



Por una vida mejor



Informe 2022 Sostenibilidad y Compromiso Social
Países Andinos, Centroamérica y El Caribe

#ForBetter

Para Bayer la sostenibilidad implica moldear el futuro con éxito y, como parte de nuestra estrategia corporativa, este es un principio integral con el cual estamos comprometidos cada uno de nosotros en nuestro trabajo diario. Los que trabajamos en la región de Países Andinos, Centroamérica y El Caribe (PACA) estamos convencidos de que sólo podemos lograr un éxito comercial duradero si, a través de nuestras innovaciones, aumentamos nuestra contribución a la superación de los constantes desafíos en los ámbitos de la seguridad alimentaria, desigualdad social, acceso al cuidado de la salud y la planificación familiar.

Este informe registra algunas acciones ejecutadas en el 2022, donde fuimos consecuentes con el cumplimiento de nuestro compromiso con las comunidades en las cuales operamos, así como con el medioambiente.

Agradezco a todos los colaboradores y aliados que sumaron esfuerzos para ponerle cara, nombre, apellido e historia a la sostenibilidad de Bayer en PACA y presentarles así nuestras “Acciones por una vida mejor”.



Christian A. Meyer

CEO
Bayer en Países Andinos, Centroamérica y El Caribe

Sobre este reporte

Hemos clasificado nuestras acciones de acuerdo con nuestros compromisos frente a la sostenibilidad. Esto incluye, entre otros:



Gobierno corporativo

Donde incluimos las prácticas, principios y regulaciones que nos permiten gestionar nuestros negocios de forma responsable frente a las tres dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, social y gobernanza.



Nuestro foco en la agricultura

Trabajamos para aumentar la seguridad alimentaria y mejorar la sostenibilidad medioambiental en la agricultura, a través de innovaciones agrícolas como la biotecnología, contribuimos al cultivo de alimentos y a brindar herramientas digitales que pueden dar lugar a resultados transformadores en esta área.



Nuestro foco en el cuidado de la salud

Trabajamos para que más personas puedan tener una mejor salud y calidad de vida y para ayudarles a que salgan de la pobreza, a través de nuestro portafolio de productos de autocuidado y de salud femenina y, también, con plataformas educativas y de acceso a medicamentos.



Cadena de valor

En nuestro compromiso con la conducta empresarial responsable, interactuamos con distintos stakeholders (partes interesadas) a través de regulaciones que nos permiten realizar nuestros negocios de manera transparente. Promovemos las alianzas como un medio para asegurar el desarrollo social, económico y ambiental en las comunidades en donde operamos.



Nuestro foco en los colaboradores

Actuamos no sólo sobre la base de los Derechos Humanos con nuestros colaboradores, promoviendo su bienestar y desarrollo, sino con programas para el mejor balance de vida de cada uno de ellos.



Nuestro foco en la protección del medioambiente

Como empresa de ciencias de la vida, Bayer ha reconocido los riesgos que supone el cambio climático global. Nuestro objetivo es reducir de forma continua las emisiones de gases de efecto invernadero en nuestra empresa y en conjunto con toda la cadena de valor.



“

Bayer y su historia de 160 años ha estado marcada por el compromiso genuino de hacer 'Ciencia para una vida mejor'.

Esto nos llena de pasión y nos da la convicción de seguir trabajando por las personas y por tener un mundo más sostenible.



Germán Fernández

Head of Communications, Public Affairs, Science & Sustainability
Bayer en Países Andinos, Centroamérica y El Caribe

Nuestras contribuciones en 2022

Contribuciones (monetarias y no monetarias)



16 ONGs apoyadas
35.731 personas beneficiadas (aproximadamente)
628.598 Euros

Consumo Energético

30% corresponde a energía verde



Colaboradores (D&I)

52% Hombres 
48% Mujeres 
+15 Nacionalidades 

Salud y Seguridad

para nuestros colaboradores
92 Eventos
548 Participaciones



Impensable lo que significa para una mujer la oportunidad de generar alimento para ella y su familia desde su propio huerto, inimaginable lo que significa para un pequeño agricultor aplicar tecnología en su tierra, esperanzador para un médico contar con una solución para su paciente... el alcance de lo que hacemos no tiene límites, por eso seguimos trabajando por brindar 'Ciencia para una vida mejor' de forma sostenible.



Mitchelle Romero

Sustainability Manager
 Bayer en Países Andinos, Centroamérica y El Caribe

Voluntariados en 2022

En el 2022 sumamos la participación de:

177 voluntarios,



con más de **+650** horas de voluntariado,



y beneficiando a **+1.000** personas, esto en distintas **acciones sociales y ambientales.**



Me encanta contar las historias que reflejan cómo contribuimos a la sostenibilidad a través de actividades que impactan de manera positiva a las personas y al medioambiente. Este sentimiento es compartido por muchos de nuestros colaboradores que tienen esa sensibilidad social y viven la sostenibilidad y el compromiso social a través de su participación en voluntariados, proyectos e iniciativas.



María Agüero

Sustainability Communications
Bayer en Países Andinos, Centroamérica y El Caribe

Contenido

1. Acerca de Bayer

1.1	Perfil corporativo	12
1.2	Estrategias de Negocio	13
1.3	Nuestros valores	22
1.4	Nuestra región	22
1.5	Estrategia de Sostenibilidad	23
1.6	Áreas de enfoque: Valor agregado para las personas y el medio ambiente	26

2. Gobernanza Corporativa

2.1	Prácticas y Principios	28
2.2	Principios de Compromiso Social (BASE)	29
2.3	Nuestros lineamientos principales y el conjunto de valores fundamentales	30
2.4	Transparencia	30
2.5	Cumplimiento	30
2.6	Privacidad de datos	32
2.7	Gestión de riesgos	33
2.8	Estándares de Sostenibilidad	33
2.9	Gestión de la Sostenibilidad	35
2.10	Análisis de materialidad	36
2.11	Partes interesadas	37
2.12	Reconocimientos	39

3. Nuestro foco en la Agricultura

3.1	Alcance	42
-----	---------	----

4. Nuestro foco en el Cuidado de la Salud

4.1	Acceso a la salud y el autocuidado	54
4.1.1	Alcance	54
4.2	Acceso a la anticoncepción moderna	58
4.2.1	Avanzando en Planificación Familiar	58
4.2.2	Alcance	58
4.3	Compromiso comunitario	60

5. Cadena de suministro

5.1	Manejo de nuestras actividades comerciales	67
5.2	Productos Responsables	68
5.3	Gestión de Calidad	68
5.4	Compras	68

6. Nuestro foco en los Colaboradores

6.1	Sobre nuestros colaboradores	70
6.2	Equidad, inclusión y diversidad	71
6.3	Comportamiento en el lugar de trabajo	72
6.4	Gestión de talento	73
6.5	Proceso de selección	73
6.6	Formación y desarrollo de nuestros colaboradores	73
6.7	Bienestar	75
6.8	Derechos humanos	76
6.9	Salud y Seguridad Ocupacional	77

7. Nuestro foco en la Protección del Medioambiente

7.1	Protegiendo el medioambiente	78
7.2	Cambio climático	79
7.3	Impacto ambiental	81
7.4	Objetivo neto cero	81
7.5	Neutralidad climática	81
7.6	Alcance	82

8. Contribuciones

8.1	Contribuciones al desarrollo social	85
-----	-------------------------------------	----

1. Acerca de Bayer

1.1 Perfil Corporativo

En línea con la visión “Salud para todos, hambre para nadie”, nuestro objetivo es poner fin al hambre y ayudar a todos a llevar una vida saludable, al mismo tiempo que protegemos los ecosistemas. Eso es lo que aspiramos a lograr, guiados por nuestro propósito: “Ciencia para una vida mejor”.

El objetivo es mejorar continuamente el poder adquisitivo de nuestra empresa y crear valor para los clientes, pacientes, accionistas, colaboradores y la sociedad. La innovación, el crecimiento y la sostenibilidad son partes integrales de nuestra estrategia, mientras que nuestros valores corporativos de Liderazgo, Integridad, Flexibilidad y Eficiencia -o LIFE para abreviar-, sientan las bases de la manera en que operamos. Estos valores dan forma a nuestra cultura y garantizan una identidad común.

Ofrecemos innovaciones revolucionarias en el cuidado de la salud y la agricultura. Contribuimos a un mundo en el que las enfermedades no sólo se tratan, sino que se previenen o curan de manera efectiva, en el que las personas pueden atender mejor sus propias necesidades de salud y en el que se producen suficientes productos agrícolas respetando los recursos naturales de nuestro planeta. Esto se debe a que, en Bayer el crecimiento y la sostenibilidad van de la mano.



Nos centramos en cuatro palancas estratégicas:

- 01** Como líder mundial en salud y nutrición, continuamos desarrollando nuestro negocio. Creamos valor con una asignación de recursos basada en la estrategia centrada en el crecimiento rentable. Estamos presentes en negocios regulados y altamente rentables que están impulsados por la innovación y en los que tenemos el objetivo de crecer por delante de la competencia.
- 02** Desarrollamos productos y soluciones innovadoras y aprovechamos la investigación de vanguardia para abordar los desafíos sociales no satisfechos. También continuamos impulsando la digitalización de toda nuestra cadena de valor.
- 03** La sostenibilidad es una parte integral de nuestra estrategia comercial, operaciones y sistema de compensación. A través de nuestros negocios, contribuimos significativamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. También perseguimos una acción climática audaz y basada en la ciencia a lo largo de toda nuestra cadena de valor.
- 04** Impulsamos el rendimiento operativo de nuestro negocio optimizando nuestra asignación de recursos y base de costos.

1.2 Estrategias de Negocio



- /// Crop Science:** Protección innovadora de cultivos, semillas y rasgos, tecnologías y servicios digitales.
- /// Pharmaceuticals:** Productos de prescripción para cardiología, salud de la mujer, oncología, hematología, oftalmología, radiología y otras áreas.
- /// Consumer Health:** Medicamentos sin receta en las categorías de dermatología, nutrición, suplementos, dolor, riesgo y prevención cardiovascular, salud digestiva, alergias, tos y resfriados.
- /// Enabling Functions:** Apoyo operativo al negocio.

/// Crop Science:

El panorama está cambiando en la agricultura debido al aumento de las presiones por el cambio climático que, combinado con una población en crecimiento, nos han llevado a un momento crucial en la forma en que nuestros clientes proporcionan alimentos, piensos y combustible para un mundo que necesita aprender a vivir dentro de los límites planetarios.

Estos desafíos han estimulado cambios rápidos y disruptivos en la industria, intensificando la competencia en toda la cadena de valor, creando nuevos jugadores y abriendo nuevas oportunidades de ventas.

En este entorno dinámico, los diferenciadores son claros: la velocidad, la escala de la innovación y un enfoque en resultados sostenibles para nuestros clientes. Con una cartera de innovación líder, un profundo ecosistema digital que informa a nuestros productores, nuestras capacidades de investigación y desarrollo (I&D) y una multitud de asociaciones que aceleran la disponibilidad de nuevas tecnologías, actualmente somos el líder del mercado y también estamos muy bien posicionados para avanzar.

Nuestra misión es transformar la agricultura e impulsar un sistema alimentario más sostenible a través de un enfoque centrado en el agricultor, basado en los resultados y habilitado digitalmente. Nuestro objetivo general es crecer más rápido que el mercado y ofrecer rendimientos superiores a los de nuestros competidores. Además, nuestro objetivo es lograr ventas 100% habilitadas digitalmente para fines de la década.

A corto plazo, estamos aprovechando el impulso positivo del mercado, estimulado por los precios favorables de las materias primas, y acelerando aún más nuestro sólido desempeño en todas las regiones. Continuamos invirtiendo en la columna vertebral de nuestro negocio: innovación centrada en el cliente, en semillas, rasgos, protección de cultivos y soluciones digitales.

Nuestra conectividad en el campo continúa creando una innovación más rápida, impulsando soluciones más personalizadas

para los agricultores, automatizando procesos y aumentando la productividad de nuestra línea de investigación y desarrollo.

Estamos conectando digitalmente granjas, optimizando el uso de insumos y creando un ecosistema en toda la industria destinado a desbloquear nuevas fuentes de ingresos para nuestros clientes y nuestro propio negocio al ser pioneros en nuevos modelos de negocios con la sostenibilidad en su núcleo.

Como parte de estos esfuerzos, perseguimos ambiciosos objetivos de sostenibilidad: reducir en un 30% el impacto ambiental de los productos de Bayer para la protección de cultivos a nivel mundial y disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero en el campo en los sistemas de cultivo más emisores a los que servimos, en un 30%, y mejorar los medios de vida de 100 millones de pequeños agricultores.

Crop Science es la División agrícola líder en el mundo, con negocios en protección de cultivos, semillas y rasgos, y agricultura digital. Ofrecemos una amplia cartera de semillas de alto valor, características mejoradas de las plantas, productos químicos y biológicos innovadores para la protección de cultivos, soluciones digitales y un amplio servicio al cliente para la agricultura sostenible.

Comercializamos estos productos principalmente a través de mayoristas y minoristas o directamente a los agricultores. Además, comercializamos productos y servicios para el control de plagas y malas hierbas a usuarios profesionales fuera de la industria agrícola. La mayoría de nuestros productos fitosanitarios se fabrican en los propios sitios de producción de la División.

Los sitios descentralizados de formulación y llenado permiten a la empresa responder rápidamente a las necesidades de los mercados locales. La reproducción, propagación, producción o procesamiento de semillas, incluido el tratamiento de semillas, se llevan a cabo en lugares cercanos a nuestros clientes, en nuestras propias instalaciones o bajo contrato.

Pharmaceuticals:

En todo el mundo, el aumento y envejecimiento de la población está dando lugar a un número creciente de enfermedades crónicas y al aumento de la incidencia de múltiples afecciones. La convergencia de la biología y la ciencia de datos será un elemento clave para la innovación en productos farmacéuticos. Las tecnologías digitales pueden transformar la forma en que se brinda la atención médica, mientras que la terapia celular y génica tiene el potencial de curar enfermedades graves.

Nuestra división farmacéutica se concentra en productos de prescripción, especialmente para cardiología y salud de la mujer, y; en terapéuticas de especialidad enfocadas en las áreas de: oncología, hematología, oftalmología y; a medio plazo, terapia celular y génica. Hemos establecido una unidad estratégica para la terapia celular y génica que abarca toda la cadena de creación de valor, desde la investigación y el desarrollo hasta la comercialización y los pacientes.

La División también comprende el negocio de radiología, que comercializa equipos de diagnóstico por imagen y soluciones digitales junto con los medios de contraste necesarios.

Nuestro portafolio incluye una gama de productos clave que se encuentran entre los productos farmacéuticos líderes en el mundo para sus indicaciones. Los productos de prescripción de nuestra División Farmacéutica se distribuyen principalmente a través de mayoristas, farmacias y hospitales.

También perseguimos ambiciosos objetivos de sostenibilidad. Nuestra agenda de sostenibilidad incluye mejorar el acceso a los medicamentos. Por lo tanto, estamos aplicando principios de precios escalonados a nivel mundial, con el fin de establecer niveles de precios de acuerdo con la capacidad de pago de un país.

Otro enfoque clave es mejorar la salud de las mujeres y fortalecer su papel en la sociedad ayudando a promover la igualdad de género y la participación económica de las mujeres. Como parte de este esfuerzo, estamos aprovechando nuestra posición de liderazgo en la salud de las mujeres y nuestro objetivo es proporcionar a 100 millones de mujeres en países de ingresos bajos y medianos, acceso a la anticoncepción moderna para 2030.

Además, seguimos comprometidos con la lucha contra las enfermedades tropicales desatendidas y las enfermedades no transmisibles.

/// Consumer Health:

El aumento de los costos de atención médica, los cambios demográficos y el aumento de la conciencia de la salud de los consumidores continúan haciendo que el autocuidado sea más relevante, y se espera que continúen impulsando un crecimiento atractivo a largo plazo del mercado de atención médica del consumidor. La pandemia ha aumentado aún más la conciencia sobre la importancia del autocuidado, ha impulsado un mayor consumo en categorías como suplementos nutricionales y ha acelerado los cambios de canal hacia el comercio electrónico.

Consumer Health es un proveedor líder de medicamentos sin receta (OTC = sin receta, en español), suplementos nutricionales, productos medicados para el cuidado de la piel y otras soluciones para el autocuidado en las categorías de dolor, prevención del riesgo cardiovascular, dermatología, salud digestiva, alergias, tos y resfriado. Los productos generalmente se venden en farmacias y cadenas de farmacias, supermercados, minoristas en línea y otros minoristas grandes y pequeños.

Continuamos digitalizando todas las áreas de nuestras operaciones, en marketing, ventas, cadena de suministro e investigación y desarrollo para interactuar mejor con los consumidores, clientes y profesionales de la salud, al tiempo que impulsamos la productividad, la flexibilidad y la resiliencia.

Aprovechamos un modelo de innovación ágil y colaboramos con socios externos para proporcionar a los consumidores soluciones innovadoras que aborden mejor sus necesidades diarias de salud. Por medio de adquisiciones y asociaciones, hemos obtenido acceso a nuevos modelos de negocio y capacidades para proporcionar diagnósticos personalizados y soluciones de tratamiento.

Perseguimos ambiciosos objetivos de sostenibilidad. Para el 2030, nuestro objetivo es ampliar el acceso a la salud cotidiana para 100 millones de personas en comunidades desatendidas.

Estamos ejecutando esta meta al integrar completamente la sostenibilidad en todas nuestras operaciones para ofrecer soluciones que sirvan mejor a los consumidores, en particular a aquellos para quienes el autocuidado es la principal forma de atención, al tiempo que reducimos nuestras emisiones de CO₂ y la huella ambiental general.





/// *Enabling Functions:*

Las funciones habilitadoras, como Asuntos Públicos, Comunicaciones, Sostenibilidad, HSE, Finanzas, Tecnologías de la Información y Recursos Humanos, funcionan como centros de competencias y agrupan procesos de soporte comercial y servicios para las divisiones. Nuestra unidad Leaps by Bayer, que invierte en innovaciones disruptivas, también forma parte de las funciones habilitadoras.

1.3 Nuestros valores

Nuestra cultura corporativa se basa en nuestros valores LIFE, que están firmemente anclados en nuestra empresa y nos proporcionan orientación en nuestro trabajo diario. LIFE significa Liderazgo, Integridad, Flexibilidad y Eficiencia. Todo lo que hacemos está alineado con estos valores.



1.4 Nuestra región



1.5 Estrategia de Sostenibilidad

Una población mundial en crecimiento y la carga cada vez mayor sobre los ecosistemas naturales se encuentran entre los mayores desafíos que enfrenta la humanidad. Esta situación se complica aún más por los efectos de la pandemia de la covid-19 y la guerra en Ucrania. Además, ambas crisis han demostrado claramente cuán importante es proteger la salud y garantizar la seguridad alimentaria en todo el mundo, y cómo estos objetivos están en peligro.

Bayer, como líder mundial en salud y nutrición, puede contribuir más que cualquier otra empresa a resolver los desafíos globales a través de sus negocios. Con este objetivo en mente, Bayer se compromete con objetivos ambiciosos que pretende alcanzar a través de su propia actividad empresarial y el esfuerzo de sus colaboradores.



La sostenibilidad es parte de nuestra estrategia corporativa

Consideramos que la sostenibilidad es el núcleo de nuestra responsabilidad corporativa, y también salvaguarda nuestro crecimiento futuro. La sostenibilidad es, por lo tanto, un componente esencial de nuestra estrategia corporativa, nuestras actividades comerciales, nuestros valores corporativos y la forma en que llevamos a cabo nuestros negocios. La sostenibilidad está en el centro de nuestra visión corporativa de "Salud para todos, hambre para nadie".

Los siguientes objetivos estratégicos de sostenibilidad se aplican como guía para las acciones de todas las divisiones:

- Crear crecimiento inclusivo y valor agregado para la sociedad y nuestros inversores.
- Reducir nuestra huella ecológica.
- Adoptar prácticas comerciales responsables a lo largo de nuestra cadena de valor.



Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Alineamos nuestras propias metas estratégicas de sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) globales de las Naciones Unidas, que se aplican hasta el 2030. La comunidad global va a la zaga de los objetivos en muchas áreas, lo que significa que la contribución que como empresa podemos hacer para lograrlos se vuelve aún más importante.

En Bayer estamos convencidos de que podemos tener un impacto particular aquí, debido a nuestra cartera, nuestro alcance global y nuestro poder innovador. En este contexto, apoyamos conscientemente aquellos ODS donde hay una necesidad apremiante de actuar y donde podemos tener el mayor impacto a través de nuestros negocios y su transformación enfocada en la sostenibilidad.



ODS 1: Fin de la pobreza

Dado que la agricultura suele ser la única fuente de recursos en países de ingresos bajos y medianos (PIBM), ayudamos a combatir la pobreza allí a través de nuestro compromiso con pequeños agricultores y apoyando a las mujeres.



ODS 2: Hambre cero

Nuestros productos y servicios ayudan a la industria agrícola mundial a aumentar la producción y, por lo tanto, a alimentar a una población mundial en aumento, mientras consume menos recursos naturales. Esto también beneficia a los pequeños agricultores en PIBM.



ODS 3: Salud y bienestar

Nuestros productos impactan directamente en la salud de las personas. Algunos previenen enfermedades y otros las tratan. Esto se aplica en todo el mundo, pero particularmente en los PIBM, donde nos esforzamos por hacer que los productos y servicios existentes sean accesibles y asequibles.



ODS 5: Igualdad de género

Trabajamos para lograr la igualdad de género en nuestro negocio y en toda nuestra cadena de suministro. Por medio de la anticoncepción moderna, apoyamos a las mujeres de todo el mundo en la planificación familiar autodeterminada. Promovemos la igualdad de oportunidades dentro de nuestra empresa.



ODS 6: Agua limpia y saneamiento

Nuestros productos y servicios sirven para reducir el consumo futuro de agua en la agricultura. Nos comprometemos a proteger los recursos hídricos, utilizarlos con la mayor moderación posible y reducir aún más la contaminación del agua.



ODS 13: Acción por el clima

Perseguimos una estrategia de protección del clima y descarbonización que está alineada con los objetivos del Acuerdo de París. En nuestra cadena de valor, promovemos una agricultura resiliente y baja en emisiones que ayude a capturar CO2 a través de nuevos métodos.



ODS 15: Vida de ecosistemas terrestres

Al reducir el impacto ambiental de los productos para protección de cultivos apoyamos la agricultura sostenible que ayuda a proteger el medio ambiente dentro de nuestra cadena de valor y a conservar la biodiversidad.

Nuestros principales logros globales en 2022

Avances hacia 2030

ODS en los que tenemos el mayor impacto a través de nuestros negocios



Nuestra visión: Salud para todos, hambre para nadie



Oficial de Derechos Humanos rol establecido ✓
 Código de Conducta para Proveedores actualizado ✓

Obtenga más información sobre nuestros logros en el informe destacado de sostenibilidad:
<https://www.bayer.com/en/sustainability/sustainability-reports>

² desde 2019
³ Período de seguimiento del rendimiento 2017-2021 en comparación con Línea base 2014 - 2018

1.6 Áreas de enfoque:

Valor agregado para las personas y el medio ambiente

En el 2019 Bayer inició un ambicioso programa que combina el crecimiento inclusivo con la reducción de nuestra huella ecológica y que tiene como objetivo establecer prácticas comerciales responsables en toda nuestra cadena de valor. Nuestra compañía está a la altura de su responsabilidad hacia el medio ambiente y las personas, y lo ha integrado en su gobierno corporativo.

Crecimiento inclusivo

Para Bayer, el crecimiento inclusivo significa no alcanzar los objetivos a expensas de los demás. Queremos que los productos y servicios que ofrecemos permitan el crecimiento y el bienestar en todo el mundo, de acuerdo con nuestra visión de “Salud para todos, hambre para nadie”.



Salud

Millones de personas aún no tienen acceso a la atención médica básica. Como empresa farmacéutica líder, creemos que tenemos la responsabilidad de mejorar el acceso a la atención médica para una población mundial en crecimiento. Llegamos a personas de todo el mundo con los productos y soluciones de nuestras divisiones Pharmaceuticals y Consumer Health. En esto, también nos alineamos con las necesidades de las personas en PIBM, para quienes hacemos que los productos y servicios existentes sean accesibles y asequibles.



Al mismo tiempo, estamos impulsando innovaciones para aumentar el acceso a la atención médica en todo el mundo y, por lo tanto, mejorar la salud y el bienestar de las personas. De esta manera, estamos haciendo una contribución significativa al logro del ODS 3 “Salud y bienestar”.

Nutrición y agricultura

El hambre ha aumentado en todo el mundo en los últimos años, debido al impacto del cambio climático y a los efectos de los conflictos armados, que están contribuyendo a la escasez de alimentos. En el área de agricultura y nutrición, nuestros productos y servicios innovadores ayudan a alimentar mejor a la creciente población mundial y a combatir el hambre.



De esta manera, estamos contribuyendo al ODS 2 “Hambre cero” al enfocarnos en el crecimiento inclusivo en los países de ingresos bajos y medianos. Los aproximadamente 550 millones de pequeños agricultores de todo el mundo desempeñan un papel central en la mejora del suministro de alimentos en estos países. Dado que la agricultura suele ser la única fuente de ingresos para muchas personas allí, nuestro compromiso con los pequeños agricultores ayuda a lograr el ODS 1 “Fin de la pobreza”.

Reducción de la huella ecológica

Queremos reducir nuestra huella ecológica a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Con nuestras soluciones para una agricultura más sostenible, desempeñamos un papel clave en la protección del medioambiente y la biodiversidad de acuerdo con el ODS 15 “Vida de ecosistemas terrestres”. Nos esforzamos por reducir el impacto ambiental de los productos fitosanitarios en la agricultura y apoyamos el uso de métodos de cultivo innovadores. También queremos ayudar a reducir el consumo de recursos hídricos en el futuro y así apoyar el ODS 6 “Agua limpia y saneamiento”.



Protección del clima

En vista del avance del cambio climático y sus devastadoras consecuencias para la nutrición y la salud humana, un área de enfoque para reducir la huella ecológica es una ambiciosa estrategia de descarbonización. Con este fin, buscamos amplias medidas para apoyar el ODS 13 “Acción por el clima”. Por ejemplo, estamos reduciendo nuestras propias emisiones de gases de efecto invernadero (Alcance 1 y 2) y las emisiones de gases de efecto invernadero a lo largo de nuestra cadena de valor (Alcance 3). Nuestros objetivos de reducción fueron confirmados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi). Queremos lograr cero emisiones netas en toda nuestra cadena de valor para el 2050.



Resiliencia climática

También ayudamos a aumentar la resiliencia de nuestros clientes frente a los efectos del cambio climático. Entre los enfoques que desarrollamos en este sentido se encuentran soluciones transformadoras que tienen como objetivo permitir que la agricultura emita menos gases de efecto invernadero y, en cambio, ayudar a capturar CO₂. Esto convierte a la agricultura en un facilitador importante en la lucha contra el cambio climático.



Prácticas comerciales responsables

Las prácticas comerciales responsables a lo largo de la cadena de valor definen los valores de nuestra empresa y dan forma a la manera en que llevamos a cabo nuestro negocio, desde nuestro compromiso con la protección del medioambiente hasta nuestros esfuerzos en relación con la igualdad de género y el respeto de los derechos humanos.



Igualdad de género

Promovemos la inclusión y la diversidad (I&D) en todo Bayer, incluida “La igualdad de género”: ODS 5. Logramos el mayor impacto a través de nuestro negocio, particularmente a través de nuestros productos para promover la salud de las mujeres y la planificación familiar o a través de nuestro apoyo específico a las pequeñas agricultoras como empresarias en PIBM. También promovemos la igualdad en nuestra propia empresa y nuestro objetivo es lograr la paridad de género en todos los niveles de gestión para el 2030.



Respeto de los Derechos Humanos

Actualizamos nuestra estrategia de Derechos Humanos en el 2022 para abordar los riesgos y efectos en esa área. La estrategia apoya el logro de nuestra visión de empresa y la implementación de los ODS. Bayer es miembro fundador del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y respeta la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.



2. Gobernanza Corporativa

Bayer está comprometida con un gobierno corporativo responsable. Al adherirnos a las leyes, salvaguardar los valores y fortalecer nuestra reputación, nuestro objetivo es asegurar el éxito a largo plazo de nuestra empresa y fomentar un alto nivel de confianza entre todas las partes interesadas. Nuestros esfuerzos en este sentido se ven respaldados por nuestra mayor integración de los aspectos de sostenibilidad en todos los procesos y en todos los niveles de la empresa.



2.1 Prácticas y Principios

Las prácticas de gobierno corporativo que van más allá de los requisitos legales se derivan de nuestra visión y nuestros valores comunes, que forman la base para la relación laboral respetuosa entre nuestros colaboradores y con nuestros socios externos.

El cumplimiento de prácticas responsables en cada etapa de la cadena de valor es crucial en el gobierno corporativo. Las principales directrices se resumen principalmente en las normas de nuestro Grupo sobre cumplimiento, derechos humanos, equidad y respeto en el trabajo, así como en nuestro Código de Conducta para Proveedores y los Principios de Compromiso Social de Bayer (BASE). Además, Bayer ha establecido sistemas de gestión de cumplimiento y gestión de riesgos.



2.2 Principios de Compromiso Social (BASE)

Como empresa líder en agricultura y atención de la salud, asumimos una gran responsabilidad.

Con el fin de asegurarnos de cumplir con las expectativas sociales actuales, introdujimos los principios de Compromiso Social (BASE) de Bayer en el 2019.

Estos principios se establecen en un reglamento del Grupo aprobado por la Junta Directiva disponible públicamente, que establece cómo interactuamos en todo el mundo, no solo con nuestros colaboradores, sino también con pacientes, clientes, consumidores, socios comerciales, partes interesadas políticas, científicos, críticos y nuestros accionistas.

De esta manera, queremos estar a la altura de nuestra responsabilidad social como una empresa transparente, que actúa de manera sostenible y, que es respetada por su contribución al progreso en la salud y la agricultura.

Queremos escuchar, comprender, tomar en serio las preocupaciones y entablar un diálogo respetuoso,

especialmente cuando sea difícil o incómodo.

Los Principios BASE se basan en nuestro propósito “Ciencia para una vida mejor”, nuestra visión “Salud para todos, hambre para nadie” y los valores LIFE.

Los principios describen nuestras acciones en 8 áreas:

1. Nuestro compromiso con la sociedad.
2. Nuestros principios rectores y valores fundamentales.
3. ¿Cómo impulsamos la innovación?
4. ¿Cómo actuamos en el lugar de trabajo?
5. ¿Cómo llevamos a cabo nuestro negocio?
6. ¿Cómo interactuamos con nuestros clientes, pacientes y los consumidores de nuestros productos?
7. ¿Cómo interactuamos con los medios, legisladores, reguladores y organizaciones de la sociedad civil?
8. Cómo interactuamos con los accionistas?



2.3 Nuestros lineamientos principales y el conjunto de valores fundamentales



- Contribuimos a asegurar el futuro sustento de nuestro planeta para los seres humanos, los animales y las plantas. Utilizamos los recursos naturales de manera responsable y limitamos nuestro impacto ecológico.
- Defendemos el desarrollo sostenible y nos comprometemos a hacer negocios de una manera económica, ecológica y socialmente responsable.
 - Contribuimos al progreso de las regiones menos desarrolladas del mundo aumentando el acceso a la salud y la nutrición, cumpliendo con las normas, elevando el nivel e invirtiendo en educación.
 - Apoyamos y respetamos los derechos humanos y aprovechamos nuestra esfera de influencia para promoverlos, dentro y fuera de Bayer.
 - Creemos firmemente que el cumplimiento protege nuestra licencia para operar en todo el mundo y, por lo tanto, damos gran importancia a una gestión empresarial responsable.

2.4 Transparencia

Como nuestras actividades se refieren a las áreas sensibles de la salud y la nutrición, despiertan consultas y el deseo de comprender aún mejor lo que hacemos. En este contexto, nos esforzamos por fortalecer aún más la confianza, para lo cual es esencial una conducta transparente. Por ejemplo, divulgamos información de varias áreas de nuestro trabajo y comunicamos abiertamente cómo se califica la seguridad de nuestros productos.



2.5 Cumplimiento

Bayer gestiona sus negocios de manera responsable y de conformidad con los requisitos legales y reglamentarios de los países en los que opera. Lo que entendemos por cumplimiento es el comportamiento legalmente impecable de nuestros colaboradores en su trabajo diario. Después de todo, la forma en que cada colaborador realiza los negocios de la empresa puede afectar la imagen pública de nuestra empresa. No toleramos ninguna violación de las leyes aplicables, códigos de conducta o reglamentos internos. El cumplimiento es esencial para nuestro éxito comercial a largo plazo.

Gestión del cumplimiento de Bayer

Bayer está comprometida sin reservas con el cumplimiento, y renunciará a cualquier transacción comercial que viole cualquiera de los 10 principios de nuestra Política de Cumplimiento Corporativo aprobada por el Directorio y observada en todo el Grupo Bayer.

Esos principios son los siguientes:

- Competimos de manera justa en todos los mercados.
- Actuamos con integridad en todos nuestros tratos comerciales.
- Equilibramos el crecimiento económico con la responsabilidad ecológica y social.
- Observamos todos los controles comerciales que regulan nuestro negocio global.
- Salvaguardamos la igualdad de oportunidades en el comercio de valores.
- Mantenemos libros y registros precisos.
- Nos tratamos unos a otros con justicia y respeto.
- Protegemos y respetamos los derechos de propiedad intelectual.
- Actuamos en el mejor interés de Bayer.
- Protegemos y aseguramos los datos personales.



Todos los colaboradores están obligados a observar los principios de cumplimiento y reportar inmediatamente cualquier violación de la Política de Cumplimiento Corporativo. Las infracciones son sancionadas. Por su parte, la conducta lícita y conforme, también se tiene en cuenta en las evaluaciones de desempeño de todos los colaboradores gerenciales.

Manejo de violaciones de cumplimiento reales y sospechadas

Todos los colaboradores del Grupo Bayer están obligados a informar sospechas de violaciones de cumplimiento. Los principios para tratar los incidentes de cumplimiento se describen en el Reglamento del Grupo sobre Gestión de Incidentes de Cumplimiento, que establece los roles y responsabilidades respectivos, y explica el procedimiento para manejar violaciones de cumplimiento supuestas y reales.

Se cuenta con una línea ética, Compliance Hotline, para denuncias y consultas relacionadas a temas de Cumplimiento, la cual es administrada de manera regional. Esta se caracteriza por mantener la confidencialidad correspondiente y documentar adecuadamente los reportes recibidos.

2.6 Privacidad de datos

Los datos son muy importantes en el mundo de hoy y su valor financiero está creciendo. Como resultado, las personas tienen un interés cada vez mayor en que sus datos permanezcan seguros.

Bayer se compromete a proteger los datos personales de todas sus partes interesadas, ya sean colaboradores, socios comerciales, accionistas, proveedores o clientes. Cumplir con este compromiso es un principio comercial importante y una condición central para el éxito de la empresa.

Dado que no existe una ley de privacidad de datos vinculante a nivel mundial, la legislación varía mucho de un país a otro. Para establecer un estándar para todos los países en los que opera Bayer, se requiere un enfoque de todo el Grupo. Esta es la única forma de garantizar que los datos personales reciban suficiente protección y, al mismo tiempo, facilitar procesos comerciales eficientes.

El Reglamento del Grupo sobre Privacidad de Datos aprobado por el Consejo de Administración establece los requisitos mínimos para la forma en que se procesan los datos personales en todo el Grupo Bayer.

Nuestra empresa se esfuerza por proteger la privacidad de las personas y evitar el uso indebido de sus datos. Somos conscientes del daño potencial causado por el procesamiento ilegal de datos y hemos establecido un estándar para minimizar este riesgo.

El sistema de gestión de privacidad de datos atiende situaciones de riesgo que son relevantes para el negocio de la compañía. El sistema cubre todo el ciclo de vida de los datos, desde la recopilación hasta la transferencia, el análisis y el almacenamiento hasta la eliminación. Los elementos centrales del sistema de gestión de privacidad de datos (el mantenimiento de un registro de procesamiento, la gestión de fugas de datos, las consultas de las personas afectadas y la mitigación de riesgos) son obligatorios.

La capacitación y la orientación, junto con el monitoreo basado en el sistema, garantizan que se cumplan las reglamentaciones. Estas medidas se están implantando como un curso de formación obligatorio para todos los nuevos colaboradores. El contenido transmitido incluye los fundamentos de la privacidad de datos, los principios y ciclo de vida para el tratamiento de datos personales, los derechos y conducta de las personas afectadas en caso de vulneración de la privacidad de datos.



2.7 Gestión de riesgos

Como empresa de ciencias de la vida estamos expuestos a una amplia variedad de eventos, internos y externos, que podrían tener un impacto significativo en el logro de nuestros objetivos financieros y no financieros. Por lo tanto, la gestión de oportunidades y riesgos es una parte integral de la gestión corporativa en Bayer. Consideramos las oportunidades como desviaciones positivas, y los riesgos como desviaciones negativas, de los valores proyectados u objetivo para posibles desarrollos futuros. Además, nuestra definición de riesgo se complementa con los posibles impactos negativos que nuestras operaciones comerciales podrían tener, por ejemplo, en materia ambiental o social. Hemos implementado un sistema holístico e integrado de gestión de riesgos diseñado para asegurar la existencia continua y el logro de objetivos futuros del Grupo a través de la identificación, evaluación y tratamiento temprano de los riesgos. Nuestro sistema de gestión de riesgos está alineado con normas y principios reconocidos internacionalmente, como la norma ISO 31000 de la Organización Internacional de Normalización, y se define e implementa con la ayuda de normas vinculantes del Grupo.



2.8 Estándares de Sostenibilidad

Nuestro compromiso con la sostenibilidad se evidencia en nuestra participación en diferentes iniciativas alrededor del mundo. De igual forma, hemos adquirido una serie de compromisos corporativos los cuales nos han llevado a establecer valores, políticas y principios de actuación que detallamos a continuación:

Adhesiones a estándares	Compromisos adquiridos
<ul style="list-style-type: none"> World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Iniciativa Responsible Care Iniciativa Together for Sustainability (TfS) Iniciativa Pharmaceutical Supply Chain (PSCI) Global Reporting Initiative (GRI) German Sustainability Code Pacto Mundial de las Naciones Unidas Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas Estándares de trabajo de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) Líneas Directrices OCDE para Empresas Multinacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Política Corporativa de Sostenibilidad Bayer Política de Cumplimiento Corporativo Política Corporativa de Derechos Humanos Política Corporativa de Marketing Responsable y Ventas Posición corporativa sobre el agua Posición corporativa frente al cuidado de la biodiversidad Posición corporativa frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Posición corporativa sobre el Global Product Strategy (GPS) Código Corporativo de Conducta de Proveedores Código Corporativo de Conducta para Lobbying Responsable Declaración sobre la Ley de Esclavitud Moderna

2.9 Gestión de la Sostenibilidad

La sostenibilidad es uno de nuestros enfoques estratégicos, y se manifiesta en la alineación consistente de nuestras actividades comerciales con contribuciones positivas para las personas y el medioambiente. Funciones y responsabilidades claramente definidas que garantizan una gestión eficaz de la sostenibilidad en toda la organización. El máximo nivel de responsabilidad lo ostenta el Presidente del Consejo de Administración en su función de Director de Sostenibilidad (CSO), junto con todo el Consejo de Administración.

Un Consejo de Sostenibilidad externo proporciona al Consejo de Administración una crítica constructiva en todos los asuntos de sostenibilidad. En octubre del 2022, el Consejo de Administración introdujo el cargo de Oficial de Derechos Humanos, que supervisará la gestión de riesgos en materia de derechos humanos en el futuro e informará directamente al Consejo de Administración sobre su trabajo.

A principios del 2022, el Consejo de Supervisión estableció un comité separado para las áreas de protección ambiental, asuntos sociales y gobierno corporativo (Comité ESG).

El Comité ESG supervisa y asesora a la dirección de Bayer sobre la integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y el gobierno corporativo, así como sobre las oportunidades y riesgos relacionados con la sostenibilidad, incluidas las posibles consecuencias para la reputación de la empresa.

La función de Asuntos Públicos, Ciencia, Sostenibilidad y HSE ayuda a la CSO y al Consejo de Administración a identificar riesgos y oportunidades, desarrollar estrategias, definir objetivos y directrices para la gestión de la sostenibilidad y, también garantiza la gobernanza de todos los problemas de sostenibilidad. La gestión de la sostenibilidad está integrada en las estructuras de gestión y gobierno existentes, así como en los procesos centrales de la organización.

Para la región PACA existe un Country Group Leadership Team que asegura las acciones necesarias para la sostenibilidad de los negocios, desarrollo de su gente y el bienestar de la sociedad.

2.10 Análisis de materialidad

Determinamos las expectativas y requerimientos de los diversos grupos de interés mediante un análisis de materialidad que encuesta al personal directivo de diversas áreas de la empresa a nivel mundial y representantes de importantes grupos de interés.

Los resultados de estos revelan temas importantes y los últimos desarrollos, junto con oportunidades y riesgos relacionados con la sostenibilidad, y nos ayudan a evaluarlos en consecuencia. La encuesta a grupos de interés externos también refleja cómo se percibe nuestro desempeño en sostenibilidad, lo que nos permite identificar debilidades y áreas de mejora.

Además, los gerentes de Bayer complementan la evaluación de temas relevantes desde una perspectiva externa con una estimación del impacto que la empresa tiene en el medio ambiente, los colaboradores y la salud en cada área temática respectiva. Finalmente, los asuntos priorizados sobre esta base son aprobados por el Consejo de Administración.

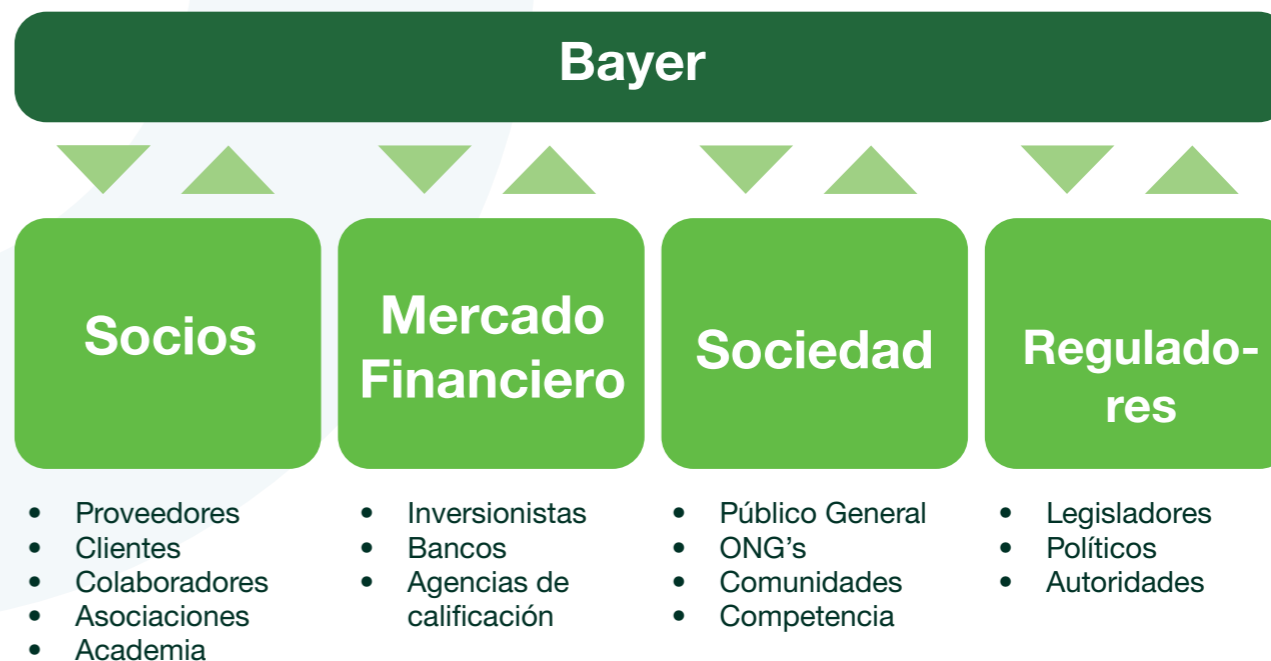
Resultados del Análisis de materialidad

Relevancia para las partes interesadas (perspectiva externa)	Muy Alto		// Protección del clima // Protección del medioambiente // Innovación // Negocios éticos // Administración de productos // Seguridad alimentaria sostenible // Acceso al cuidado de la salud	
	Alto	// Derechos Humanos // Seguridad	// Colaboradores // Administración de suministros	
	Moderado	// Participación de la comunidad y partes interesadas		
		Moderado	Alto	Muy Alto
		Relevancia para Bayer (perspectiva interna)		

2.11 Partes interesadas

Como empresa, Bayer forma parte de la sociedad y de la vida pública. Por lo tanto, el diálogo continuo con nuestros grupos de interés es particularmente importante para nosotros. Después de todo, sus expectativas y puntos de vista afectan nuestra aceptación pública y, por lo tanto, nuestro éxito comercial.

Distinguimos, fundamentalmente, entre cuatro grupos de partes interesadas con los que participamos en discusiones sobre diferentes temas.



¿Cómo interactuamos con nuestros clientes, pacientes y los consumidores de nuestros productos?

Actuamos con responsabilidad en el trato con nuestros clientes, pacientes y los consumidores de nuestros productos.

- Cuando creamos valor, lo compartimos con nuestros clientes y accionistas de forma adecuada. Proporcionamos un beneficio significativo a un precio basado en el valor.
- Desarrollamos productos seguros y de alta calidad y proporcionamos apoyo para la aplicación segura de nuestros productos en una estrecha colaboración con todos los que utilizan nuestros productos y servicios.
- Investigamos, desarrollamos, fabricamos y proporcionamos productos con base en nuestro Sistema de Gestión de Calidad.
- Revisamos y mejoramos continuamente la efectividad, eficiencia y calidad de nuestros procesos para cumplir con los requisitos externos e internos, las responsabilidades y las normas éticas.
- Informamos de manera transparente sobre los beneficios y riesgos científicamente establecidos y supervisamos el rendimiento de la calidad del producto en el mercado.
- Utilizamos prácticas de comercialización responsables.
- Respetamos las preferencias de los pacientes y los clientes.
- Capacitamos a los clientes y pacientes para que tomen decisiones informadas.
- Nos proponemos aumentar el acceso a nuestros productos en las áreas de la medicina y la agricultura y también para los sectores más pobres de la población mundial.

¿Cómo interactuamos con los medios de comunicación, los legisladores, los reguladores y las organizaciones de la sociedad civil?

Buscamos un terreno común con las partes interesadas en la política pública. Escuchamos atentamente los diversos puntos de vista y entablamos un diálogo reflexivo. Esto requiere que todos los compromisos y comunicaciones sean veraces y transparentes.

- Apoyamos propuestas regulatorias responsables que mejoren la transparencia en nuestros mercados.
- Nosotros, así como todos los terceros financiados por Bayer, nos identificamos apropiadamente en todas las interacciones como Bayer o apoyados por Bayer.
- No realizamos donaciones de ningún tipo como empresa a partidos políticos, políticos o candidatos a un cargo político, con la excepción de las contribuciones políticas en los Estados Unidos a nivel estatal.
- Interactuamos con las ONG con el propósito de aprender y explorar los puntos en común.
- Si Bayer emplea a antiguos funcionarios de las autoridades públicas, respetamos su obligación de atenerse a las normas y a los requisitos de confidencialidad que les sean aplicables. Nos abstenemos de contratar a exministros o ex secretarios de estado federales (en otras jurisdicciones, los dos primeros niveles políticos) durante dos años para que desempeñen funciones políticas. No contratamos a miembros activos del Parlamento ni a responsables legislativos para el servicio.
- Respetamos la privacidad de todos los accionistas con los que nos identificamos e interactuamos.
- Publicamos nuestras posturas sobre temas políticos relevantes en el sitio web de Bayer para permitir un debate público sobre la base de estos puntos de vista.
- Como miembros activos de asociaciones comerciales, abogamos por que estas organizaciones adopten un código de conducta para un cabildeo responsable.
- Buscamos contribuir a las iniciativas bipartidarias y multipartidarias y a un mayor consenso al llegar a todas las partes.
- Proporcionamos transparencia sobre nuestros gastos de cabildeo.



¿Cómo interactuamos con los accionistas?

Reconocemos las expectativas de nuestros accionistas de crear valor a largo plazo en la sociedad mientras ofrecemos resultados comerciales en conformidad con nuestras promesas. Perseguimos un enfoque empresarial inclusivo, en el que combinamos los objetivos financieros con la responsabilidad social, medioambiental, y equilibramos los objetivos a corto y largo plazo.

- Creamos valor sostenible para nuestros accionistas centrándonos sin descanso en la solución de algunos de los problemas más apremiantes del mundo.
- Aseguramos la transparencia sobre el impacto de nuestra cadena de valor.
- Informamos a los mercados de capitales con información correcta y apropiada de manera oportuna.
- Protegemos los activos corporativos.
- Llevamos a cabo una gestión de riesgos responsable.
- Medimos los indicadores no financieros clave con el mismo rigor que los indicadores financieros.
- Tenemos en cuenta indicadores financieros y no financieros para la evaluación del desempeño y las decisiones sobre la compensación.

2.12 Reconocimientos

Buenas empresas para las mujeres, según la Revista Mamá Joven	#20 en Guatemala, #14 en Costa Rica y #10 en República Dominicana
Merco Empresas 2022	Ecuador: #4 en el sector farmacéutico y #74 en el ranking general de empresas Costa Rica: #1 en el sector farmacéutico y #36 en el ranking general de empresas Colombia: #4 en el sector farmacéutico y #84 en el ranking general de empresas Perú: #3 en el sector farmacéutico
Merco ESG 2022	Costa Rica: #3 en el sector farmacéutico y #46 en el ranking general de empresas Colombia: #4 en el sector farmacéutico y #79 en el ranking general de empresas Perú: #3 en el sector farmacéutico
Merco Talento 2022	Colombia: #4 en el sector farmacéutico y #80 en el ranking general de empresas Perú: #3 en el sector farmacéutico
Operador Económico Autorizado (OEA)	Modalidad OEA Importador y OEA Exportador en Colombia
Ranking empresas con mejor reputación corporativa de Centroamérica y República Dominicana	#94 en Guatemala
Ranking las 500 empresas más grandes de Colombia	#140 en Colombia
Ranking Metro Ecuador	Ranking de las 20 empresas que contribuyen a la sostenibilidad en Ecuador
TOP 100 de reputación corporativa en nuestros países de la Revista Vida & Éxito	#25 en Costa Rica y #58 en Panamá
TOP 100: Marcas más confiables en Ecuador. Metodología utilizada por iTRUST Consumer Brands	#76 en el ranking
Top 100 Empresas con mayor reputación del Ecuador, según el medio El Universo	#74 en el ranking y #4 en el sector farmacéutico

3. Nuestro foco en la Agricultura

No hace mucho, el hambre iba en descenso. Entre el 2003 y el 2013, la población mundial creció en casi mil millones, mientras que el número de personas desnutridas se redujo en 200 millones. Sin embargo, en los últimos años, el impacto del cambio climático a través de fenómenos meteorológicos extremos, así como los impactos a los mercados y las personas causados por la pandemia y los conflictos bélicos, han puesto de manifiesto las vulnerabilidades del sistema alimentario mundial, dejando a las comunidades vulnerables al hambre y la inseguridad alimentaria.

Asumimos nuestra responsabilidad de ayudar a los agricultores a producir mejores cosechas con menos recursos. Invertimos ampliamente en nuevas soluciones agrícolas y estamos comprometidos a proporcionar a los agricultores soluciones a la medida que integren herramientas cruciales para plantar, cultivar y proteger sus cosechas.



En el área de la agricultura y la nutrición, nuestros productos y servicios innovadores ayudan a alimentar mejor a una población mundial en crecimiento y a acabar con el hambre (ODS 2).



Nuestro objetivo es el crecimiento inclusivo en los PIBM, y dado que la agricultura suele ser su única fuente de ingresos, también ayudamos a combatir la pobreza a través de nuestro compromiso con los pequeños agricultores (ODS 1).

3.1 Alcance



AgroVida

Este es el programa con el cual promovemos el uso seguro y responsable de productos para la protección de cultivos.

A través de cursos de capacitación específicos mostramos a los agricultores, profesionales del tratamiento de semillas, distribuidores y otros usuarios, cómo usar nuestros productos de manera efectiva y segura para mantener las plantas sanas y, en consecuencia, aumentar el rendimiento y la calidad de sus productos cosechados.

Nuestro objetivo es aumentar continuamente el alcance de nuestras actividades de formación, en parte a través de un uso más generalizado de los medios digitales en el futuro. Los cursos de formación transmiten contenidos como el manejo seguro de nuestros productos durante el uso, transporte, almacenamiento y eliminación, el uso correcto de ropa protectora y medidas de primeros auxilios en caso de emergencia.

Centramos nuestras actividades de capacitación en países donde no existen requisitos legales de certificación para los agricultores con respecto al manejo seguro de productos fitosanitarios.

En el 2022 capacitamos a 42.425 personas en PACA.

AgroVida	Personas capacitadas
Colombia	13165
Costa Rica	1932
Cuba	721
Ecuador	7899
El Salvador	369
Guatemala	3726
Honduras	2769
Nicaragua	386
Panamá	768
Perú	5008
República Dominicana	2483
Venezuela	3199
Total general PACA	42.425

BayG.A.P.

El programa de Servicios de Buenas Prácticas Agrícolas tiene como objetivo capacitar, asesorar y apoyar a los agricultores en la implementación de buenas prácticas agrícolas, para garantizar la seguridad alimentaria y permitir la verificación de sus productos.

El programa empodera y conecta a los pequeños agricultores con nuevos puntos de acceso al mercado y, por lo tanto, nuevas oportunidades de generación de ingresos, ayudándoles a ser competitivos en los mercados locales e internacionales.

BayG.A.P. proporciona patrocinios para cubrir completamente el costo de las capacitaciones para completar el proceso de certificación y ha extendido su alcance al hacer que el programa esté disponible a través de otros canales como radio, WhatsApp y capacitaciones en línea.

[Más Información: BayG.A.P. | Bayer Global](#)



CuidAgro

Fomenta las buenas prácticas agrícolas por medio de la educación en el uso de equipos de protección personal (EPP) y el uso responsable de productos fitosanitarios en América Latina. Con nuestros socios en CropLife LATAM, enfocamos nuestras actividades en sensibilizar y capacitar a los agricultores a través de carteles y medios digitales que demuestran los principios de las Buenas Prácticas Agrícolas. Mediante el establecimiento de asociaciones con las partes interesadas locales, se garantiza la calidad y disponibilidad de EPP. En el 2022, más de 226.000 personas fueron capacitadas en la gestión responsable de plaguicidas.

[Más información: CuidAgro - CropLife Latin America](#)

Cultivando mejores vidas

Este programa para pequeños agricultores que, se desarrolla en México y Honduras, consiste en la instalación de pequeñas tiendas o kioscos de insumos agrícolas innovadores de Bayer y de aliados en zonas alejadas rurales, con poco acceso y transporte.

El programa aúna el deseo de emprender y ayudar de un “socio-local” o emprendedor de la comunidad con las necesidades de nuestros agricultores. El 80% de los gestores son mujeres, quienes nos permiten aportar a su sueño de comenzar con su negocio y acercar nuestras soluciones agrícolas a quienes las necesitan.

Existen regiones en las que los insumos están a más de 3 horas de distancia por lo que el agricultor en ocasiones no puede desplazarse para obtenerlos. Con solo una de estas tiendas estamos impactando a un radio de 40 kms en zonas a las que antes no tenían acceso a esos productos, así contribuimos con esto con el desarrollo de estas comunidades.

Bayer, Yara, Netafim, Corporación Financiera Internacional, son algunas de las promotoras con capital semilla y servicios para la construcción de los sueños de los emprendedores. Además de la adecuación de nuestro portafolio de semillas y productos para el control de plagas y malezas, entre otros, que pertenecen a las compañías participantes y desde Bayer ofrecemos soluciones y asistencia alineadas con necesidades de consumo y producción de alimentos de las zonas elegidas.

Se espera que el programa tenga un impacto directo en cerca de 120.000 familias productoras de café de Honduras, en un proceso de rotación con un cultivo de ciclo corto de maíz, donde Bayer es líder mundial, lo cual permite mantener ingresos para las familias y, además, les da una ventana de oportunidad para renovar plantas de café que han perdido productividad, por tener más de 12 años de siembra.

Una familia hondureña consume en promedio 1.5 toneladas de maíz por año, el cultivo convencional nativo cuenta con una escasa producción de cerca de 3 toneladas por hectárea (ton/ha) y los costos de traslado del grano son poco rentables. Con la convicción de poder alcanzar a suplir el consumo de las familias involucradas, el proyecto contempla la meta de producir 25.000 hectáreas de maíz, con un rendimiento promedio de 7 ton/ha.

Otro de los retos del programa es fortalecer la producción de hortalizas en zonas donde antes no se cultivaban, mediante una oferta de semillas y plántulas de hortalizas de nuestra marca Seminis.

Dekalb en Rosa

Bayer apoya la seguridad alimentaria en nuestra región y al cultivo de maíz con nuestra marca de semillas de calidad DEKALB.

En el 2022, desde nuestra División de Crop Science, impactamos a más de 500 agricultores, sus familias y comunidades aledañas, a través de la alineación de programas de salud y autocuidado de nuestra otra División de Consumer Health y el apoyo de especialistas externos.

En Honduras, gracias al apoyo de nuestro distribuidor TECUN Honduras y expertos externos, llevamos programas de prevención en cáncer de mama a 366 mujeres vinculadas al cultivo del maíz como agricultoras y en nuestra red de distribución a través de la concienciación y diagnóstico temprano de esta patología. Con la realización de dos eventos híbridos fortalecimos la sensibilización frente a la acción preventiva de esta condición.

Así mismo, con el apoyo de nuestros distribuidores apoyamos a las empleadas de una reconocida empresa de chile jalapeño, quienes desarrollan programas de rotación de cultivo con maíz. Nuestro programa se dirigió a 150 mujeres del personal en donde fomentamos el diagnóstico y el continuo cuidado de su salud.

En Perú, con capacitaciones en nutrición familiar, aportamos a 62 agricultores y sus familias de la región de Chimbote – La Rinconada, pequeños productores de menos de 1.5 hectáreas.

Food Chain Partnership (FCP)

Esta plataforma innovadora establece alianzas y aborda los desafíos en toda la cadena alimenticia, con socios que compartan nuestra visión de sostenibilidad.

Bayer cuenta actualmente con un equipo que trabaja en los temas de cadena alimentaria en 44 países (incluidos Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Guatemala y Perú). Hasta la fecha, se han implementado 500+ iniciativas de FCP en todo el mundo, 120 de las cuales involucran a unos 80.000 pequeños agricultores.

Los socios de FCP incluyen al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Global G.A.P, Solidaridad, Unilever, PEPSICO, Greenyard Foods, Dole y gobiernos locales.

En 2022, en colaboración con Fyffes, empresa dedicada a la comercialización de frutas y productos frescos, y su subsidiaria SOL Group, desarrollamos el proyecto de “Producción de Maíz y Seguridad Alimentaria”, para brindar oportunidades económicas a los trabajadores estacionales hondureños durante los meses de verano.

De esta manera, proporcionamos a comunidades de agricultores el acceso a semillas híbridas, capacitación sobre buenas prácticas agrícolas, asesoramiento agronómico y productos de protección de cultivos, incluidas soluciones para mejorar la resiliencia de las plantas y tecnologías innovadoras de pulverización, como drones, que dieron como resultado la producción de 4.500 quintales de maíz en beneficio de la comunidad local.



Global Alliance Against TR4

Bayer es miembro de Global Alliance Against TR4 en Colombia, Costa Rica, Ecuador y Perú. Esta es una iniciativa de múltiples partes interesadas para enfrentar la enfermedad fúngica TR4 que amenaza al sector bananero mundial.

La coalición reúne a 25 instituciones, con representantes de los sectores privado y académico, organizaciones de la sociedad civil, entidades gubernamentales y organizaciones internacionales. Entre ellos se encuentra el IICA, que actúa como Secretario de la Alianza.

Con esta iniciativa se busca el mejoramiento de nuevas variedades de banano resistentes a TR4, junto con programas educativos para productores e innovación en productos fitosanitarios biológicos y químicos.

[Global Alliance | Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture \(iica.int\)](https://www.iica.int)

Más+ Programme

A través de alianzas dinámicas con asociaciones de productores y exportadores, y utilizando tecnología climática de vanguardia, MÁS+ implementa un enfoque de programa integrado que incluye un paquete de asistencia técnica para la producción hortícola durante todo el año y el desarrollo de capacidades locales con enlaces a nuevos mercados nacionales y de exportación.

El proyecto MÁS+ está impactando a más de 2.700 personas a través del apoyo directo a 715 pequeños agricultores, que representan a 30 asociaciones de productores, apoyando vínculos vitales con nuevos mercados para aumentar los ingresos, la productividad y la resiliencia de los agricultores al cambio climático.

Gracias al apoyo de Bayer AG, con una primera donación a finales del 2021, la organización no gubernamental Mercy Corps expandió el actual programa MÁS por un periodo de 21 meses, que ahora se denomina “MÁS+”, en la región del Altiplano Occidental y las Verapaces de Guatemala, enfocándose en los departamentos de Baja y Alta Verapaz, Huehuetenango, Sacatepéquez, Sololá y San Marcos.

El apoyo de MÁS+ a los pequeños agricultores incluye:

- Acceso al mercado a través de la certificación Local y Global GAP para exportación y fortalecimiento de la capacidad de las asociaciones de agricultores para administrar la producción durante todo el año y beneficiar a los miembros.
- Asistencia financiera en forma de actividades de ahorro y préstamo para mujeres, para aumentar la participación comunitaria y el espíritu empresarial femenino, al mismo tiempo que aumenta los recursos para mejorar la seguridad alimentaria del hogar.
- Apoyo técnico y capacitación en técnicas de cultivo, planificación, uso de insumos y mercadeo de productos para los mercados nacionales y de exportación en los EE. UU. y Europa.
- Acceso a pronósticos a corto plazo específicamente adaptados para microrregiones alrededor de Guatemala para que los agricultores puedan adaptarse mejor a un clima cambiante.

MÁS+ Programme



[MÁS Programme en YouTube](#)

Programa de Transformación Agrícola con pequeños agricultores de maíz

Utilizando la ciencia, la tecnología y la innovación, el programa de pequeños agricultores de Bayer, en Guatemala, pretende para el 2025 incorporar a la agricultura moderna a más de 100.000 pequeños productores de maíz de la zona del Altiplano con paquetes de insumos a la medida de sus necesidades, así como difusión y asistencia técnica en los 22 idiomas que se hablan en la región.

En el 2022, el programa alcanzó a 10.000 productores, con 750 hectáreas sembradas, las cuales duplicaron el rendimiento de sus cultivos, incrementando los ingresos de los agricultores y sus familias.

El programa demuestra que un pequeño agricultor puede hacer uso de herramientas innovadoras y está dispuesto a usarlas en beneficio de su calidad de vida y alimentación, pues los agricultores que hacen parte del programa utilizan las cosechas principalmente para autoconsumo en la preparación de tortillas que hacen parte de su dieta básica.

Se Puede

A través de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), Bayer apoya “Se Puede”, programa que crea nuevas oportunidades de negocio en las zonas rurales, potenciando el emprendimiento al conectar a los agricultores con los compradores de sus productos directamente, sin intermediarios.

Está dirigido a pequeños y medianos agricultores de frutas, verduras y especias en Ecuador, y abarca tres ejes: capacitación digital gratuita, acceso a financiamiento y conexión con mercados. Su objetivo es apoyar a 400 pequeños agricultores, principalmente mujeres jefas de hogar. También, busca desarrollar habilidades emprendedoras en 10.000 jóvenes, y sensibilizar a 400 mil personas.

“Se Puede” cuenta con la plataforma gratuita de capacitación www.sepuede.com.ec que está abierta para agroempresarios de todo el país. En el 2022, la plataforma emitió más de 50.000 certificados de capacitación.

Además, se inició el proyecto piloto de siembra de tomates de la variedad Etereí en varias provincias del país. Son más de 20 productores, entre pequeños y medianos, quienes recibieron estas semillas de tomate.



Sembrando una cultura sostenible a través de buenas prácticas

En la planta de producción de Crop Science, en Barranquilla, los colaboradores realizaron un ejercicio pedagógico para impulsar la creación de una huerta, esto con el fin de comprender aún más la difícil tarea de producir alimentos en climas tropicales como es la Costa Atlántica de Colombia.

Actualmente recogen sus primeras cosechas de tomates, pepinos, sandías, pimentones, ajíes, entre otros, han realizado jornadas para entregar plántulas, educar a las familias y vivir las prácticas de agricultura sostenible y moderna con sus familias.

Muchas de estas semillas no solo fueron plantadas por ellos, sino por las personas que a lo largo del año los visitaron y dejaron ahí su huella, colegas de otras partes de Colombia e incluso de otras regiones, la comunidad vecina, clientes y otros.



Youth Ag Summit (YAS)

La Cumbre de Jóvenes por la Agricultura reúne cada dos años a jóvenes talentos, de entre 18 y 25 años de todo el mundo, para desarrollar soluciones y respuestas a una de las preguntas más desafiantes de la sociedad: ¿Cómo alimentar a un planeta hambriento de una manera más sostenible?

El año pasado, Johan Sebastián Chávez Mosquera, joven colombiano, fue seleccionado como uno de los 12 finalistas de los premios Thrive for Change, que dieron cierre a la quinta Cumbre de YAS 2021/22.

El delegado colombiano participó con BeFly, un proyecto que desarrolló con otros jóvenes de la región, y en el que se utiliza la mosca soldado negra como una alternativa de alimento para animales de producción como pollos, cerdos y pescados.

A pesar de no ser uno de los ganadores, Johan agradeció a Bayer por hacer esto posible y dar oportunidades, reconocimiento y apoyo a jóvenes de todo el mundo que, con diferentes trabajos e ideas, comparten la meta en común de lograr reducir el hambre en el mundo.

Más Información <https://www.bayer.com/en/agriculture/youth-ag-summit>

4. Nuestro foco en el Cuidado de la Salud



A través de los negocios de nuestras divisiones Pharmaceuticals y Consumer Health llegamos a personas de la región con nuestros productos y soluciones para ayudar a prevenir y tratar diversas enfermedades.

Nos alineamos también con las necesidades de las personas en PIBM, para quienes hacemos que los productos y servicios existentes sean accesibles y asequibles. Es así como avanzamos sistemáticamente en innovaciones y aumentamos la resiliencia de nuestras cadenas de producción y suministro. De esta forma, ayudamos a mejorar la salud y el bienestar de las personas (ODS 3).



4.1 Acceso a la salud y el autocuidado

Nuestro objetivo es ampliar el acceso a los medicamentos de autocuidado para 100 millones de personas en comunidades desatendidas para el 2030. Es por esta razón que trabajamos para garantizar que nuestros productos estén disponibles en el lugar en el que nuestros consumidores los necesiten, para que más personas puedan tener una mejor calidad de vida.

4.1.1 Alcance:

A calzón quitado

“A calzón quitado”, frase que utilizamos para referirnos a conversaciones directas, francas y abiertas es el nombre de nuestra estrategia de comunicación digital que se desarrolló con el objetivo de hacer conciencia y propiciar que las mujeres hablen sobre higiene íntima.

Este es todavía un tema tabú en nuestros países de Centroamérica y el Caribe, que las limita para preguntar, informarse, consultar y buscar soluciones médicas para sus problemas de salud íntima.



Cuidarte nos late

“Cuidarte nos late”, es una campaña educativa-informativa que tiene como objetivo hacer conciencia en la población sobre la importancia de tener buenos hábitos de vida para prevenir las enfermedades cardiovasculares.

Con la campaña se busca llegar a esas personas que salen de sus casas diariamente a trabajar y que regresan horas después cansados de su jornada laboral, lo que les deja poco tiempo para cuidar de ellos mismos.

Con información sencilla, que pueden ver desde sus teléfonos, y sin generar consumo de datos, la página www.cuidarnoslate.com brinda la opción de conocer y aprender cómo cuidar de su salud. Los familiares y amigos también tienen esa posibilidad de ayudar a sus seres queridos, acercándolos a la información y apoyándolos para mejorar sus hábitos.

En el sitio web están disponibles consejos para ejercitarse, tener una alimentación adecuada con recetas sencillas e información y consejos sobre salud cardiovascular, así como una prueba de evaluación de riesgo cardiovascular, entre otros.

Empaques individuales

El saber que los consumidores con bajos ingresos en nuestros países compran medicamentos de venta libre sólo cuando los necesitan, y que usualmente adquieren una única dosis, nos motivó a desarrollar una presentación innovadora de nuestros productos para hacerlos accesibles para quienes los necesitan.

Fue así como alineados con los pilares de sostenibilidad de proporcionar acceso a los consumidores a nuestros medicamentos, el equipo de Consumer Health en Centroamérica y el Caribe desarrolló la presentación en empaques individuales para varias de sus marcas.

De esta forma, hacemos accesibles los medicamentos en dosis únicas, en empaques que incluyen un código QR para proporcionar la información regulatoria del producto y aprovechando la alta penetración de los teléfonos inteligentes en los países de la región.

Mamás empresarias

Alineado a la estrategia de estar presente donde sea que nuestros compradores adquieran nuestros productos, la división de Consumer Health en países Andinos incluyó, desde el 2019, el portafolio de salud y bienestar (medicamentos de libre prescripción médica) en el canal de venta directa o venta por catálogo. De esta manera, más de 240.000 mamás empresarias cabezas de hogar han hecho de este modelo su fuente de ingreso, para mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Este modelo de distribución inclusiva facilita el acceso a nuestros productos ya que no sólo estamos ofreciendo soluciones para la salud y bienestar de las personas, sino que también estamos contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las mamás empresarias, derribando los límites tradicionales de la industria, ayudando a generar mayores ingresos a las mamás cabezas de familia en las zonas rurales y así contribuir a fortalecer el tejido social de nuestro país.



Mamá Malabarista

El podcast está dirigido a mujeres que están buscando un embarazo o ya están disfrutando de la gestación.

Este espacio informativo les permite conocer más sobre situaciones que podrían enfrentar en su vida cotidiana durante la gestación y la maternidad.

En cada episodio del podcast se abordan diferentes temáticas con varias invitadas, en formatos de contenidos innovadores y, sobre todo, relevantes para ellas.

[Mamá Malabarista | Podcast on Spotify](#)

Mujer 360



Para beneficio de las mujeres y sus familias, este programa integra las iniciativas de Bayer en las áreas de la salud y la nutrición.

Bajo Mujer 360, y con el fin de facilitar el acceso a la salud para la mujer, Bayer trabaja para informar y educar a las mujeres sobre las infecciones vaginales generadas por hongos, sus causas y sus principales síntomas, temas sobre los que muchas aún no se atreven a hablar o consultar.

Bayer provee una clínica móvil y asume los costos de las giras, así como el personal profesional para las charlas a líderes en las comunidades.

De esta forma, rompemos las barreras de la distancia haciendo uso de las herramientas digitales que nos permiten enviar mensajes SMS geolocalizados para las mujeres, en los idiomas de las localidades a las que llevamos nuestra clínica móvil.

El programa Mujer 360 se inició en el 2019, en Guatemala; se expandió a Honduras en el 2021, y; en el 2022, Nicaragua se convirtió en el tercer país de Centroamérica en beneficiarse con esta iniciativa. Entre los aliados están APROFAM, en Guatemala; ASHONPLAFA, en Honduras y; ANFAM/IXCHEN, en Nicaragua, los cuales proveen servicios integrales de salud para el bienestar de las personas y la logística y atención médica en sitio.

Impacto comunitario

1. Acceso a la salud femenina:
Brindar educación y consultas ginecológicas gratuitas a mujeres de zonas rurales desatendidas y contrarrestar la incidencia de infecciones vaginales para 4.892 mujeres atendidas.

2. Generación de soluciones de ingreso económico sostenibles:
Promover y fortalecer el emprendimiento en las promotoras de la salud para la generación de ingresos económicos para 50 mujeres emprendedoras.

3. Educación para el fortalecimiento de las capacidades técnicas de las promotoras de la salud:
Mejorar la calidad técnica en la entrega de los servicios de planificación familiar que brindan promotores voluntarios. 1.010 promotoras de salud capacitadas.

Patrocinio futbol femenino

Bayer tiene la visión de empoderar a las mujeres en distintos ámbitos, y por ello, desde el año 2019 y hasta la fecha, patrocina clubes de la primera división de futbol femenino en Centroamérica: el Deportivo Saprissa, de Costa Rica; el FAS de Santa Ana, de El Salvador; al Club Deportivo Olimpia Femenino, de Honduras; Tauro F.C. Femenino, en Panamá, y; desde el 2022, el UNIFUT, de Guatemala.

Además, se patrocinaron torneos femeninos de la Unión Centroamericana de Futbol (UNCAF), se apoyó como Promotor Nacional la Copa Mundial Femenina Sub-20 de la FIFA y se programaron actividades con motivo de la celebración de los 100 años de Bayer en México, donde se llevaron a 10 jugadoras de los cinco clubes femeninos que se patrocinan en Centroamérica, para que compartieran y disfrutaran en el ámbito deportivo junto a las representantes del Bayer Leverkusen.

Nuestro propósito

- Garantizar una vida sana.
- Promover el bienestar para todos en todas las edades.
- Lograr la igualdad entre los géneros.
- Empoderar a todas las mujeres y las niñas.
- Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

4.2. Acceso a la anticoncepción moderna:

4.2.1. Avanzando en Planificación Familiar

Empoderar a las mujeres, apoyando su planificación familiar y autodeterminación, es una parte importante de los compromisos de sostenibilidad de Bayer. En la Conferencia Internacional de Población y Desarrollo del 2019, Bayer anunció su objetivo de facilitar el acceso a anticonceptivos modernos a 100 millones de mujeres de países de medianos y bajos ingresos para el año 2030, como parte de su aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Actualmente, se continúa con la construcción de la planta farmacéutica con tecnología de punta, que producirá anticonceptivos reversibles de acción prolongada (LARC por sus siglas en inglés), con una inversión de 200 millones de dólares (170 millones de euros), en Costa Rica.

4.2.2 Alcance

Bayer Conmigo

Es un programa enfocado en aumentar el acceso y la adherencia a los anticonceptivos orales prescritos y los tratamientos. Los pacientes pueden conocer el programa a través de los profesionales de la salud y también en las farmacias.

<https://www.baconmigo.com/>



Educación para la empleabilidad

Educación a madres adolescentes en riesgo social para futuras oportunidades laborales y talleres sobre la importancia de la planificación familiar que contribuye a su desarrollo social y económico.

20 madres adolescentes que alcanzaron su certificación educativa para futuras oportunidades laborales.

65 madres adolescentes participaron en los talleres de planificación familiar.

Programa de Apoyo al Paciente y Manejo de Enfermedades

Brinda servicios gratuitos a pacientes de terapias Bayer, promoviendo la educación, concientización y autocuidado durante su tratamiento.

Tu salud sexual al alcance

A través de una unidad médica móvil se presta servicios de salud sexual y reproductiva, atención especializada y métodos anticonceptivos en comunidades colombianas con barreras de acceso, para que sus usuarios tomen decisiones informadas sobre su sexualidad y proyectos de vida.



+264 brigadas
+5.725 personas beneficiadas
+20.000 servicios brindados

Yo planeo mi futuro

Educación a más de 5.000 mujeres para dar a conocer los distintos métodos anticonceptivos.



4.3. Compromiso comunitario

Acceso a vitaminas y medicamentos en comunidades hondureñas

Bayer lanzó, a inicios del 2021, la Iniciativa Brecha Nutricional, la cual se enfoca en incrementar el acceso a vitaminas y minerales en comunidades marginadas, para ayudar a combatir la desnutrición.

La iniciativa incide en el compromiso de sostenibilidad de nuestra División de Consumer Health para permitir el acceso a la salud diaria de 100 millones de personas de comunidades desatendidas para el 2030.

Enmarcada en esta iniciativa se realizó una donación de vitaminas, medicamentos para la congestión nasal por alergia y productos para la tos, con un costo aproximado de USD\$185.000 para beneficiar a personas de comunidades vulnerables de Honduras.

La donación se hizo a la organización no gubernamental Health Partners International of Canada (HPIC), a través de Bayer Canadá, y se gestionó con la Agencia Internacional de Desarrollo HOPE.

Curso en Manejo de Montacarga

Atendiendo a las necesidades de las personas de nuestro entorno en Barranquilla, Colombia, dimos apertura al Curso en Manejo de Montacarga en alianza con el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) y abrimos nuestras puertas para que se desarrollara toda la parte teórica y práctica. Hemos certificado a 28 personas de nuestras comunidades.

Hackathon Desafío Cañas

Las voces de 23 jóvenes del cantón de Cañas, en Costa Rica, fueron escuchadas en una amplia jornada de innovación y creatividad en el marco del Hackathon Desafío Cañas, actividad organizada por Bayer en conjunto con el gobierno local (Municipalidad de Cañas).

Seis equipos de diferentes organizaciones e instituciones se hicieron presentes para generar ideas para la atención de 3 desafíos: salud mental, salud sexual reproductiva y empleabilidad.

El proyecto ganador fue la idea propuesta para la creación de un sitio web donde se encuentre información sobre empleo, empresas de la zona, academia, entre otros; además de un espacio dedicado a consejos y oportunidades para emprendedores.

[Hackathon Desafío Cañas](#)



Juntas al Bachi

Es una iniciativa de la Fundación Tejedores de Sueños, en conjunto con la empresa Cecropia Solutions y TCU 089, de la Facultad de Educación de la Universidad de Costa Rica, la cual brinda herramientas flexibles de estudio a madres de escasos recursos, que tienen limitaciones para concluir sus estudios secundarios.

Nos sumamos a esta iniciativa convencidos de que la educación es la base para el desarrollo social y económico de nuestras comunidades, permite fortalecer nuestra sociedad en los temas de inclusión y empleabilidad.

Se inscribieron más de 8.000 madres.

[Conoce el testimonio de Marvellys Álvarez, una de las estudiantes beneficiadas](#)

Mujeres en la Ciencia

Con el propósito de generar espacios de diálogo y vinculación profesional entre las futuras ingenieras con nuestra organización, recibimos la visita de más de 150 estudiantes de las carreras de ingeniería química, eléctrica, mecatrónica, química de pura, en nuestra planta de productos de protección de cultivos Crop Science en Amatitlán, Guatemala.

La visita permitió a las estudiantes conocer las operaciones que tenemos en el país para apoyar la agricultura moderna y sostenible, así como a pequeños agricultores de toda Centroamérica, con productos de protección de cultivos innovadores a la medida de sus necesidades.

De igual manera, las iniciativas en sostenibilidad internas y con la comunidad circundante, las de inclusión y atracción de talento femenino a través de la apertura de roles dentro del sitio y la relación abierta con universidades. Esta es una estrategia que busca incentivar la equidad de género y atraer talento femenino al campo de la agricultura, un espacio tradicionalmente dominado por hombres.



Por un Futuro mejor

*Frente a la
desnutrición infantil*



La ventana de los **1.000 días** es uno de los términos más comunes al hablar sobre el desarrollo de la primera infancia, ya que son determinantes en el posterior desarrollo cognitivo, físico y emocional de un niño.

Sin embargo, en el mundo, alrededor del 45% de las muertes de menores de 5 años tienen que ver con la desnutrición. En su mayoría se registran en los países de ingresos bajos y medianos (OMS).

En Latinoamérica, **Guatemala** es el país más afectado por la desnutrición infantil de acuerdo con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef). En este país el 49.8% de los niños menores de 5 años presentan desnutrición crónica. La malnutrición es uno de los principales problemas estructurales de Guatemala, condicionada por la pobreza extrema en la que viven el 79% de los niños del país.

A raíz de esta problemática, se inició el proyecto **“Por un futuro mejor”**, con el objetivo de atender a **200 binomios madre-niño** (en gestación, lactantes o menores de 18 meses), que incluye **400 niños menores de 5 años en riesgo alimentario** y **1.000 personas en condición de co-habitabilidad** para educar sobre mejores prácticas agrícolas, consumo de agua segura, higiene y hábitos nutricionales.

En alianza con United Way Guatemala, el proyecto se ejecuta alineado con la Gran Cruzada Nacional por la Nutrición, que es la estrategia país en la cual se da énfasis especial a **“La Ventana de los Mil Días”**.

“Por un futuro mejor” está impactando positivamente a **200 familias** en el municipio de San Juan Chamelco, en el departamento de Alta Verapaz.

Con este proyecto se busca implementar acciones específicas que contribuyan a alcanzar los **Objetivos de Desarrollo Sostenible #1, #2, #3, #5, #6 y #17**. Se pretende generar un modelo ejemplar de intervención social, liderado por el sector privado; el cual logre ser **replicable, sostenible y escalable**, en otras poblaciones con situación de inseguridad alimentaria y nutricional.

Logros



- Priorización de las familias seleccionadas en las 8 comunidades.



- Diagnóstico, que incluye la evaluación nutricional de los niños y el estado actual de las madres.



- Entrega de suplementación inmediata y alimentos fortificados.



- Capacitación a las familias de la “Rueda de prácticas para vivir mejor”. Metodología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala.



- Comparación de los resultados obtenidos de la línea de base del proyecto en 7 comunidades del Municipio de San Juan Chamelco contra los resultados del departamento de Alta Verapaz de la Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil, realizada en el 2014-2015 (OMS). La línea de base reflejó un 56.5% de desnutrición crónica y, el censo de talla 51.9%. Además, se encontró 2 casos de desnutrición aguda, los cuales fueron referidos de inmediato al sistema de salud.



- Construcción de 200 huertos familiares, espacios de producción de alimento nutritivo, sostenible y de bajo costo, para complementar el esquema de nutrición de las familias beneficiadas. En esta actividad se involucró el trabajo de voluntarios de Bayer.

Más Información: <https://www.youtube.com/watch?v=IKLdlWRBkXk&feature=youtu.be>

Huellas de Solidaridad #Voluntariado

En Guatemala, 42 colegas de Bayer vivieron la experiencia del voluntariado corporativo durante la construcción de 8 de los 200 huertos familiares, espacios de producción de alimento nutritivo, sostenible y de bajo costo, para complementar el esquema de nutrición de las familias beneficiadas.



Promoviendo valores a través del deporte

Nuestro compromiso con la visión “Salud para todos, hambre para nadie”, nos impulsa a promover una educación de calidad en las comunidades vecinas de nuestras sedes. Es por esto por lo que, junto con nuestros colegas de la planta de productos fitosanitarios de Crop Science en Barranquilla, compartimos con más de 200 niños del Colegio Primero de Mayo para promover valores a través del fútbol.

Este proyecto busca fortalecer y promover valores que permitan mejorar su vida a través de una sana y adecuada convivencia entre niños, adolescentes y las personas en general de las comunidades vecinas.

El deporte es una de las mejores herramientas en educación para la formación y desarrollo de valores, y un buen recurso para fomentar la salud y bienestar aplicando buenos hábitos a nivel físico y mental.

5. Cadena de Suministro

5.1 Manejo de nuestras actividades comerciales

Nuestros productos y servicios pueden contribuir a cambios transformadores en todo el mundo. Con ese espíritu queremos colaborar con nuestros socios comerciales a lo largo de la cadena de valor y asumir la responsabilidad.

Nuestro objetivo es ayudar a la gente y a las comunidades a prosperar asociándose y haciendo negocios con nosotros.

- Competimos de manera justa en todos los mercados, actuamos con integridad en todos nuestros negocios, cumplimos con todas las leyes aplicables y respetamos todas las normas antimonopolio.
- Tomamos decisiones comerciales que no se ven afectadas por conflictos de intereses y cumplimos con las leyes de conducta comercial.
- Tomamos medidas adecuadas para prevenir el lavado de dinero.
- Tenemos tolerancia cero para el soborno y la corrupción.
- Hacemos cumplir estrictamente las normas relacionadas a la aceptación de regalos.
- Enfatizamos la protección de datos.
- Protegemos la privacidad de la información y los datos personales.
- Protegemos la información comercial confidencial propia y de terceros.
- Restringimos la información privilegiada y no tenemos tolerancia para el comercio de información privilegiada.
- Esperamos que nuestros proveedores organicen sus actividades comerciales con Bayer de acuerdo con el Código de Conducta para Proveedores de Bayer, el cual establece normas éticas, sociales y ecológicas clave.
- Nos adherimos a los estándares establecidos por nuestras asociaciones industriales y aspiramos a tener papel de liderazgo en el desarrollo de los estándares.

5.2. Productos Responsables

Para Bayer, la seguridad de nuestros pacientes es el principal objetivo. Es por ello por lo que mantenemos canales de comunicación constante con nuestros clientes y medidas preventivas sobre la calidad, para monitorizar el perfil de seguridad de nuestros productos.

Sistema de Farmacovigilancia

Bayer realiza el monitoreo continuo de seguridad y calidad de sus productos para uso humano, a fin de garantizar el beneficio y seguridad de los pacientes y los consumidores.

Las actividades se rigen en el marco de gestión de seguridad y calidad reguladas por leyes internacionales y locales; así como la normativa interna de Bayer, garantizando el cumplimiento del correcto reporte de Eventos Adversos y el establecimiento de medidas para minimización de riesgos, en caso de ser necesario.

¿Cómo gestionamos la farmacovigilancia?

Nuestro trabajo en farmacovigilancia se gestiona mediante las siguientes acciones:

- A través del reporte oportuno de eventos adversos recibidos a través de los diferentes canales de comunicación (Call Center, páginas web, redes sociales, contacto con profesionales de la salud, programas de soporte a pacientes, actividades científicas en colaboración con las sociedades médicas nacionales e internacionales, entre otros).
- Capacitación a nuestros colaboradores en farmacovigilancia, a fin de cumplir con la normativa interna y la legislación local.

5.3. Gestión de Calidad

El área de Aseguramiento de Calidad brinda soporte a las unidades de negocio Farmacéutica y de Consumo, productos éticos y medicamentos OTC, respectivamente. Como responsables del desarrollo del sistema de gestión de calidad local, se encuentran dentro del alcance de sus responsabilidades las operaciones comerciales y logísticas de la compañía; así como la gestión de reclamos, seguimiento e implementación de procedimientos que garanticen el cumplimiento de los requerimientos de calidad locales y de las directivas de calidad a nivel de Bayer global.

5.4. Compras

Como empresa global, Bayer adquiere servicios y materiales de todo el mundo. Por esta razón, alineamos nuestros procesos de compras y gestión de proveedores a principios éticos, sociales y ambientales ambiciosos. Esperamos que nuestros proveedores también respeten estos principios, y los apoyamos para que lo hagan. A través de este enfoque, ayudamos a mejorar la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro.

Nuestra Política Global de Compras detalla todo el procedimiento de compra y se complementa con el Código Corporativo de Conducta de Proveedores, el cual contiene los criterios de gestión sostenible para su evaluación.

Los aspectos de sostenibilidad evaluados y expuestos en el Código Corporativo de Conducta de Proveedores son:



Además, como parte de los lineamientos de nuestro Código de Conducta de Proveedores, nos enfocamos en que las empresas que nos prestan servicios de maquila, transporte, almacenamiento, distribución de nuestros productos, entre otros, cumplan con la protección y seguridad de sus colaboradores y del medio ambiente.

Durante el 2022 se auditaron los procesos del 70% de nuestros proveedores en la región PACA, de acuerdo con el Código de Conducta de Proveedores.

6. Nuestro foco en los colaboradores

El éxito de Bayer se basa, esencialmente, en el conocimiento, liderazgo y el compromiso de nuestros colaboradores. Nos centramos en nuestros valores corporativos (valores LIFE) y en establecer una cultura corporativa orientada al diálogo basada en la confianza y el respeto por la diversidad y la igualdad de oportunidades.

Ofrecemos a nuestros colaboradores condiciones atractivas y amplias oportunidades de desarrollo individual.

La empresa tiene como objetivo crear una cultura basada en la justicia y el respeto. Tal y como

establece la Política de Derechos Humanos de Bayer, estamos comprometidos con el respeto de los derechos humanos de nuestros colaboradores y, por tanto, con el trato justo y equitativo como principio básico de nuestro entorno de trabajo.

Esto incluye observar los estándares de conducta de todo el grupo y proteger a los colaboradores de la discriminación, el acoso y las represalias. Estos estándares están establecidos en nuestro Reglamento de Grupo sobre Equidad y Respeto en el Trabajo, que fue firmado por el Consejo de Administración.

6.1 Sobre nuestros colaboradores

En nuestra región empleamos a personas de más de 15 naciones. Nuestros colaboradores reflejan con orgullo la sociedad en la que vivimos y demuestran el valor del pensamiento diverso para brindar las mejores soluciones para el beneficio de todos.

Buscamos el talento más brillante, independientemente de su raza, color, religión, sexo, edad, nacionalidad, discapacidad, estado de veterano, identidad de género, expresión de género y orientación sexual.

Bayer crea un entorno inclusivo donde los colaboradores de todos los géneros, etnias, orígenes, habilidades y orientaciones se sientan bienvenidos y capaces de contribuir, lo cual es fundamental para generar un excelente lugar para trabajar.



6.2 Equidad, inclusión y diversidad

El entendimiento mutuo y una cultura empresarial que aprovecha colaboradores talentosos, con una variedad de antecedentes y perspectivas, son factores importantes de éxito para el Grupo Bayer y para la sociedad.

Nos esforzamos por crear un entorno de trabajo en el que todos los colaboradores se sientan bienvenidos y puedan rendir al máximo. Queremos seguir reclutando y promoviendo colaboradores que tengan habilidades y calificaciones críticas, mientras nos enfocamos al mismo tiempo en la inclusión y la diversidad.



Data de colaboradores



2500
Colaboradores

52% Hombres
48% Mujeres

+15
Nacionalidades



3% Boomers
36% Generación X
52% Millenials
8% Generación Z

Bayer promueve una cultura de inclusión y diversidad para impulsar soluciones innovadoras. Adoptamos y fomentamos las identidades únicas de nuestros colaboradores y creemos que nuestro capital humano es uno de nuestros activos más valiosos.

La suma colectiva de diferencias individuales, experiencias de vida, conocimiento, innovación, autoexpresión, capacidades únicas y talento que nuestros colaboradores invierten en su trabajo representa una parte importante no solo de nuestra cultura y reputación, sino también del éxito de Bayer.

La inclusión y la diversidad desempeñan un papel importante en la satisfacción y anticipación de las necesidades de nuestros clientes y el logro de nuestra visión general: “Salud para todos, hambre para nadie”. Para mantener y hacer crecer nuestro negocio en todas las áreas del mundo, requerimos diversas perspectivas comerciales y la flexibilidad para trabajar con una variedad de personas dondequiera que realicemos negocios.

Se cuenta con 3 grupos globales como recursos para los colaboradores en donde se promueve una cultura de inclusión y diversidad: GROW, ENABLE y BLEND.

Alcance: BQual

En el programa de nuestra planta de productos fitosanitarios de Crop Science, en Colombia, que promueve la generación de oportunidades equitativas y fortalece la cultura de respeto e igualdad entre los colaboradores.

Como resultado, gracias al diagnóstico de los escenarios de producción realizados por BQual, la planta vinculó a las primeras 3 mujeres operarias en líneas de empaque durante 2022.

De esta forma, con más frecuencia nacen iniciativas en nuestra región para la generación de oportunidades de diálogo, experiencia e inclusión de la mujer en la cadena de la producción de alimentos en alineación con nuestros objetivos. Éstas incluso llegan a impactar de manera positiva proyectos corporativos dirigidos a nuestras comunidades de agricultores, consumidores y pacientes.

6.3 Comportamiento en el lugar de trabajo

Bayer es un lugar donde los colaboradores pueden cambiar positivamente el mundo con su trabajo, y donde pueden aprender y crecer día con día. Para crear valor para un mundo diverso, necesitamos ser un lugar de trabajo diverso e inclusivo que empodere a las personas con diferentes procedencias y habilidades para marcar la diferencia. Somos responsables ante nuestros colaboradores en todo el mundo y aplicamos estas normas a los socios con los que trabajamos.

- Nos tratamos unos a otros con justicia y respeto con tolerancia cero para la discriminación o el acoso.
- Creamos un ambiente de trabajo diverso y propositivo.
- Fomentamos una cultura de confianza e inclusión.
- Garantizamos una compensación justa e igualdad de oportunidades para todos nuestros colaboradores.
- Garantizamos condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Desarrollamos a los colaboradores con base en los logros y los valores practicados.
- Respetamos la diversidad de pensamiento y la libertad de expresión, religión y orientación sexual.
- Apoyamos el compromiso de la comunidad con base en nuestros valores de Bayer.

6.4 Gestión de talento

Nuestros diferentes procesos de gestión del talento: selección, formación y desarrollo, evaluación de desempeño, entre otros, se centran en identificar, promover y cumplir con los atributos y comportamientos que componen nuestros valores LIFE.

6.5 Proceso de selección

Actualmente contamos con un proceso de selección, manejado desde Costa Rica, que está documentado a través de un sistema interno *online* que permite conocer las etapas, estado y avances del proceso, garantizando transparencia en todo momento.

Todos los procesos de selección que se generan en toda la región PACA son siempre realizados bajo convocatorias internas, así como externas a través de publicaciones en las diferentes universidades y portales *web*.

6.6 Formación y desarrollo de nuestros colaboradores

El desempeño de nuestros colaboradores tiene un papel importante tanto para el crecimiento de la empresa como para su desarrollo individual. Debido a esto, contamos con programas de capacitación que siguen la metodología de 70-20-10. Esta metodología implica que el 70% es aprendido por el mismo colaborador en el día a día laboral; 20%, a través de las relaciones que tiene el colaborador con su jefe, mentor o coach y; 10%, mediante capacitaciones presenciales o virtuales en cursos específicos.

Contamos con fuertes sistemas de formación *e-learning* que cuentan con infinidad de cursos para fortalecer y desarrollar diferentes competencias y habilidades en nuestros colaboradores. Estas plataformas son:

- **Go Learn:** plataforma de entrenamiento y desarrollo continuo, basada en inteligencia artificial y conectada a fuentes premium, para que nuestros colaboradores puedan acceder, sin costo alguno, a infinidad de cursos, programas, libros, podcast, entre otros, para desarrollar competencias, de acuerdo con los intereses, tiempo y ritmo del colaborador. La plataforma constantemente le hace sugerencias sobre cursos y contenidos que sean afines con sus intereses y el colaborador puede conectarse desde cualquier dispositivo Bayer, en cualquier momento y a cualquier hora.
- **My learning:** cuenta con más de 20.000 cursos disponibles de todo tipo. Este sistema también permite a las diferentes áreas internas de la organización asignar cursos obligatorios, así como también el seguimiento y cumplimiento de estos. Por ejemplo, todos los cursos anuales sobre el conocimiento y cumplimiento de la Política de Justicia y Respeto en el Trabajo y del Corporate Compliance, se realizan por esta vía.



- **Programa EF Founder:** Todos nuestros colaboradores tienen la posibilidad de inscribirse al programa de inglés, a través de la plataforma EF Founder, una escuela virtual que permite aprender y/o mejorar en el idioma inglés. El programa ofrece clases grupales virtuales 24/7, además de una gran cantidad de recursos internos adicionales para garantizar el continuo aprendizaje. Este programa no tiene costo para el colaborador, ya que el costo lo asume directamente Bayer Global.

Uno de los principales objetivos que persigue nuestro programa de formación *e-learning* es facilitar que nuestros colaboradores puedan mantener un óptimo nivel de formación, profesionalización y aprendizaje continuo, siempre a su alcance directo, para responder efectivamente a los retos que se presentan en su función y en el entorno interno/externo. Adicionalmente, busca ser un medio para incrementar la capacidad y competitividad de la empresa a través del desarrollo de nuestros colaboradores.

El Mirador

Este proyecto tiene como objetivo impulsar la profesionalización de operarios, tanto en etapas de primaria básica como de bachillerato, elevar su grado profesional e impulsar el desarrollo y continuo crecimiento de nuestros colaboradores en la Planta de Producción de nuestra División de Consumer Health, en Guatemala. En el 2022 tuvimos los primeros 5 graduandos del proyecto.

Evelyn Ordoñez:

“Esto es algo que por nuestra propia cuenta no hubiésemos hecho, por falta de tiempo, por miedo, por temor al ‘yo no puedo’”.

Carmelina Téllez:

Yo fui una de las primeras que dijeron: ‘para qué quieren que yo me gradúe’, pero cuando vi la emoción de todos me emocioné yo también. Yo pensé que pronto me iba a jubilar, pero ahora me estoy graduando de bachiller, le doy gracias a Dios y a Bayer por las oportunidades. Ahora tengo un bachillerato, esto me ha motivado a seguir adelante y ver cómo en la planta se preocupan por mí”.

Guisela Pérez:

Yo por mi cuenta no hubiese hecho esto. Nos costó mucho, pero lo logramos, le damos gracias a Dios y a Bayer por preocuparse por nuestra educación”.

6.7 Bienestar

Derivado a la pandemia por la covid-19, desde marzo del 2020 todos nuestros colaboradores han laborado bajo el esquema de teletrabajo para resguardar la salud y seguridad de todos. Para el 73% de los colaboradores con posibilidad de desempeñar su rol desde el modelo de teletrabajo, se les entregó la silla ergonómica que solían usar en las instalaciones de la empresa previo a la pandemia, así como la pantalla, *mouse* y teclado para poder laborar desde casa de una forma mucho más ergonómica.

Con el programa “Be Well, Be Bayer” se busca promover comportamientos saludables y condiciones de trabajo en equilibrio con la vida personal y laboral contribuyendo al mejoramiento de hábitos del colaborador y su familia. En el 2022, este programa se fortaleció, y de forma semanal se generaron actividades y charlas para la salud física, emocional e integral del colaborador y sus familias.

BeWell
BeBayer

“Be Well, Be Bayer” tiene como base 4 pilares que reflejan y buscan impulsar el bienestar integral de nuestros colaboradores y sus familias:



En el 2022 se realizaron un total de **92 capacitaciones** en las que participaron **548 colaboradores**.

6.8 Derechos humanos

Bayer es miembro fundador del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y respeta la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos y de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas.

Nuestra diligencia debida en materia de derechos humanos se basa en los principios descritos en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos (UNGP) y las Directrices de la OCDE. Estos Principios Rectores se consideran entre los estándares internacionales más importantes para prevenir y combatir posibles violaciones de los derechos humanos en relación con las actividades empresariales.

Estamos comprometidos a respetar estos principios a lo largo de toda la cadena de valor y dentro de nuestro ámbito de influencia en todo el mundo. También apoyamos la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y las normas fundamentales del trabajo de esta última.

La implementación de nuestros estándares de derechos humanos en las operaciones comerciales está regulada por las normas, procesos, y sistemas de gestión y seguimiento del Grupo.

Nuestra compañía apoya plenamente los derechos humanos y ha documentado su postura en una Política de Derechos Humanos de Bayer vinculante a nivel mundial, que define los requisitos de derechos humanos dentro de la empresa y nos obliga a respetar y fomentar los derechos humanos en nuestras propias actividades comerciales y en los negocios. Esto se aplica a todos los colaboradores de Bayer en todo el mundo y a toda la cadena de valor, es decir, frente a proveedores, socios comerciales, clientes, consumidores y comunidades locales por igual.

Guiados por nuestros valores LIFE, y como complemento a nuestra Política de Derechos Humanos, fundamentamos estándares y responsabilidades específicas para el respeto de los derechos humanos en las normas existentes y en los reglamentos del Grupo. Estos incluyen los Principios de Compromiso Social de Bayer (BASE, junto con regulaciones sobre privacidad de datos, cumplimiento corporativo, equidad y respeto en el trabajo, gestión de HSE y requisitos clave de HSE, y seguridad y gestión de crisis, y el Código de Conducta para Proveedores.

Este último código especifica lo que esperamos de nuestros proveedores y les obliga a respetar plenamente los derechos humanos. El Código de Conducta para Proveedores se basa en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las normas laborales fundamentales de la OIT.

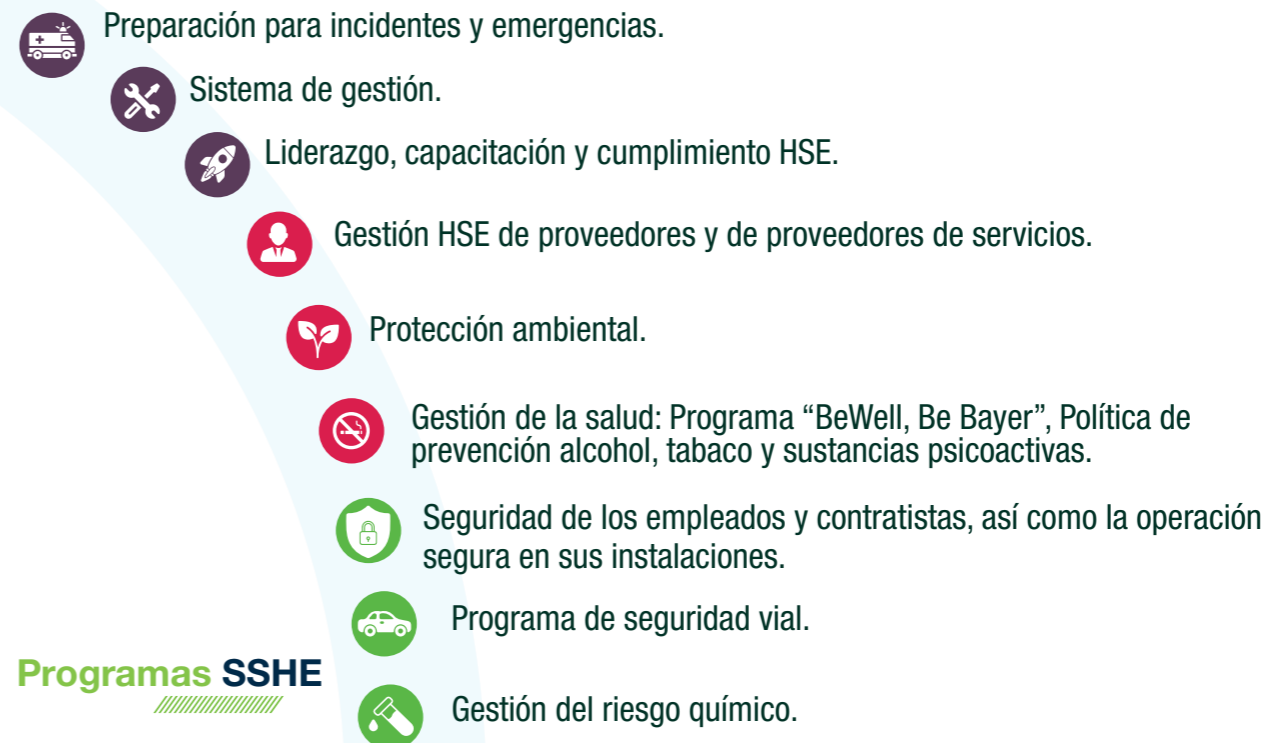
Estos principios y estándares sirven como base para hacer cumplir una estricta prohibición del trabajo infantil y forzoso en nuestras propias áreas comerciales y dentro de las actividades de nuestros proveedores, respaldada en todo el mundo por nuestra Política de Derechos Humanos.

Hemos implementado directivas y sistemas de gestión adecuados para cumplir con nuestra responsabilidad de administración de productos, también en relación con los derechos humanos. Para nosotros, su administración significa que nuestros productos cumplen con los más altos estándares de calidad y que son seguros para las personas, los animales y el medio ambiente cuando se usan correctamente.

6.9 Salud y Seguridad Ocupacional

Gestión y pilares

Con el fin de seguir cuidando a nuestros colaboradores, continuamos con las capacitaciones y actividades de seguridad y salud ocupacional, promoción de la salud y salud mental.



Sistema de gestión HSE

Bayer aspira a ser un líder valioso en Salud, Seguridad y Protección del Medio Ambiente (HSE). La gestión eficaz de HSE es la clave para proteger a las personas y al medioambiente por medio de la Política de Gestión y Requisitos Clave y estandarizan los procesos de los sitios y las operaciones.

Preparación de incidentes y emergencias

Los sitios, locaciones y organizaciones de cada país poseen planes de preparación que abordan adecuadamente la gestión de emergencias y otros incidentes.

La gestión profesional de los incidentes y de las emergencias es crucial para minimizar su impacto en las personas y el medioambiente. También, se protege la continuidad de los negocios y la reputación de la empresa.

Gestión de la salud

Por medio de la medicina del trabajo, salud e higiene ocupacional y la promoción de la salud, se protege y mejora la salud y bienestar de los colaboradores. Bayer ofrece programas de promoción de la salud donde los empleados pueden participar voluntariamente.

Programa de seguridad vial

Por medio del programa #TúDecidesEnLaVía se garantiza que los colaboradores que conduzcan vehículos con propósitos de negocios puedan seguir todas las reglas de seguridad. En el 2022, se realizaron actividades con el fin de prevenir accidentes en la vía, acumulando más de 1.000 horas de capacitación. Algunas de las actividades que se realizaron con los colaboradores fueron sobre normatividad vial, política de Bayer sobre seguridad vehicular, seguridad física, entre otros.

7. Nuestro foco en la Protección del Medioambiente

7.1 Protegiendo el medioambiente

Cumplimos con nuestra responsabilidad de proteger el medioambiente de muchas maneras diferentes, una de ellas es reducir el impacto ambiental de nuestras actividades comerciales y desarrollar soluciones de productos que beneficien al medioambiente.

Para nosotros, un enfoque eficiente de las materias primas y la energía tiene sentido tanto ecológico como económico. Nuestras medidas ayudan a reducir el impacto ambiental y, al mismo tiempo, reducen los costos asociados con los materiales, la energía, las emisiones y la eliminación.



299 toneladas:
Acciones posconsumo: recuperación de empaques, envases y embalajes de nuestros productos que llegaron a nuestro cliente.

5,5 TJ:

Se consumieron para las operaciones administrativas de los sitios, de los cuales 1,7 TJ (30%) corresponden a energía verde.



39,3 mil m³ de agua:

Se utilizaron para la gestión administrativa de nuestros sitios.



9 toneladas de reciclaje:

Correspondientes a residuos aprovechables.

7.2 Cambio climático

Nuestros objetivos de descarbonización están en línea con el Acuerdo Climático de París y, para lograrlos, implementamos amplias medidas para combatir el cambio climático y sus efectos (ODS 13). Por ejemplo, estamos reduciendo nuestras propias emisiones de gases de efecto invernadero (Alcance 1 y 2) y las emisiones de gases de efecto invernadero a lo largo de nuestra cadena de valor (Alcance 3).

Nuestros objetivos de reducción fueron confirmados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi). Además, nos esforzamos por alcanzar un objetivo de cero emisiones netas de gases de efecto invernadero en toda nuestra cadena de valor para el 2050.

También, ayudamos a aumentar la resiliencia propia de Bayer y la de nuestros clientes frente a los efectos del cambio climático. Además, desarrollamos soluciones transformadoras que permiten a la agricultura emitir menos gases de efecto invernadero y, en cambio, ayudar a capturar CO₂.



7.3 Impacto ambiental

A través de tecnologías innovadoras y nuevos modelos de negocio vanguardistas, estamos trabajando con los agricultores para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en el campo y el impacto medioambiental de la protección de cultivos, en un 30%, en esta década.

A través de soluciones innovadoras que promueven una agricultura sostenible, baja en emisiones y resiliente, ayudamos a proteger el clima, el medioambiente y la biodiversidad (ODS 13 y 15). También queremos reducir el consumo de recursos hídricos (ODS 6) en la agricultura en el futuro.



7.4 Objetivo neto cero

Bayer se ha comprometido a alcanzar un objetivo neto cero para las emisiones de gases de efecto invernadero en toda la cadena de valor para el 2050 o antes, como expresión de compromiso con cero emisiones netas de gases de efecto invernadero.

7.5 Neutralidad climática

Compensaremos nuestras emisiones (Alcance 1 y 2) que aún permanezcan después de la reducción a través de medidas tecnológicas y no se puedan evitar (como las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por procesos químicos o a través de viajes de negocios), mediante compra de certificados de proyectos de protección del clima que cumplen con estándares de calidad reconocidos. De esta manera, nuestro objetivo es lograr la neutralidad climática para nuestros propios sitios para el 2030.

Hemos establecido criterios específicos para la obtención de certificados de proyectos de protección del clima. En este proceso, nos enfocamos en soluciones climáticas basadas en la naturaleza, preferiblemente en proyectos forestales y agrícolas. También invertiremos en proyectos innovadores para promover el desarrollo del comercio voluntario de emisiones. En nuestro sitio web informamos sobre nuestra estrategia y los proyectos que apoyamos.

Compensamos más de 450.000 toneladas métricas de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en 2022 financiando proyectos de reforestación y conservación de bosques, por ejemplo, en Guatemala, Nicaragua y Perú.

7.6 Alcance

Bandera Azul

Los galardones del Programa Bandera Azul Ecológica, de Costa Rica, premian el esfuerzo y el trabajo voluntario en la búsqueda de la conservación y el desarrollo, en concordancia con la protección de los recursos naturales, la implementación de acciones para enfrentar el cambio climático y la búsqueda de mejores condiciones higiénico-sanitarias.

Las empresas galardonadas reciben una bandera para que sea izada en el edificio como muestra de que son una compañía que se preocupa por el medioambiente y es un símbolo del esfuerzo que se realiza para reducir el impacto provocado por los efectos del calentamiento global.

En nuestro caso, Bayer izó seis banderas azules en Costa Rica en 2022:

La Estación de Investigación y Desarrollo de Semillas, en Cañas, Guanacaste reafirmó su camino hacia la búsqueda de la carbono neutralidad de todas sus operaciones en la planta en Cañas, y las fincas en Chomes, de Puntarenas, y La Palma, de Abangares. Por séptimo año consecutivo la planta obtuvo el certificado en la categoría Cambio Climático con dos estrellas blancas y; por quinto año consecutivo, en las fincas en la categoría Agropecuaria, con tres estrellas blancas.

Bayer Medical Heredia -nuestra planta de dispositivos médicos para radiología- obtuvo el premio en la categoría Cambio Climático por segunda vez con una estrella blanca.

La Planta Bayer Medical Alajuela, que iniciará operaciones en el 2024, será una instalación de última generación produciendo dispositivos intrauterinos (SIU) e implantes hormonales. Desde ya realiza esfuerzos para reducir el impacto a través de un estándar mínimo de buenas prácticas, asociadas a los procesos de diseño y construcción de la infraestructura, por ello, obtuvo el certificado en la categoría Construcción Sostenible.

Y nuestro Global Business Services también realizó el proceso y ondeó su primera bandera en la categoría de Cambio Climático con una estrella blanca.

Para la obtención de este galardón cada sitio desarrolló acciones específicas para la reducción en consumo de agua, electricidad, papel y combustible, entre otros.

Carbon Disclosure Project (CDP)

Hemos obtenido la puntuación CDP más alta posible por nuestras actividades y transparencia en torno al cambio climático, lo cual subraya nuestro fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Bayer es una de las 283 empresas que lograron una 'A', de casi 15.000 empresas calificadas, y ha mantenido su posición de liderazgo durante media década. Nuestra compañía nunca ha obtenido una puntuación inferior a A-, desde que presentó por primera vez un cuestionario sobre cambio climático de CDP en el 2010.

El proceso anual de divulgación ambiental y puntuación de CDP es ampliamente reconocido como el estándar de oro de la transparencia ambiental corporativa.

CDP utiliza una metodología detallada e independiente para evaluar estas compañías, asignando una puntuación de A a D- basada en la integridad de la divulgación, la conciencia y la gestión de los riesgos ambientales y la demostración de las mejores prácticas asociadas con el liderazgo ambiental, como el establecimiento ambicioso y objetivos significativos.

<https://www.cdp.net/en/companies/companies-scores>



CampoLimpio

Es un proyecto de toda la industria agrícola para la economía del plástico del campo y el establecimiento de esquemas de gestión de contenedores en América Latina.

A través de esta iniciativa se construyen centros de recolección y se facilita el intercambio de conocimientos entre países. La transformación en una economía circular es un objetivo general que solo podemos lograr juntos. Por lo tanto, el proyecto involucra a varias partes interesadas de los sectores público y privado.

[CampoLimpio - CropLife Latin America](#)

Recolección de envases en Guatemala

En conjunto con Agrequima (Asociación del gremio químico agrícola) realizamos 3 campañas de recolección de envases vacíos con nuestras principales cuentas, productores de Caña de Azúcar (Ingenios Azucareros y productores independientes) y otros cultivos en el sur del país.

En total se recogieron 40 toneladas de plástico, que fueron trasladados a una planta de procesamiento de desechos, contribuyendo al cuidado del medioambiente.

Punto Azul

Es un plan posconsumo de fármacos o medicamentos vencidos, parcialmente usados, se trabaja en conjunto con la industria farmacéutica colombiana para procurar su recolección segura y disposición final controlada, para proteger así la salud humana y el medio ambiente.

8. Contribuciones

La desigualdad social en nuestro mundo está creciendo y se ve exacerbada por desafíos como el cambio climático y las pandemias. El acceso a una atención médica adecuada o a alimentos suficientes y de calidad es limitado para muchas partes de la población mundial. En Bayer, queremos contribuir a un mundo donde todos tengan acceso a suficientes alimentos y puedan vivir una vida saludable. Es por eso por lo que apoyamos proyectos sociales con socios de renombre en el área sin fines de lucro.

8.1 Contribuciones al desarrollo social

En Bayer, la ciencia y la innovación están en el centro de todo lo que hacemos. Y, con nuestro enfoque en la salud y la agricultura, brindamos soluciones a algunos de los desafíos más urgentes del mundo.

Cada año también hacemos una cantidad considerable de donaciones de caridad corporativas a socios en todo el mundo que ayudan a impulsar un cambio social positivo. Estas contribuciones respaldan nuestro propósito “Ciencia para una vida mejor” y alimentan nuestra visión “Salud para todos, hambre para nadie”.

En particular, nuestras donaciones benéficas contribuyen de manera significativa al cumplimiento de nuestros ambiciosos objetivos de sostenibilidad, que están alineados con los ODS de las Naciones Unidas; como, por ejemplo: combatir el hambre, brindar atención médica, el empoderamiento de las mujeres, redoblar nuestros esfuerzos para reducir los gases de efecto invernadero, abordar los impactos del cambio climático y proteger la vida en la tierra.

Contamos con un Procedimiento que define las áreas estratégicas de enfoque y los procesos de aprobación de las donaciones benéficas corporativas de Bayer: contribuciones monetarias, no monetarias o en especie y que se basa en los “Principios de participación social de Bayer”.

El mismo, está diseñado para maximizar el impacto positivo de nuestras donaciones, para posicionar a Bayer como un socio público transparente y confiable en la sociedad, y para garantizar que las posiciones de Bayer de relevancia ética y social reflejen los más altos estándares éticos, incluida la protección y promoción de los derechos humanos. A la vez, tiene como objetivo minimizar los posibles riesgos legales, fiscales, de cumplimiento y de reputación que puedan surgir de tales donaciones caritativas.

Donaciones 2022

(Valor de mercado en euros)



Alimentos:

(maíz-cebolla)

- 24.154 kg
- 14.572 euros
- 7.145 personas beneficiadas



Aportes monetarios:

- 9 ONG's para ejecución de programas
- 286.486 euros
- 12.608 personas beneficiadas



Producto:

- 2 ONG's para ejecución de programas
- 88.418 euros
- 1.015 personas beneficiadas



Equipo y mobiliario:

- 4.170 unidades
- 229.212 euros
- 14.963 personas beneficiadas
- 7 ONG's receptoras





Publicado por:

Bayer Países Andinos, Centroamérica y Caribe

Visita nuestras páginas:

 <https://www.bayer.com/es/co/andina-y-cac-home>

 BayerAndinayCAC

 @BayerAndinayCAC

 BayerAndinayCAC

 O escríbenos a: sostenibilidad@bayer.com

Este informe puede contener declaraciones prospectivas basadas en suposiciones y pronósticos actuales realizados por la gerencia de Bayer. Diversos riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres y otros factores podrían dar lugar a diferencias importantes entre los resultados futuros reales, la situación financiera, el desarrollo o el rendimiento de la empresa y las estimaciones aquí proporcionadas. Estos factores incluyen los discutidos en los informes públicos de Bayer que están disponibles en el sitio web de Bayer en www.bayer.com. La empresa no asume responsabilidad alguna por actualizar estas declaraciones prospectivas o adaptarlas a eventos o desarrollos futuros.

Este informe contiene textos adaptados del Informe Global de Sostenibilidad de Bayer.
Acceda al informe Global en: <https://www.bayer.com/en/sustainability>