa | 142 - 145 | |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|--|--|-------------------------|-----|
| Desempenho econômico | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 38 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 38 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 38 | |
| GRI 201: Desempenho Econômico 2016 | 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído | 41, 114 | |
| | 201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas | 76 - 77, 80 - 82 | |
| Presença no mercado | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 38 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 38 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 38 | |
| GRI 202: Presença no Mercado 2016 | 202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local | 1,21% | 10 |
| Impactos econômicos indiretos | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 87 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 87 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 87 | |
| GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016 | 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos | 25 - 30 | 10 |
| Práticas de compra | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 52 - 54 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 52 - 54 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 52 - 54 | |
| GRI 204: Práticas de compras 2016 | 204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais | 52 | 10 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---|---|-------------------------|-----------|
| Combate à corrupção | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 33 - 34 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 33 - 34 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 33 - 34 | |
| GRI 205: Combate à corrupção 2016 | 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção | 34 | 16 |
| Concorrência desleal | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 33 - 34 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 33 - 34 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 33 - 34 | |
| GRI 206: Concorrência Desleal 2016 | 206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio | 34 | 16 |
| Energia | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 78 - 79 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 78 - 79 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 78 - 79 | |
| GRI 302: Energia 2016 | 302-1 Consumo de energia dentro da organização | 78 - 79 | 7,8,12,13 |
| | 302-3 Intensidade energética | 78 - 79 | 7,8,12,13 |
| | 302-4 Redução do consumo de energia | 78 - 79 | 7,8,12,13 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---------------------------------------|---|-------------------------|-----------|
| Água e efluentes | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 64 - 68 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 64 - 68 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 64 - 68 | |
| GRI 303: Água e efluentes 2018 | 303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado | 64 - 68 | 6, 12 |
| | 303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água | 64 - 68 | 6 |
| | 303-3 Captação de água | 64 - 66 | 6 |
| | 303-4 Descarte de água | 64 - 66 | 6 |
| Biodiversidade | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 69 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 69 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 69 | |
| GRI 304: Biodiversidade 2016 | 304-1 Unidades operacionais dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade | 69 | 6, 14, 15 |
| | 304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade | 69 | 6, 14, 15 |
| | 304-3 Habitats protegidos ou restaurados | 69 | 6, 14, 15 |
| | 304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização | 69 | 6, 14, 15 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|--------------------------------------|---|-------------------------|-------------------|
| Emissões | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 76 - 77 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 76 - 77 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 76 - 77 | |
| GRI 305: Emissões 2016 | 305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE) | 83 | 3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) | 83 | 3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE) | 83 | 3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE) | 83 | 13, 14, 15 |
| Resíduos | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 84 - 86 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 84 - 86 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 84 - 86 | |
| GRI 306: Resíduos 2020 | 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos | 84 - 86 | 3, 6, 12, 14, 15 |
| | 306-3 Resíduos gerados | 84 | 3, 6, 12, 14, 15 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---|--|---|----------|
| Conformidade ambiental | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 62 - 63 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 62 - 63 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 62 - 63 | |
| GRI 307: Conformidade ambiental 2016 | 307-1 Não conformidade com leis e regulamentos ambientais | Três autos de infração, lavrados em 14.5.2020 pela Secretaria de Meio Ambiente do Pará, envolvendo irregularidades ambientais no CDD de Marituba, com aplicação de penalidade de multa nos valor históricos de R\$ 1.800.000,00, R\$ 1.500.000,00 e R\$ 400.000,00. | 16 |
| Emprego | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 94 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 94 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 94 | |
| GRI 401: Emprego 2016 | 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados | 127 | 5, 8, 10 |
| | 401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral | 94 | 3, 5, 8 |
| | 401-3 Licença maternidade/paternidade | 94 | 5, 8 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---|--|-------------------------|----------|
| Saúde e segurança do trabalho | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 101 - 102 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 101 - 102 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 101 - 102 | |
| GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2016 | 403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho | 101 - 102 | 3, 8, 12 |
| | 403-3 Serviços de saúde do trabalho | 101 - 102 | 3, 8, 12 |
| | 403-6 Promoção da saúde do trabalhador | 25, 101, 102 | 3, 8, 12 |
| | 403-9 Acidentes de trabalho | 101 - 102 | 3, 8, 12 |
| Capacitação e educação | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 96 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 96 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 96 | |
| GRI 404: Capacitação e educação 2016 | 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado | 133 | 4 e 8 |
| | 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira | 95 | 4 e 8 |
| Diversidade e igualdade de oportunidades | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 98 - 100 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 98 - 100 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 98 - 100 | |
| GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016 | 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados | 100, 134 | 5, 10 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|---|--|-------------------------|-------|
| Avaliação social de fornecedores | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 52 - 54 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 52 - 54 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 52 - 54 | |
| GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016 | 414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais | 52 | 12 |
| Saúde e segurança do consumidor | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 88 - 91 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 88 - 91 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 88 - 91 | |
| GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016 | 416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços | 88 | 3, 12 |
| Marketing e rotulagem | | | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 55 | |
| | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 55 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 55 | |
| GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016 | 417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços | 55 | 3, 12 |
| | 417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços | 55 | 12 |

| Norma | Conteúdo | Página/resposta/omissão | ODS |
|--|--|---|--------|
| Privacidade com o cliente | | | |
| | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 49 | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 49 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 49 | |
| GRI 418: Privacidade do cliente 2016 | 418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes | 49 | |
| Conformidade socioeconômica | | | |
| | 103-1 Explicação do tópico material e seus Limites | 33 | |
| GRI 103: Forma de Gestão 2016 | 103-2 A forma de gestão e seus componentes | 33 | |
| | 103-3 Avaliação da forma de gestão | 33 | |
| GRI 419: Conformidade Socioeconômica 2016 | 419-1 Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica | Não houve quaisquer não conformidades com leis e regulamentos na área socioeconômica em 2020. | 12, 16 |



Conteúdo complementar

GRI 102-8

Total de colaboradores, por gênero e contrato de trabalho

| Total de colaboradores, por gênero e contrato de trabalho | | | | | | | | | |
|---|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| SAZ | - | - | - | - | - | - | 31.711 | 6.782 | 38.493 |
| Permanentes | - | - | - | - | - | - | 30.744 | 5.909 | 36.653 |
| Temporários | - | - | - | - | - | - | 967 | 873 | 1.840 |
| Brasil | 24.899 | 4.614 | 29.513 | 24.378 | 4.528 | 28.906 | 23.847 | 5.306 | 29.153 |
| Permanentes | 23.993 | 3.736 | 27.729 | 23.412 | 3.663 | 27.075 | 22.895 | 4.444 | 27.339 |
| Temporários | 906 | 878 | 1.784 | 966 | 865 | 1.831 | 952 | 862 | 1.814 |
| Brasil (Centro-Oeste) | 2.549 | 414 | 2.963 | 1.477 | 270 | 1.747 | 1.540 | 320 | 1.860 |
| Permanentes | 2.457 | 316 | 2.773 | 1.422 | 208 | 1.630 | 1.442 | 249 | 1.691 |
| Temporários | 92 | 98 | 190 | 55 | 62 | 117 | 98 | 71 | 169 |
| Brasil (Nordeste) | 4.148 | 608 | 4.756 | 4.284 | 683 | 4.967 | 4.216 | 692 | 4.908 |
| Permanentes | 3.972 | 451 | 4.423 | 4.112 | 505 | 4.617 | 4.039 | 538 | 4.577 |
| Temporários | 176 | 157 | 333 | 172 | 178 | 350 | 177 | 154 | 331 |

Total de colaboradores, por gênero e contrato de trabalho

| | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|-------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Brasil (Norte) | 802 | 162 | 964 | 1.232 | 241 | 1.473 | 900 | 199 | 1.099 |
| Permanentes | 765 | 126 | 891 | 1.180 | 192 | 1.372 | 869 | 159 | 1.028 |
| Temporários | 37 | 36 | 73 | 52 | 49 | 101 | 31 | 40 | 71 |
| Brasil (Sudeste) | 13.549 | 2.764 | 16.313 | 14.027 | 3.011 | 17.038 | 13.878 | 3.433 | 17.311 |
| Permanentes | 13.059 | 2.308 | 15.367 | 13.459 | 2.544 | 16.003 | 13.353 | 2.938 | 16.291 |
| Temporários | 490 | 456 | 946 | 568 | 467 | 1.035 | 525 | 495 | 1.020 |
| Brasil (Sul) | 3.851 | 666 | 4.517 | 3.358 | 323 | 3.681 | 3.313 | 662 | 3.975 |
| Permanentes | 3.740 | 535 | 4.275 | 3.239 | 214 | 3.453 | 3.192 | 560 | 3.752 |
| Temporários | 111 | 131 | 242 | 119 | 109 | 228 | 121 | 102 | 223 |

Total de colaboradores, por gênero e contrato de trabalho

| | 2020 | | |
|------------------|--------------|------------|--------------|
| | Homens | Mulheres | Total |
| Argentina | 4.942 | 784 | 5.726 |
| Permanentes | 4.935 | 784 | 5.719 |
| Temporários | 7 | 0 | 7 |
| Bolívia | 1.525 | 345 | 1.870 |
| Permanentes | 1.525 | 345 | 1.870 |
| Temporários | 0 | 0 | 0 |
| Chile | 350 | 92 | 442 |
| Permanentes | 347 | 92 | 439 |
| Temporários | 3 | 0 | 3 |
| Paraguai | 424 | 96 | 520 |
| Permanentes | 424 | 96 | 520 |
| Temporários | 0 | 0 | 0 |
| Uruguai | 623 | 159 | 782 |
| Permanentes | 618 | 148 | 766 |
| Temporários | 5 | 11 | 16 |



GRI 102-47

Lista de
tópicos
materiais

| Relação entre temas materiais e as normas GRI | | |
|---|--|-----------------------------------|
| Ambientais | | |
| Temas materiais | Normas/Temas relatados | Conteúdos GRI |
| Recursos hídricos | Água e efluentes (303) | 303-1, 303-2, 303-3, 303-4 |
| Resíduos e efluentes | Água e efluentes (3030), Resíduos (306) | 306-1, 306-3 |
| Embalagens | Resíduos (306) | 306-1 |
| Inovação | Estratégia | |
| Agricultura sustentável | Agricultura sustentável | 102-9 |
| Uso de energia | Energia (302) | 302-1, 302-3, 302-4 |
| Insumos | Agricultura sustentável | |
| Conservação e regeneração da da biodiversidade e uso da terra | Biodiversidade (304) | 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 |
| Uso de químicos | Publicidade e proteção ao consumidor | |
| Mudanças climáticas e emissões atmosféricas | Emissões (305) e Desempenho econômico (201) | 201-2, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4 |
| Temas socioeconômicos gerais | | |
| Temas materiais | Normas/Temas relatados | Conteúdos GRI |
| Consumo sustentável e responsável | Conteúdos gerais (102) | 102-9, 102-11 |
| Direitos Humanos em geral | Avaliação social de fornecedores (414) | 414-1 |
| Respeito às comunidades do entorno | Modelo de negócios | |
| Geração de emprego e renda | Presença de mercado (202), Impactos econômicos indiretos (203) e Práticas de de compra (204) | 202-2, 203-2, 204-1 |

Relação entre temas materiais e as normas GRI

Temas socioeconômicos na gestão interna e na cadeia de fornecimentos

| Temas materiais | Normas/Temas relatados | Conteúdos GRI |
|---|---|--|
| Segurança e qualidade dos produtos | Saúde e segurança do consumidor (416) | 416-1 (Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços) |
| Governança, ética e transparência | Conteúdos gerais (102), combate à corrupção (205), Concorrência desleal(206) | 102-16, 102-18, 102-22, 102-23 205-2 e 206-1 |
| Satisfação dos clientes | Conteúdos gerais (102) | 102-9 |
| Foco no cliente | Conteúdos gerais (102) | 102-9 |
| Tratamento igualitário a pessoas de diferentes orientações sexuais, raças e gêneros | Diversidade e igualdade de oportunidades (405) | 405-1 |
| Responsabilidade na cadeia de fornecimento | Conteúdos gerais (102) e avaliação social de fornecedores (414) | 102-9 e 414-1 |
| Desempenho econômico e financeiro | Desempenho econômico (201) | 201-1 |
| Condições de trabalho | Emprego (401), Saúde e Segurança no trabalho (403), Diversidade e igualdade de oportunidades(405) | 401-1, 401-2, 401-3 403-1, 403-3, 403-6, 403-9 405-1 |
| Desenvolvimento do capital humano | Capacitação e educação (404) | 404-1, 404-3 |
| Desenvolvimento na cadeia de varejo | Conteúdos Gerais (102) | 102-9 |
| Privacidade da informação | Privacidade do cliente (418) | 418-1 |

GRI 201-1

Demonstração de resultado consolidado

Valor econômico direto gerado e distribuído

Ambev

| R\$ milhões | 2019 | Escopo 2019 | Escopado 2019 | Escopo 2020 | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|-----------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|---------------|
| Volume ('000 hl) | 163.243,0 | | 163.243,0 | 196,2 | | 2.358,7 | 165.797,9 | 1,6% | 1,4% |
| Receita líquida | 52.005,1 | | 52.005,1 | 180,1 | 3.765,1 | 2.428,7 | 58.379,0 | 12,3% | 4,7% |
| ROL/hl (R\$) | 318,6 | | 318,6 | 0,7 | 22,7 | 10,1 | 352,1 | 10,5% | 3,2% |
| CPV | (21.678,2) | | (21.678,2) | (93,3) | (1.675,7) | (3.618,9) | (27.066,1) | 24,9% | 16,7% |
| CPV/hl (R\$) | (132,8) | | (132,8) | (0,4) | (10,1) | (19,9) | (163,2) | 22,9% | 15,0% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (19.005,8) | | (19.005,8) | (93,3) | (1.526,2) | (3.463,8) | (24.089,1) | 26,7% | 18,2% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (116,4) | | (116,4) | (0,4) | (9,2) | (19,2) | (145,3) | 24,8% | 16,5% |
| Lucro bruto | 30.327,0 | | 30.327,0 | 86,8 | 2.089,4 | (1.190,3) | 31.312,9 | 3,3% | -3,9% |
| % Margem bruta | 58,3% | | 58,3% | | | | 53,6% | -470 bps | -480 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (13.324,9) | | (13.324,9) | (74,2) | (1.033,9) | (944,9) | (15.377,8) | 15,4% | 7,1% |
| SG&A deprec. & amort. | (2.002,6) | | (2.002,6) | (0,8) | (99,1) | (87,7) | (2.190,3) | 9,4% | 4,4% |
| SG&A total | (15.327,5) | | (15.327,5) | (75,0) | (1.133,0) | (1.032,6) | (17.568,1) | 14,6% | 6,7% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | 1.472,7 | 594,6 | 878,1 | 2.121,2 | (16,2) | (303,8) | 2.679,4 | 81,9% | -34,6% |
| EBIT ajustado | 16.472,1 | 594,6 | 15.877,5 | 2.133,1 | 940,2 | (2.526,7) | 16.424,2 | -0,3% | -15,9% |
| % Margem EBIT ajustado | 31,7% | | 30,5% | | | | 28,1% | -360 bps | -600 bps |
| EBITDA ajustado | 21.147,1 | 594,6 | 20.552,5 | 2.133,9 | 1.188,9 | (2.283,8) | 21.591,5 | 2,1% | -11,1% |
| % Margem EBITDA ajustado | 40,7% | | 39,5% | | | | 37,0% | -370 bps | -590 bps |

Brasil

| R\$ milhões | 12M19 | Escopo 2019 | 12M19 Escopado | Escopo 2020 | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|-----------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|-------------|--------------|
| Volume ('000 hl) | 106.806,7 | | 106.806,7 | | | 4.478,7 | 111.285,4 | 4,2% | 4,2% |
| Receita líquida | 28.129,9 | | 28.129,9 | | | 2.066,6 | 30.196,5 | 7,3% | 7,3% |
| ROL/hl (R\$) | 263,4 | | 263,4 | | | 8,0 | 271,3 | 3,0% | 3,0% |
| CPV | (12.096,3) | | (12.096,3) | | | (2.016,6) | (14.112,9) | 16,7% | 16,7% |
| CPV/hl (R\$) | (113,3) | | (113,3) | | | (13,6) | (126,8) | 12,0% | 12,0% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (10.592,0) | | (10.592,0) | | | (1.996,8) | (12.588,8) | 18,9% | 18,9% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (99,2) | | (99,2) | | | (14,0) | (113,1) | 14,1% | 14,1% |
| Lucro bruto | 16.033,6 | | 16.033,6 | | | 50,1 | 16.083,6 | 0,3% | 0,3% |
| % Margem bruta | 57,0% | 0,0% | 57,0% | | | | 53,3% | -370 bps | -370 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (7.220,9) | | (7.220,9) | | | (704,2) | (7.925,1) | 9,8% | 9,8% |
| SG&A deprec. & amort. | (1.364,8) | | (1.364,8) | | | (25,6) | (1.390,4) | 1,9% | 1,9% |
| SG&A total | (8.585,7) | | (8.585,7) | | | (729,8) | (9.315,5) | 8,5% | 8,5% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | 1.421,0 | 594,6 | 826,4 | 2.121,2 | | (60,5) | 2.887,2 | 103,2% | -7,3% |
| EBIT ajustado | 8.868,9 | 594,6 | 8.274,3 | 2.121,2 | | (740,2) | 9.655,3 | 8,9% | -8,9% |
| % Margem EBIT ajustado | 31,5% | 0,0% | 29,4% | | | | 32,0% | 50 bps | -440 bps |
| EBITDA ajustado | 11.737,9 | 594,6 | 11.143,3 | 2.121,2 | | (694,9) | 12.569,7 | 7,1% | -6,2% |
| % Margem EBITDA ajustado | 41,7% | 0,0% | 39,6% | | | | 41,6% | -10 bps | -500 bps |

Cerveja Brasil

| R\$ milhões | 12M19 | Escopo 2019 | 12M19 Escopado | Escopo 2020 | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|-----------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------|--------------|
| Volume ('000 hl) | 80.263,7 | | 80.263,7 | | | 4.527,9 | 84.791,7 | 5,6% | 5,6% |
| Receita líquida | 23.765,5 | | 23.765,5 | | | 2.187,6 | 25.953,0 | 9,2% | 9,2% |
| ROL/hl (R\$) | 296,1 | | 296,1 | | | 10,0 | 306,1 | 3,4% | 3,4% |
| CPV | (10.037,9) | | (10.037,9) | | | (1.903,7) | (11.941,7) | 19,0% | 19,0% |
| CPV/hl (R\$) | (125,1) | | (125,1) | | | (15,8) | (140,8) | 12,6% | 12,6% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (8.736,5) | | (8.736,5) | | | (1.875,2) | (10.611,7) | 21,5% | 21,5% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (108,8) | | (108,8) | | | (16,3) | (125,2) | 15,0% | 15,0% |
| Lucro bruto | 13.727,5 | | 13.727,5 | | | 283,9 | 14.011,4 | 2,1% | 2,1% |
| % Margem bruta | 57,8% | 0,0% | 57,8% | | | | 54,0% | -380 bps | -380 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (6.038,5) | | (6.038,5) | | | (671,3) | (6.709,8) | 11,1% | 11,1% |
| SG&A deprec. & amort. | (1.214,0) | | (1.214,0) | | | (9,4) | (1.223,4) | 0,8% | 0,8% |
| SG&A total | (7.252,5) | | (7.252,5) | | | (680,7) | (7.933,2) | 9,4% | 9,4% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | 1.110,3 | 538,8 | 571,6 | 1.824,3 | | (15,5) | 2.380,3 | 114,4% | -2,7% |
| EBIT ajustado | 7.585,4 | 538,8 | 7.046,6 | 1.824,3 | | (412,4) | 8.458,5 | 11,5% | -5,9% |
| % Margem EBIT ajustado | 31,9% | 0,0% | 29,7% | | | | 32,6% | 70 bps | -410 bps |
| EBITDA ajustado | 10.100,8 | 538,8 | 9.562,0 | 1.824,3 | | (374,4) | 11.011,9 | 9,0% | -3,9% |
| % Margem EBITDA ajustado | 42,5% | 0,0% | 40,2% | | | | 42,4% | -10 bps | -480 bps |

NAB Brasil

| R\$ milhões | 12M19 | Escopo 2019 | 12M19 Escopado | Escopo 2020 | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|----------------|-------------|----------------|--------------|--------------------|----------------------|----------------|---------------|---------------|
| Volume ('000 hl) | 26.542,9 | | 26.542,9 | | | (49,2) | 26.493,7 | -0,2% | -0,2% |
| Receita líquida | 4.364,4 | | 4.364,4 | | | (121,0) | 4.243,5 | -2,8% | -2,8% |
| ROL/hl (R\$) | 164,4 | | 164,4 | | | (4,3) | 160,2 | -2,6% | -2,6% |
| CPV | (2.058,4) | | (2.058,4) | | | (112,8) | (2.171,2) | 5,5% | 5,5% |
| CPV/hl (R\$) | (77,5) | | (77,5) | | | (4,4) | (82,0) | 5,7% | 5,7% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (1.855,5) | | (1.855,5) | | | (121,6) | (1.977,1) | 6,6% | 6,6% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (69,9) | | (69,9) | | | (4,7) | (74,6) | 6,8% | 6,8% |
| Lucro bruto | 2.306,0 | | 2.306,0 | | | (233,8) | 2.072,2 | -10,1% | -10,1% |
| % Margem bruta | 52,8% | 0,0% | 52,8% | | | | 48,8% | -400 bps | -400 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (1.182,4) | | (1.182,4) | | | (32,9) | (1.215,4) | 2,8% | 2,8% |
| SG&A deprec. & amort. | (150,8) | | (150,8) | | | (16,2) | (167,0) | 10,7% | 10,7% |
| SG&A total | (1.333,2) | | (1.333,2) | | | (49,1) | (1.382,3) | 3,7% | 3,7% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | 310,7 | 55,8 | 254,8 | 297,0 | | (45,0) | 506,8 | 63,1% | -17,6% |
| EBIT ajustado | 1.283,5 | 55,8 | 1.227,7 | 297,0 | | (327,9) | 1.196,8 | -6,8% | -26,7% |
| % Margem EBIT ajustado | 29,4% | 0,0% | 28,1% | | | | 28,2% | -120 bps | -690 bps |
| EBITDA ajustado | 1.637,1 | 55,8 | 1.581,3 | 297,0 | | (320,5) | 1.557,8 | -4,8% | -20,3% |
| % Margem EBITDA ajustado | 37,5% | 0,0% | 36,2% | | | | 36,7% | -80 bps | -650 bps |

CAC

| R\$ milhões | 12M19 | Escopo | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|----------------|--------|--------------------|----------------------|----------------|--------------|---------------|
| Volume ('000 hl) | 13.859,5 | | | (2.408,3) | 11.451,2 | -17,4% | -17,4% |
| Receita líquida | 6.757,9 | | 1.245,8 | (684,4) | 7.319,3 | 8,3% | -10,1% |
| ROL/hl (R\$) | 487,6 | | 108,8 | 42,8 | 639,2 | 31,1% | 8,8% |
| CPV | (2.934,1) | | (571,4) | 198,0 | (3.307,5) | 12,7% | -6,7% |
| CPV/hl (R\$) | (211,7) | | (49,9) | (27,2) | (288,8) | 36,4% | 12,9% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (2.592,7) | | (498,9) | 209,9 | (2.881,7) | 11,1% | -8,1% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (187,1) | | (43,6) | (21,0) | (251,7) | 34,5% | 11,2% |
| Lucro bruto | 3.823,9 | | 674,4 | (486,4) | 4.011,8 | 4,9% | -12,7% |
| % Margem bruta | 56,6% | | | | 54,8% | -180 bps | -160 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (1.289,0) | | (246,4) | 191,8 | (1.343,6) | 4,2% | -14,9% |
| SG&A deprec. & amort. | (205,0) | | (45,1) | (5,2) | (255,3) | 24,5% | 2,5% |
| SG&A total | (1.494,0) | | (291,5) | 186,6 | (1.598,9) | 7,0% | -12,5% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | 85,8 | | (3,7) | (105,6) | (23,5) | -127,4% | -123,1% |
| EBIT ajustado | 2.415,6 | | 379,2 | (405,4) | 2.389,4 | -1,1% | -16,8% |
| % Margem EBIT ajustado | 35,7% | | | | 32,6% | -310 bps | -260 bps |
| EBITDA ajustado | 2.962,0 | | 496,7 | (388,3) | 3.070,4 | 3,7% | -13,1% |
| % Margem EBITDA ajustado | 43,8% | | | | 41,9% | -190 bps | -140 bps |

LAS

| | 12M19 | Escopo | Conversão de Moeda | IAS 29 Impacto de 9M | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|----------------|--------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------|---------------|---------------|
| Volume ('000 hl) | 32.991,1 | | | | 71,3 | 33.062,4 | 0,2% | 0,2% |
| Receita líquida | 10.028,7 | | 492,8 | | 1.039,3 | 11.560,8 | 15,3% | 10,4% |
| ROL/hl (R\$) | 304,0 | | 14,9 | | 30,8 | 349,7 | 15,0% | 10,1% |
| CPV | (3.998,0) | | (301,2) | | (1.638,2) | (5.937,4) | 48,5% | 41,0% |
| CPV/hl (R\$) | (121,2) | | (9,1) | | (49,3) | (179,6) | 48,2% | 40,7% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (3.356,4) | | (280,8) | | (1.527,9) | (5.165,2) | 53,9% | 45,5% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (101,7) | | (8,5) | | (46,0) | (156,2) | 53,6% | 45,2% |
| Lucro bruto | 6.030,7 | | 191,6 | | (599,0) | 5.623,3 | -6,8% | -9,9% |
| % Margem bruta | 60,1% | | | | | 48,6% | -1150 bps | -1100 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (2.264,5) | | (92,6) | | (550,2) | (2.907,4) | 28,4% | 24,3% |
| SG&A deprec. & amort. | (276,0) | | (5,6) | | (44,2) | (325,9) | 18,1% | 16,0% |
| SG&A total | (2.540,5) | | (98,3) | | (594,5) | (3.233,3) | 27,3% | 23,4% |
| Outras receitas/(despesas) operacionais | (18,0) | | (7,0) | | (134,9) | (159,9) | ns | ns |
| EBIT ajustado | 3.472,2 | | 86,2 | | (1.328,3) | 2.230,2 | -35,8% | -38,3% |
| % Margem EBIT ajustado | 34,6% | | | | | 19,3% | -1530 bps | -1520 bps |
| EBITDA ajustado | 4.389,8 | | 112,3 | | (1.173,8) | 3.328,3 | -24,2% | -26,7% |
| % Margem EBITDA ajustado | 43,8% | | | | | 28,8% | -1500 bps | -1470 bps |

Canadá

| R\$ milhões | 12M19 | Escopo | Conversão de Moeda | Crescimento Orgânico | 12M20 | % Reportado | % Orgânico |
|---|----------------|-------------|--------------------|----------------------|----------------|--------------|--------------|
| Volume ('000 hl) | 9.585,7 | 196,2 | | 217,0 | 9.998,9 | 4,3% | 2,3% |
| Receita líquida | 7.088,6 | 180,1 | 2.026,5 | 7,2 | 9.302,4 | 31,2% | 0,1% |
| ROL/hl (R\$) | 739,5 | 3,6 | 202,7 | (15,4) | 930,3 | 25,8% | -2,1% |
| CPV | (2.649,8) | (93,3) | (803,1) | (162,1) | (3.708,3) | 39,9% | 6,1% |
| CPV/hl (R\$) | (276,4) | (4,0) | (80,3) | (10,1) | (370,9) | 34,2% | 3,7% |
| CPV excl. deprec.& amort. | (2.464,6) | (93,3) | (746,5) | (149,0) | (3.453,4) | 40,1% | 6,0% |
| CPV/hl excl. deprec.& amort. (R\$) | (257,1) | (4,4) | (74,7) | (9,2) | (345,4) | 34,3% | 3,6% |
| Lucro bruto | 4.438,8 | 86,8 | 1.223,5 | (154,9) | 5.594,2 | 26,0% | -3,5% |
| % Margem bruta | 62,6% | | | | 60,1% | -250 bps | -220 bps |
| SG&A excl. deprec. & amort. | (2.550,5) | (74,2) | (694,8) | 117,8 | (3.201,6) | 25,5% | -4,6% |
| SG&A deprec. & amort. | (156,8) | (0,8) | (48,4) | (12,7) | (218,7) | 39,5% | 8,1% |
| SG&A total | (2.707,3) | (75,0) | (743,2) | 105,1 | (3.420,4) | 26,3% | -3,9% |
| Outras receitas/(despesas operacionais) | (16,1) | - | (5,4) | (2,9) | (24,4) | 51,7% | 18,0% |
| EBIT ajustado | 1.715,4 | 11,8 | 474,9 | (52,7) | 2.149,4 | 25,3% | -3,1% |
| % Margem EBIT ajustado | 24,2% | | | | 23,1% | -110 bps | -80 bps |
| EBITDA ajustado | 2.057,4 | 12,7 | 579,9 | (26,9) | 2.623,0 | 27,5% | -1,3% |
| % Margem EBITDA ajustado | 29,0% | | | | 28,2% | -80 bps | -40 bps |

GRI 401-1

Novas contratações e rotatividade de empregados

Novas contratações e rotatividade (por faixa etária)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Brasil Total | 3.228 | 0,12 | 5.293 | 0,14 | 3.786 | 0,44 | 6.251 | 0,52 |
| Até 30 anos | 2.173 | 0,08 | 3.384 | 0,09 | 1.368 | 0,16 | 2.245 | 0,20 |
| De 30 a 50 anos | 1.040 | 0,04 | 1.861 | 0,05 | 2.135 | 0,13 | 3.509 | 0,16 |
| Acima de 50 anos | 15 | 0,00 | 48 | 0,00 | 283 | 0,16 | 497 | 0,17 |
| Brasil (Centro-oeste) | 184 | 0,67 | 181 | 0,49 | 295 | 59,89 | 359 | 35,80 |
| Até 30 anos | 131 | 0,48 | 149 | 0,41 | 107 | 20,23 | 131 | 2,24 |
| De 30 a 50 anos | 53 | 0,19 | 31 | 0,08 | 166 | 16,50 | 216 | 21,56 |
| Acima de 50 anos | 0 | 0,00 | 1 | 0,00 | 22 | 23,16 | 12 | 12,00 |
| Brasil (Nordeste) | 468 | 1,70 | 456 | 1,25 | 617 | 43,52 | 559 | 39,97 |
| Até 30 anos | 344 | 1,25 | 332 | 0,91 | 211 | 15,61 | 175 | 13,26 |
| De 30 a 50 anos | 124 | 0,45 | 121 | 0,33 | 360 | 12,10 | 338 | 11,43 |
| Acima de 50 anos | 0 | 0,00 | 3 | 0,01 | 46 | 15,81 | 46 | 15,28 |
| Brasil (Norte) | 155 | 0,56 | 89 | 0,24 | 162 | 32,95 | 138 | 36,06 |
| Até 30 anos | 106 | 0,39 | 60 | 0,16 | 56 | 12,64 | 41 | 13,36 |
| De 30 a 50 anos | 49 | 0,17 | 29 | 0,08 | 99 | 11,67 | 90 | 14,06 |
| Acima de 50 anos | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 7 | 8,64 | 7 | 8,64 |

Novas contratações e rotatividade (por faixa etária)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|-------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Brasil (Sudeste) | 1.954 | 7,11 | 1.952 | 6,15 | 2.224 | 44,73 | 2.733 | 54,55 |
| Até 30 anos | 1.300 | 4,73 | 1.144 | 3,94 | 806 | 15,26 | 936 | 17,64 |
| De 30 a 50 anos | 641 | 2,33 | 779 | 2,13 | 1.249 | 12,74 | 1.585 | 15,88 |
| Acima de 50 anos | 13 | 0,05 | 29 | 0,08 | 169 | 16,73 | 212 | 21,03 |
| Brasil (Sul) | 467 | 1,70 | 426 | 1,17 | 488 | 41,54 | 657 | 54,02 |
| Até 30 anos | 292 | 1,06 | 298 | 0,81 | 188 | 16,25 | 257 | 23,45 |
| De 30 a 50 anos | 173 | 0,63 | 124 | 0,35 | 261 | 11,26 | 355 | 15,00 |
| Acima de 50 anos | 2 | 0,01 | 4 | 0,01 | 39 | 14,03 | 45 | 15,57 |
| Argentina | | | 1.215 | 2,32 | | | 1.141 | 56,37 |
| Até 30 anos | ND | ND | 630 | 1,72 | ND | ND | 430 | 27,30 |
| De 30 a 50 anos | ND | ND | 579 | 0,58 | ND | ND | 635 | 18,57 |
| Acima de 50 anos | ND | ND | 6 | 0,02 | ND | ND | 76 | 10,50 |
| Bolívia | | | 293 | 0,80 | | | 168 | 45,69 |
| Até 30 anos | ND | ND | 234 | 0,64 | ND | ND | 49 | 8,99 |
| De 30 a 50 anos | ND | ND | 59 | 0,16 | ND | ND | 45 | 4,10 |
| Acima de 50 anos | ND | ND | 0 | 0,00 | ND | ND | 74 | 32,60 |

Novas contratações e rotatividade (por faixa etária)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|------------------|--------------|-----|------------|-------------|--------------|-------------|------------|---------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Chile | | | 96 | 0,26 | | | 235 | 157,12 |
| Até 30 anos | ND | ND | 49 | 0,13 | ND | ND | 67 | 43,51 |
| De 30 a 50 anos | ND | ND | 45 | 0,12 | ND | ND | 147 | 59,76 |
| Acima de 50 anos | ND | ND | 2 | 0,01 | ND | ND | 21 | 53,85 |
| Paraguai | | | 40 | 0,11 | | | 40 | 24,69 |
| Até 30 anos | ND | ND | 30 | 0,08 | ND | ND | 23 | 13,29 |
| De 30 a 50 anos | ND | ND | 10 | 0,03 | ND | ND | 15 | 4,73 |
| Acima de 50 anos | ND | ND | 0 | 0,00 | ND | ND | 2 | 6,67 |
| Uruguai | | | 241 | 0,66 | 0 | 0,00 | 221 | 76,51 |
| Até 30 anos | ND | ND | 158 | 0,43 | | | 136 | 53,13 |
| De 30 a 50 anos | ND | ND | 80 | 0,22 | | | 83 | 21,84 |
| Acima de 50 anos | ND | ND | 3 | 0,01 | | | 2 | 1,54 |

Novas contratações e rotatividade (por gênero)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Brasil Total | 3.228 | 11,76 | 5.293 | 14,44 | 3.786 | 0,29 | 6.251 | 0,33 |
| Homens | 2.435 | 8,87 | 3.949 | 10,77 | 3.169 | 0,13 | 5.337 | 0,17 |
| Mulheres | 793 | 2,89 | 1.344 | 3,67 | 617 | 0,16 | 914 | 0,15 |
| Brasil (Centro-oeste) | 194 | 0,67 | 181 | 0,49 | 295 | 39,21 | 359 | 40,85 |
| Homens | 142 | 0,52 | 122 | 0,33 | 250 | 17,58 | 311 | 21,57 |
| Mulheres | 52 | 0,15 | 59 | 0,16 | 45 | 21,63 | 48 | 19,28 |
| Brasil (Nordeste) | 468 | 1,70 | 456 | 1,24 | 617 | 27,51 | 559 | 24,31 |
| Homens | 377 | 1,37 | 352 | 0,96 | 545 | 13,25 | 494 | 12,23 |
| Mulheres | 91 | 0,33 | 104 | 0,28 | 72 | 14,26 | 65 | 12,08 |
| Brasil (Norte) | 155 | 0,57 | 89 | 0,24 | 162 | 25,50 | 138 | 26,16 |
| Homens | 120 | 0,44 | 64 | 0,17 | 135 | 11,44 | 118 | 13,58 |
| Mulheres | 35 | 0,13 | 25 | 0,07 | 27 | 14,06 | 20 | 12,58 |

Novas contratações e rotatividade (por gênero)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|-------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Brasil (Sudeste) | 1.954 | 7,12 | 2.252 | 6,14 | 2.194 | 29,00 | 2.733 | 32,68 |
| Homens | 1.425 | 5,19 | 1.598 | 4,36 | 1.800 | 13,51 | 2.273 | 17,02 |
| Mulheres | 529 | 1,93 | 654 | 1,78 | 394 | 15,49 | 460 | 15,66 |
| Brasil (Sul) | 467 | 1,70 | 430 | 1,17 | 488 | 28,00 | 657 | 38,55 |
| Homens | 371 | 1,35 | 300 | 0,82 | 409 | 12,63 | 535 | 16,76 |
| Mulheres | 96 | 0,35 | 130 | 0,35 | 79 | 15,37 | 122 | 21,79 |
| Argentina | | | 1.215 | 3,32 | | | 1.141 | 32,03 |
| Homens | ND | ND | 1.081 | 2,95 | ND | ND | 1.058 | 21,44 |
| Mulheres | ND | ND | 134 | 0,37 | ND | ND | 83 | 10,59 |
| Bolívia | | | 293 | 0,79 | | | 168 | 16,85 |
| Homens | ND | ND | 152 | 0,41 | ND | ND | 142 | 9,31 |
| Mulheres | ND | ND | 141 | 0,38 | ND | ND | 26 | 7,54 |

Novas contratações e rotatividade (por gênero)

| | Contratações | | | | Rotatividade | | | |
|-----------------|--------------|-----|------------|-------------|--------------|-----|------------|--------------|
| | 2019 | (%) | 2020 | (%) | 2019 | (%) | 2020 | (%) |
| Chile | | | 96 | 0,26 | | | 235 | 83,70 |
| Homens | ND | ND | 70 | 0,19 | ND | ND | 215 | 61,96 |
| Mulheres | ND | ND | 26 | 0,07 | ND | ND | 20 | 21,74 |
| Paraguai | | | 40 | 0,11 | | | 40 | 15,88 |
| Homens | ND | ND | 29 | 0,08 | ND | ND | 32 | 7,55 |
| Mulheres | ND | ND | 11 | 0,03 | ND | ND | 8 | 8,33 |
| Uruguai | | | 241 | 0,65 | | | 221 | 67,62 |
| Homens | ND | ND | 181 | 0,49 | ND | ND | 159 | 25,73 |
| Mulheres | ND | ND | 60 | 0,16 | ND | ND | 62 | 41,89 |

404-1

Média de horas de capacitação por ano, por gênero e categoria funcional 2020

| Packaging | | | | | |
|---------------------|-----------|----------|---------------|--------------|-----------------------|
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 8.346 | 7.428 | 247 | 671 | 495.000 | 13h |
| Vendas Rota | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 6.913 | 5.566 | 619 | 728 | 349.000 | 6h |
| Logística | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 2.793 | 2.151 | 390 | 252 | 32.000 | 3h |
| Processo Cervejeiro | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 2.134 | 1.757 | 212 | 165 | 112.000 | 11h |
| Vendas As | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 1.425 | 1.051 | 219 | 155 | 68.000 | 9h |

| Manutenção | | | | | |
|-----------------------|---------------|--------------|---------------|------------------|-----------------------|
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 1.392 | 1.251 | 70 | 71 | 82.000 | 14h |
| Qualidade Assegurada | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 830 | 369 | 398 | 63 | 116.000 | 4h |
| Aprendiz Supply | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 577 | 218 | 205 | 154 | 712 | 1h |
| Produção | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 773 | 669 | 66 | 38 | 51.000 | 15h |
| Gente e Gestão | | | | | |
| Treinados | Gênero | | | Horas | |
| Total | Masculino | Feminino | Não Declarado | Horas Totais | Horas por Colaborador |
| 1.022 | 383 | 564 | 75 | 22.000 | 5h |
| TOTAIS (AMBEV Brasil) | | | | | |
| 25.432 | 20.174 | 2.924 | 2.334 | 1.276.712 | 50,20 |

GRI 405-1

Diversidade
em órgãos de
governança e
empregados

Número total e percentual de pessoas com deficiência, por categoria funcional (Brasil)

| | 2018 | | | 2019 | | | 2020 | | |
|--------------------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| | Ambev | PCDs | % | Ambev | PCDs | % | Ambev | PCDs | % |
| Diretoria | 291 | 1 | 0,34% | 310 | 2 | 0,65% | 341 | 1 | 0,29% |
| Gerência | 3.322 | 53 | 1,60% | 3.885 | 60 | 1,54% | 4.580 | 62 | 1,35% |
| Liderança | 4.441 | 99 | 2,23% | 4.318 | 107 | 2,48% | 4.610 | 109 | 2,36% |
| Operacional | 19.675 | 1.228 | 6,24% | 18.952 | 1.299 | 6,85% | 19.028 | 1.147 | 6,03% |
| Aprendizes e estagiários | 1.784 | 39 | 2,19% | 1.831 | 20 | 1,09% | 1.810 | 14 | 0,77% |
| Total | 29.513 | 1.420 | 4,81% | 29.296 | 1.488 | 5,08% | 30.369 | 1.333 | 4,39% |

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por gênero (SAZ)

| | Homens | (%) | Mulheres | (%) | Total |
|------------------|--------|--------|----------|--------|--------|
| Argentina | | | | | |
| Diretoria | 38 | 77,55% | 11 | 22,45% | 49 |
| Gêrencia | 231 | 68,55% | 106 | 31,45% | 337 |
| Liderança | 284 | 65,44% | 150 | 34,56% | 434 |
| Operacional | 4.382 | 89,45% | 517 | 10,55% | 4.899 |
| Soma | 4.935 | 86,29% | 784 | 13,71% | 5.719 |
| Bolívia | | | | | |
| Diretoria | 9 | 90,00% | 1 | 10,00% | 10 |
| Gêrencia | 46 | 85,19% | 8 | 14,81% | 54 |
| Liderança | 71 | 68,27% | 33 | 31,73% | 104 |
| Operacional | 1.399 | 82,20% | 303 | 17,80% | 1.702 |
| Soma | 1.525 | 81,55% | 345 | 18,45% | 1.870 |
| Brasil | | | | | |
| Diretoria | 287 | 79,72% | 73 | 20,28% | 360 |
| Gêrencia | 1.958 | 64,66% | 1.070 | 35,34% | 3.028 |
| Liderança | 1.848 | 67,84% | 876 | 32,16% | 2.724 |
| Operacional | 18.802 | 88,58% | 2.425 | 11,42% | 21.227 |
| Soma | 22.895 | 83,74% | 4.444 | 16,26% | 27.339 |

| | Homens | (%) | Mulheres | (%) | Total |
|------------------------------|--------|---------|----------|--------|-------|
| Brasil (Centro-Oeste) | | | | | |
| Diretoria | 7 | 87,50% | 1 | 12,50% | 8 |
| Gêrencia | 83 | 59,71% | 56 | 40,29% | 139 |
| Liderança | 93 | 69,92% | 40 | 30,08% | 133 |
| Operacional | 1.259 | 89,23% | 152 | 10,77% | 1.411 |
| Soma | 1.442 | 85,27% | 249 | 14,73% | 1.691 |
| Brasil (Nordeste) | | | | | |
| Diretoria | 14 | 93,33% | 1 | 6,67% | 15 |
| Gêrencia | 159 | 69,74% | 69 | 30,26% | 228 |
| Liderança | 227 | 70,94% | 93 | 29,06% | 320 |
| Operacional | 3.639 | 90,66% | 375 | 9,34% | 4.014 |
| Soma | 4.039 | 88,25% | 538 | 11,75% | 4.577 |
| Brasil (Norte) | | | | | |
| Diretoria | 7 | 100,00% | 0 | 0,00% | 7 |
| Gêrencia | 67 | 67,68% | 32 | 32,32% | 99 |
| Liderança | 72 | 70,59% | 30 | 29,41% | 102 |
| Operacional | 723 | 88,17% | 97 | 11,83% | 820 |
| Soma | 869 | 84,53% | 159 | 15,47% | 1.028 |

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por gênero (SAZ)

| | Homens | (%) | Mulheres | (%) | Total |
|-------------------------|--------|--------|----------|--------|--------|
| Brasil (Sudeste) | | | | | |
| Diretoria | 240 | 78,18% | 67 | 21,82% | 307 |
| Gêrencia | 1.498 | 64,21% | 835 | 35,79% | 2.333 |
| Liderança | 1.231 | 66,33% | 625 | 33,67% | 1.856 |
| Operacional | 10.384 | 88,04% | 1.411 | 11,96% | 11.795 |
| Soma | 13.353 | 81,97% | 2.938 | 18,03% | 16.291 |
| Brasil (Sul) | | | | | |
| Diretoria | 19 | 82,61% | 4 | 17,39% | 23 |
| Gêrencia | 151 | 65,94% | 78 | 34,06% | 229 |
| Liderança | 225 | 71,88% | 88 | 28,12% | 313 |
| Operacional | 2.797 | 87,76% | 390 | 12,24% | 3.187 |
| Soma | 3.192 | 85,07% | 560 | 14,93% | 3.752 |
| Chile | | | | | |
| Diretoria | 13 | 92,86% | 1 | 7,14% | 14 |
| Gêrencia | 32 | 66,67% | 16 | 33,33% | 48 |
| Liderança | 45 | 66,18% | 23 | 33,82% | 68 |
| Operacional | 257 | 83,17% | 52 | 16,83% | 309 |
| Soma | 347 | 79,04% | 92 | 20,96% | 439 |

| | Homens | (%) | Mulheres | (%) | Total |
|-----------------|---------------|---------|--------------|--------|---------------|
| Paraguai | | | | | |
| Diretoria | 5 | 71,43% | 2 | 28,57% | 7 |
| Gêrencia | 25 | 65,79% | 13 | 34,21% | 38 |
| Liderança | 36 | 62,07% | 22 | 37,93% | 58 |
| Operacional | 358 | 85,85% | 59 | 14,15% | 417 |
| Soma | 424 | 81,54% | 94 | 18,08% | 520 |
| Uruguai | | | | | |
| Diretoria | 3 | 100,00% | 0 | 0,00% | 3 |
| Gêrencia | 13 | 65,00% | 7 | 35,00% | 20 |
| Liderança | 14 | 38,89% | 22 | 61,11% | 36 |
| Operacional | 588 | 83,17% | 119 | 16,83% | 707 |
| Soma | 618 | 80,68% | 148 | 19,32% | 766 |
| Total | 30.744 | | 5.909 | | 36.653 |

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por faixa etária*

| | 2018 | | 2019 | |
|--------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | Colaboradores | (%) | Colaboradores | (%) |
| Diretoria | | | | |
| Abaixo de 30 anos | 23 | 7,90% | 15 | 4,84% |
| Entre 31 e 50 anos | 245 | 84,19% | 269 | 86,77% |
| Mais de 51 anos | 23 | 7,90% | 26 | 8,39% |
| Soma | 291 | 100,00% | 310 | 100,00% |
| Gerência | | | | |
| Abaixo de 30 anos | 1.299 | 39,10% | 1.323 | 34,05% |
| Entre 31 e 50 anos | 1.853 | 55,78% | 2.386 | 61,42% |
| Mais de 51 anos | 170 | 5,12% | 176 | 4,53% |
| Soma | 3.322 | 100,00% | 3.885 | 100,00% |
| Liderança | | | | |
| Abaixo de 30 anos | 2.250 | 50,66% | 1.955 | 45,28% |
| Entre 31 e 50 anos | 1.973 | 44,43% | 2.134 | 49,42% |
| Mais de 51 anos | 218 | 4,91% | 229 | 5,30% |
| Soma | 4.441 | 100,00% | 4.318 | 100,00% |

| | 2018 | | 2019 | |
|-------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | Colaboradores | (%) | Colaboradores | (%) |
| Operacional | | | | |
| Abaixo de 30 anos | 6.807 | 34,60% | 5.470 | 28,86% |
| Entre 31 e 50 anos | 11.533 | 58,62% | 12.158 | 64,15% |
| Mais de 51 anos | 1.335 | 6,79% | 1.324 | 6,99% |
| Soma | 19.675 | 100,00% | 18.952 | 100,00% |
| Aprendiz e estagiários | | | | |
| Abaixo de 30 anos | 1.769 | 99,16% | 1.807 | 98,69% |
| Entre 31 e 50 anos | 15 | 0,84% | 24 | 1,31% |
| Mais de 51 anos | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| Soma | 1.784 | 100,00% | 1.831 | 100,00% |
| Total | 29.513 | | 29.296 | |

* 2018 e 2019: Número Brasil

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por faixa etária

| | 2020** | | | | | | Total |
|------------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|
| | Abaixo de 30 anos | (%) | Entre 31 e 50 anos | (%) | Mais de 51 anos | (%) | |
| Argentina | | | | | | | |
| Diretoria | 1 | 2,04% | 47 | 95,92% | 1 | 2,04% | 49 |
| Gêrencia | 63 | 18,69% | 260 | 77,15% | 14 | 4,15% | 337 |
| Liderança | 177 | 40,78% | 242 | 55,76% | 15 | 3,46% | 434 |
| Operacional | 1.334 | 27,23% | 2.871 | 58,60% | 694 | 14,17% | 4.899 |
| Soma | 1.575 | 27,54% | 3.420 | 59,80% | 724 | 12,66% | 5.719 |
| Bolivia | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 8 | 80,00% | 2 | 20,00% | 10 |
| Gêrencia | 5 | 9,26% | 47 | 87,04% | 2 | 3,70% | 54 |
| Liderança | 33 | 31,73% | 68 | 65,38% | 3 | 2,88% | 104 |
| Operacional | 507 | 29,79% | 975 | 57,29% | 220 | 12,93% | 1.702 |
| Soma | 545 | 29,14% | 1.098 | 58,72% | 227 | 12,14% | 1.870 |
| Brasil | | | | | | | |
| Diretoria | 22 | 6,11% | 326 | 90,56% | 12 | 3,33% | 360 |
| Gêrencia | 986 | 32,56% | 1.917 | 63,31% | 125 | 4,13% | 3.028 |
| Liderança | 1.134 | 41,63% | 1.477 | 54,22% | 113 | 4,15% | 2.724 |
| Operacional | 6.475 | 30,50% | 13.223 | 62,29% | 1.529 | 7,20% | 21.227 |
| Soma | 8.617 | 31,52% | 16.943 | 61,97% | 1.779 | 6,51% | 27.339 |

** 2020: Número SAZ

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por faixa etária

| | 2020** | | | | | | Total |
|------------------------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|-----------------|--------------|--------------|
| | Abaixo de 30 anos | (%) | Entre 31 e 50 anos | (%) | Mais de 51 anos | (%) | |
| Brasil (Centro-Oeste) | | | | | | | |
| Diretoria | 2 | 25,00% | 6 | 75,00% | 0 | 0,00% | 8 |
| Gêrencia | 72 | 51,80% | 66 | 47,48% | 1 | 0,72% | 139 |
| Liderança | 52 | 39,10% | 77 | 57,89% | 4 | 3,01% | 133 |
| Operacional | 463 | 32,81% | 853 | 60,45% | 95 | 6,73% | 1.411 |
| Soma | 589 | 34,83% | 1.002 | 59,25% | 100 | 5,91% | 1.691 |
| Brasil (Nordeste) | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 14 | 93,33% | 1 | 6,67% | 15 |
| Gêrencia | 63 | 27,63% | 158 | 69,30% | 7 | 3,07% | 228 |
| Liderança | 103 | 32,19% | 202 | 63,13% | 15 | 4,69% | 320 |
| Operacional | 1.154 | 28,75% | 2.582 | 64,32% | 278 | 6,93% | 4.014 |
| Soma | 1.320 | 28,84% | 2.956 | 64,58% | 301 | 6,58% | 4.577 |
| Brasil (Norte) | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 6 | 85,71% | 1 | 14,29% | 7 |
| Gêrencia | 33 | 33,33% | 64 | 64,65% | 2 | 2,02% | 99 |
| Liderança | 32 | 31,37% | 66 | 64,71% | 4 | 3,92% | 102 |
| Operacional | 242 | 29,51% | 504 | 61,46% | 74 | 9,02% | 820 |
| Soma | 307 | 29,86% | 640 | 62,26% | 81 | 7,88% | 1.028 |

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por faixa etária

| | 2020** | | | | | | Total |
|-------------------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|-----------------|--------------|---------------|
| | Abaixo de 30 anos | (%) | Entre 31 e 50 anos | (%) | Mais de 51 anos | (%) | |
| Brasil (Sudeste) | | | | | | | |
| Diretoria | 19 | 6,19% | 279 | 90,88% | 9 | 2,93% | 307 |
| Gêrencia | 764 | 32,75% | 1.464 | 62,75% | 105 | 4,50% | 2.333 |
| Liderança | 846 | 45,58% | 943 | 50,81% | 67 | 3,61% | 2.333 |
| Operacional | 3.676 | 31,17% | 7.292 | 61,82% | 827 | 7,01% | 11.795 |
| Soma | 5.305 | 32,56% | 9.978 | 61,25% | 1.008 | 6,19% | 16.768 |
| Brasil (Sul) | | | | | | | |
| Diretoria | 1 | 4,35% | 21 | 91,30% | 1 | 4,35% | 23 |
| Gêrencia | 54 | 23,58% | 165 | 72,05% | 10 | 4,37% | 229 |
| Liderança | 101 | 32,27% | 189 | 60,38% | 23 | 7,35% | 313 |
| Operacional | 940 | 29,49% | 1.992 | 62,50% | 255 | 8,00% | 3.187 |
| Soma | 1.096 | 29,21% | 2.367 | 63,09% | 289 | 7,70% | 3.752 |
| Chile | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 14 | 100,00% | 0 | 0,00% | 14 |
| Gêrencia | 5 | 10,42% | 41 | 85,42% | 2 | 4,17% | 48 |
| Liderança | 42 | 61,76% | 25 | 36,76% | 1 | 1,47% | 68 |
| Operacional | 107 | 34,63% | 166 | 53,72% | 36 | 11,65% | 309 |
| Soma | 154 | 35,08% | 246 | 56,04% | 39 | 8,88% | 439 |

Número total e percentual de colaboradores por categoria funcional, por faixa etária

| | 2020** | | | | | | Total |
|-----------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|
| | Abaixo de 30 anos | (%) | Entre 31 e 50 anos | (%) | Mais de 51 anos | (%) | |
| Paraguai | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 6 | 85,71% | 1 | 14,29% | 7 |
| Gêrencia | 10 | 26,32% | 27 | 71,05% | 1 | 2,63% | 38 |
| Liderança | 34 | 58,62% | 24 | 41,38% | 0 | 0,00% | 58 |
| Operacional | 129 | 30,94% | 260 | 62,35% | 28 | 6,71% | 417 |
| Soma | 173 | 33,27% | 317 | 60,96% | 30 | 5,77% | 520 |
| Uruguai | | | | | | | |
| Diretoria | 0 | 0,00% | 3 | 100,00% | 0 | 0,00% | 3 |
| Gêrencia | 1 | 5,00% | 17 | 85,00% | 2 | 10,00% | 20 |
| Liderança | 17 | 47,22% | 19 | 52,78% | 0 | 0,00% | 36 |
| Operacional | 238 | 33,66% | 341 | 48,23% | 128 | 18,10% | 707 |
| Soma | 256 | 33,42% | 380 | 49,61% | 130 | 16,97% | 766 |
| Total | 11.320 | | 22.404 | | 2.929 | | 36.653 |

Carta de asseguração

GRI 102-56



KPMG Assessores Ltda.
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de verificação limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas
Ambev S.A.
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pela Ambev S.A. (“Ambev” ou “Companhia”) com o objetivo de aplicar procedimentos de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relato ESG 2020 (“Relatório”) acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2020.

Responsabilidades da administração da Ambev

A administração da Ambev é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relato ESG 2020 de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e

com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de verificação limitada conduzidos de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e com a metodologia desenvolvida globalmente pela KPMG para verificação de informações sociais e ambientais divulgadas em relatórios de sustentabilidade denominada KPMG Sustainability Assurance Manual – KSAM, aplicável para dados históricos não financeiros.

Essa metodologia exige o cumprimento de requisitos éticos, incluindo os de independência, e o trabalho também é realizado para fornecer verificação limitada de que as informações divulgadas no Relatório da Ambev, tomadas como um todo, estão livres de distorção relevante.

Um trabalho de verificação limitada conduzido de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e KPMG Sustainability Assurance Manual – KSAM consiste principalmente de indagações à administração da Ambev e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de verificação limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- a.** planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Ambev, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório da Ambev. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;
- b.** entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;
- c.** análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos Standards para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI - Standards)*;
- d.** avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:
 - entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
 - aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;
 - análise de evidências que suportam as informações divulgadas;
- e.** análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia.
- f.** confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de verificação limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de verificação razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de verificação razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de verificação razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relato ESG 2020 da Ambev, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards)* e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 29 de abril de 2021

KPMG Assessores Ltda.



Marcio Andrade Barreto
Sócio - diretor

CRÉDITOS

GRI 102-53

Coordenação geral

Relações Corporativas da Cervejaria Ambev

Consultoria GRI, conteúdo e design

Approach Comunicação

Fotografia

Banco de imagens Ambev

Marlon Diego/ Divulgação

Dúvidas sobre o conteúdo ou outras informações podem ser encaminhadas para o e-mail ri@ambev.com.br.

Consulte também o nosso site www.ambev.com.br.



ambev
#AlémDosRótulos

ambev.com.br