

**ESTUVIMOS, ESTAMOS
Y ESTAREMOS JUNTOS**

MEMORIA DE SUSTENTABILIDAD Y COMUNICACIÓN DE PROGRESO 2020



COORDINACIÓN GENERAL

Anahí Brítez Rettori,
Directora de Asuntos
Corporativos y Legales.

COORDINACIÓN EDITORIAL

PROYECTARSE.
Agencia de Responsabilidad
Social y Comunicación
Organizacional.

COLECTA DE INFORMACIÓN

Alejandra Mendoza Doldán,
Gerente de Asuntos Corporativos.

Asunción, Paraguay.
Diciembre 2021.

Acerca de esta publicación

La presente publicación corresponde a la primera edición de la Comunicación de Progreso (COP) al Pacto Global de las Naciones Unidas y Memoria de Sostenibilidad.

Metodología:

La COP responde a los indicadores del nivel “básico”. Por su parte, para la Memoria se utilizaron parcialmente Indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), en su versión estándar G5, nivel de “conformidad esencial”.

Cobertura: enero a diciembre del 2020.

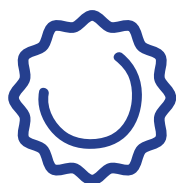
La versión digital de esta publicación se encuentra disponible en: www.cervepar.com.py

Los comentarios o consultas pueden ser enviados al área de Asuntos Corporativos: alejamen@cervepar.com.py

2021® Todos los derechos reservados.

Este documento es propiedad de CERVEPAR S.A. En la redacción de los textos se adopta la terminología clásica del masculino genérico para referirse siempre a hombres y mujeres. Este es un recurso que únicamente busca dar uniformidad, sencillez y fluidez a la composición y a la lectura del texto. No disminuye en absoluto el compromiso con el que la compañía aborda la igualdad de género.





ÍNDICE

	Pag.
1 PERFIL EMPRESARIAL	6
2 GOBERNANZA, RIESGOS E INTEGRIDAD	18
3 LA SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS	24
4 DESEMPEÑO SOCIAL	28
5 DESEMPEÑO AMBIENTAL	51
6 AUDITORÍA EXTERNA	61
7 METAS PARA EL 2021	65
8 INDICE DE INDICADORES GRI	68





MENSAJE DEL CEO

Desde CERVEPAR S.A. compartimos la primera edición de nuestra Memoria de Sustentabilidad y Comunicación de Progreso al Pacto Global de las Naciones Unidas.

Este informe corresponde al ejercicio 2020 que estuvo liderado por Roberto Araujo, CEO durante este periodo, con el que a través de su publicación reafirmamos nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los 10 Principios del Pacto Global.

Este ejercicio refleja los compromisos que vamos asumiendo desde nuestra estrategia de negocio hacia la sostenibilidad. Cada sección muestra un extracto de nuestra actuación interna y externa en los ámbitos social, ambiental y económico de CERVEPAR, Cervecería Paraguaya y Fábrica Paraguaya de Vidrios.

Con la aparición de la pandemia tuvimos que asumir un cambio profundo en nuestra manera de vivir y trabajar. De un día al otro, nos replanteamos

los objetivos que nos habíamos trazado, tanto a nivel comercial como de interacción con el entorno y trazamos estrategias para afrontar la crisis sanitaria con consecuencias desconocidas para todos, dispuestos a unir fuerzas para apoyar a nuestros colaboradores y a la comunidad, desde todas las formas que estuvieran a nuestro alcance.

En primer lugar buscamos cuidar a nuestros colaboradores, aplicamos rápidamente los protocolos sanitarios, establecimos servicios y sistemas de seguimiento y apoyo médico y psicológico, además de distintas acciones de concientización, de manera a garantizar la seguridad de los colaboradores en las distintas sedes. Establecimos un sistema de trabajo remoto para el 100% del personal administrativo, haciendo uso de herramientas digitales, creando nuevos sistemas colaborativos y acelerando la transformación digital de la compañía.

En la compañía incorporamos la sostenibilidad como parte de la estrate-



gia del negocio, buscando generar impactos positivos en una triple línea de resultados: económicos, sociales y ambientales. Nuestras iniciativas están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, en los pilares de agricultura inteligente, administración del agua, empaques circulares y acción climática. Estos pilares se aplican a través de la gestión de nuestras operaciones como de los proyectos que llevamos adelante con las comunidades en las que operamos y con otros stakeholders.

Finalmente, a nivel económico, logramos buenos resultados en el contexto de un año de pandemia y decidimos seguir apostando a las inversiones en el país a través de un proceso de ampliación de una nueva línea de botellas para ampliar nuestra capacidad de producción.

Estamos comprometidos con lograr un desempeño rentable y sostenible, que contribuya al desarrollo de las personas, el cuidado del planeta y al desarrollo del país.





1

PERFIL EMPRESARIAL



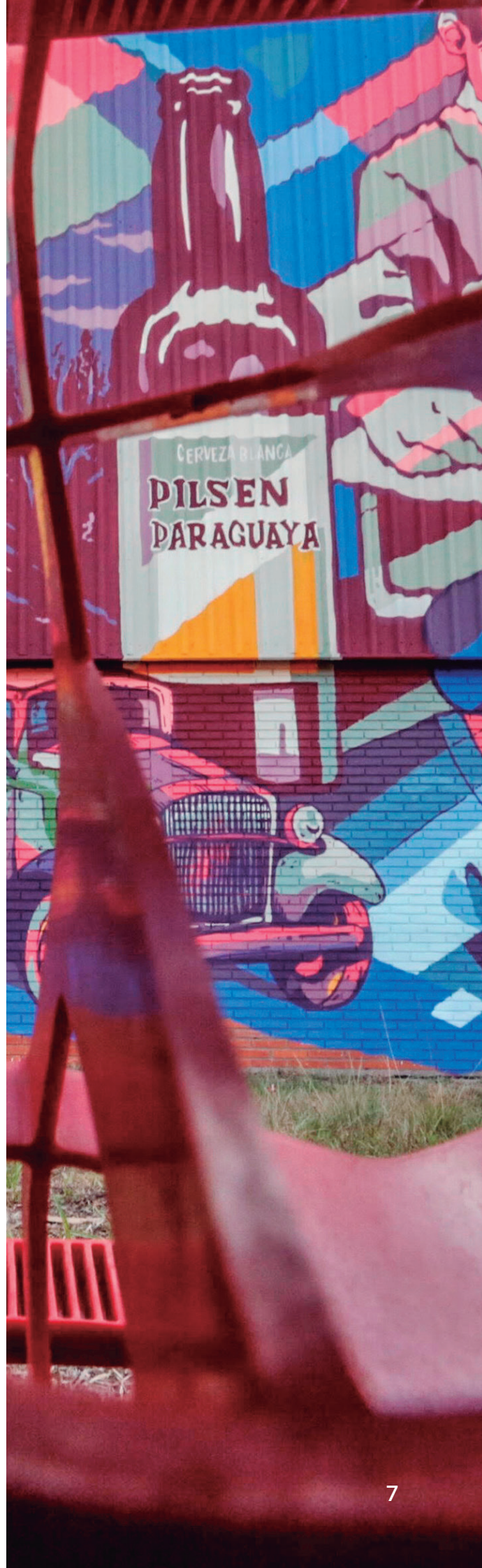
NUESTRA HISTORIA

La primera década del siglo XX constituye la referencia de partida de la industria cervecera en Paraguay, con la inversión de los hermanos Juan y Pedro Bossio (ambos de nacionalidad paraguaya), quienes deciden producir cerveza de calidad superior y para el efecto instalan su propia planta productora en el año 1910, denominándola Cervecería Nacional. Apenas dos años más tarde nace Pilsen Nacional (1912).

El devenir de la historia de Cervecería Nacional está marcado por varios acontecimientos que la fueron posicionando en el lugar de destaque y preferencia entre los consumidores, así como entre las empresas de vanguardia a nivel local.

Uno de ellos fue su integración al holding internacional Bemberg, en 1928; el otro, y de invaluable aporte para el país, fue el apoyo brindado durante la Guerra del Chaco, en 1932, para la cual puso a disposición sus instalaciones y vehículos, además de producir hielo y llevar agua al frente de batalla.

Dos nuevas fusiones incorporan a Cervecería Paraguaya al holding global cervecero más importante del mundo. El primero en 2003, de Bemberg con el grupo AmBev, y luego en 2009, de Anheuser-Busch con InBev, dando lugar a la creación de ABInBev. Desde entonces mantiene un creciente aporte a la calidad y sostenibilidad del desarrollo industrial y empresarial del país.



PRINCIPALES HITOS

1910



Creación de
**Cervecería
Nacional (CN).**



1912

Lanzamiento
de la cerveza
Pilsen Nacional.



1928

Integración de
Cervecería Nacional
al holding internacional
Bemberg.



1932

Acompañamiento a la
comunidad en la
Guerra del Chaco.



1938

Renombre a
Cervecería Paraguaya S.A.
y su marca Pilsen Nacional a
Pilsen Paraguaya.



1942

**Reaparecen los
carros de mulas**

ante la escasez de combustible,
por el desarrollo de la Segunda
Guerra Mundial.

1960

Se triplica la producción
debido a la demanda de
los consumidores.



1979

Se inaugura nueva planta
Construcción de una nueva cervecería en el
departamento de Caaguazú, contribuyendo al
desarrollo local y nuevas fuentes de trabajo.

1995

Mudanza a Ypané

Inauguración de la nueva planta industrial en Ypané, generando nuevas fuentes de trabajo.



2003

Fusión con AmBev

La compañía Bemberg (de la cual forma parte Cervecería Paraguaya) se fusiona con el nuevo grupo empresarial Ambev.

2010

Certificación

internacional de sistema de gestión



2009

Fusión Anheuser-Bush e InBev da origen a ABInBev

Ese mismo año, Cervecería Paraguaya adquiere la autorización para elaborar Budweiser bajo licencia.

2004

Integración con Interbrew

Integración con Interbrew AMBEV se integró con el grupo empresarial Interbrew, lo que dio nacimiento a INBEV.

2017

Se realizan importantes inversiones



Cervecería Paraguaya realiza el conjunto de inversiones más importante desde sus inicios. Moderniza la fábrica de Ypané, con 2 nuevas líneas de envasado. Así también, instala la segunda planta anaeróbica de tratamiento de efluentes.

2019

Acción histórica de baja de precios

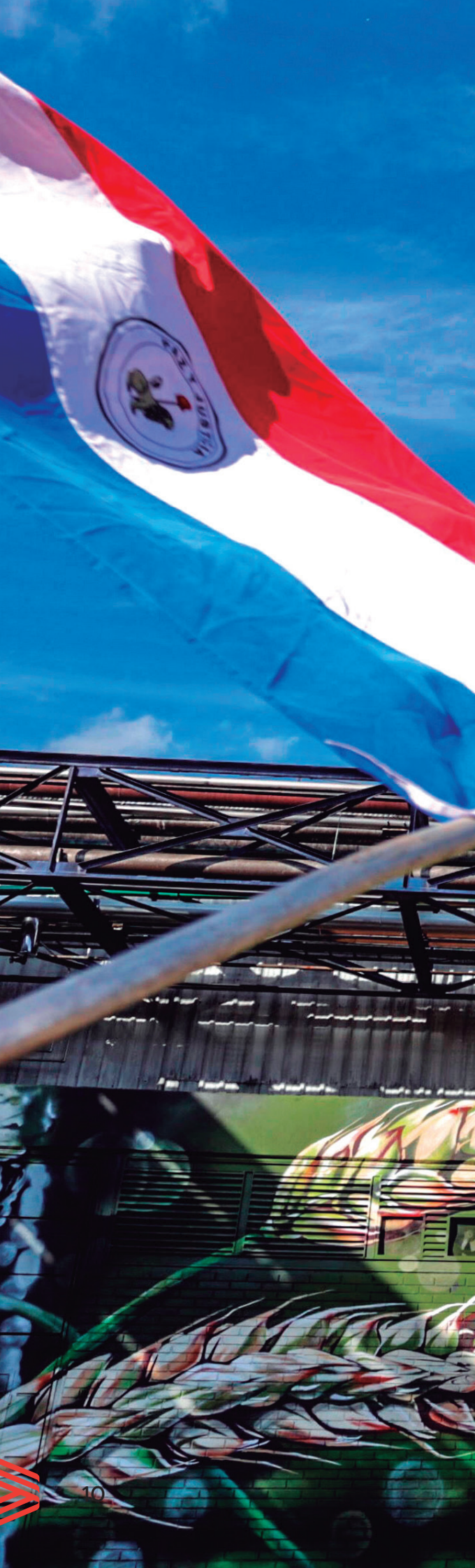


En un contexto de desaceleración a nivel país y con el objetivo de dinamizar la economía, Cervepar realizó el ajuste de precios más importante del mercado y de su historia.

2020

Compromiso empresarial en acciones contra COVID-19.





MÁS DE NOSOTROS

PROPÓSITO

Unir a la gente por un mundo mejor.

VISIÓN

Somos una empresa de sueños, y nuestro sueño es ser la mejor compañía de bebidas, uniendo a la gente por un mundo mejor. Estamos convencidos de que nuestra gente es embajadora de nuestra cultura y nuestro activo más valioso que nos impulsa hacia adelante. Valoramos la meritocracia pues creemos que la gente excelente puede crecer en la medida de su talento y es retribuida en consecuencia.

DIEZ PRINCIPIOS QUE NOS ORIENTAN

Nuestra cultura es la base y la forma en la que vivimos, con principios que evolucionan a medida que crecemos..





1

SUEÑO

Un sueño compartido que nos motiva a trabajar: unir a la gente por un mundo mejor.



2

GENTE

Nuestra mayor fortaleza. La gente crece en la medida de su talento y retribuida en consecuencia.



3

GENTE

Seleccionamos y retenemos a las personas que pueden ser mejores que nosotros.



4

GENTE

Nunca estamos satisfechos con nuestros resultados, que son nuestro combustible. La complacencia cero garantiza una ventaja duradera.



5

CULTURA

El consumidor manda. Ofrecemos experiencias de marca que tienen un papel significativo en sus vidas de manera responsable.



6

CULTURA

Somos una compañía de dueños, quienes asumen los resultados como algo personal.



7

CULTURA

El sentido común y la simplicidad son mejores guías que la sofisticación y la complejidad.



8

CULTURA

Controlamos nuestros costos para liberar recursos que aseguren un crecimiento sostenible y rentable.



9

CULTURA

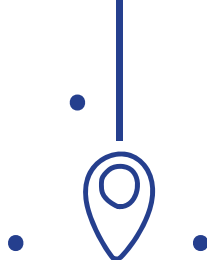
Liderar mediante el ejemplo. Hacemos lo que decimos.



10

CULTURA

No tomamos atajos. El trabajo duro, responsabilidad y calidad son claves para construir nuestra compañía.



LA COMPAÑÍA EN LA ACTUALIDAD

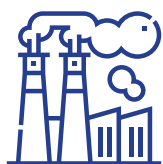
110 años de funcionamiento y crecimiento con el país avalan la labor desplegada por nuestra compañía, que se ocupa de producir cerveza cuidando cada detalle del proceso, desde la materia prima, pasando por el envase, hasta el consumo del producto.

Nos ocupamos de cumplir las leyes vinculadas a nuestro sector de operaciones, así como asumimos estándares internacionales de producción y consumo, para mantenernos competitivos local e internacionalmente, aportando valor social y ambiental, además del económico.

Al cierre del 2020, nuestro equipo de trabajo supera los 500 colaboradores directos, que se encuentran distribuidos entre las divisiones industriales y de servicios, los centros de distribución y las áreas de soporte administrativo y ejecutivo. Además, nuestra operación genera empleo de forma directa a más de 1.500 personas que brindan servicios a través de un esquema tercerizado.

En nuestro portafolio de productos contamos con 17 marcas, que se distribuyen a nuestros clientes a través de una flota de móviles, compuesta por más de 400 vehículos que recorren el país.

DATOS DESTACADOS DEL 2020



3

Unidades de negocios

Cervepar S.A., Cervecería Paraguaya S.A. y Fábrica Paraguaya de Vidrios S.A.



5

Centros de Distribución

Cnel. Oviedo, Ypané, San Lorenzo, CDE y Encarnación



17

marcas comercializadas



526

colaboradores



+35.000

puntos de venta



2°

mayor aportante del sector privado de impuestos del país.





LA CERVECERÍA

La primera fábrica de Cervecería Paraguaya nace en la zona del puerto de Asunción (1912) y allí funcionó hasta la culminación de su sede en la ciudad de Ypané, inaugurada en 1995 y en la que continúa operando hasta la fecha.

El complejo industrial de Ypané cuenta con una superficie amplia, en la que se van proyectando tanto su infraestructura como su capacidad productiva, en un contexto de continua adecuación a prácticas más sustentables. La inversión en los últimos 4 años supera los US\$ 60 millones.

En cuanto a la calidad de nuestros productos, la compañía ABInbev cuenta con un sistema de gestión de calidad propio, denominado VPO, que brinda los lineamientos generales para estandarizar los procesos y buscar la mejora continua.

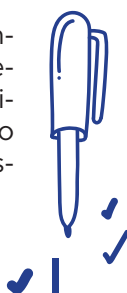
Por otra parte, cabe mencionar que estamos trabajando en la transformación cultural de nuestra compañía, mirando hacia el futuro, para seguir liderando el sector con excelencia.

SEGURIDAD Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Contamos con un laboratorio de análisis de última generación que nos permite asegurar la calidad e inocuidad de los productos, con estándares internacionales de excelencia que nos posibilitan ofrecer alta calidad al mercado local.

El sistema de validación y control de los resultados del laboratorio también funciona con las directrices de la nuestra metodología de gestión de calidad y auditorías de seguridad alimentaria.

El equipo de trabajo del laboratorio está conformado por 15 colaboradores, entre ingenieros químicos e industriales, tecnólogos de alimentos y de producción que, este 2020, tuvo a su cargo el análisis de más de 37.000 muestras.



MARCAS PRODUCIDAS EN EL PAÍS



**OURO
FINO**

Bud66



SKOL



CERVEZA
Norte

SubZero

Budweiser



FÁBRICA PARAGUAYA DE VIDRIOS

La Fábrica Paraguaya de Vidrios (FPV) se creó en el año 1979, en Asunción, como la primera fábrica de botellas a partir de vidrio reciclado. En el 2007, se trasladó a la ciudad de Ypané, donde se estableció la nueva planta industrial.

Cuenta con una capacidad de producción de 35.000 toneladas de vidrio por año, destinado exclusivamente a botellas.

La FPV provee el 100% de los envases para la producción local de CERVEPAR; también a otras industrias de bebidas. Además, exporta aproximadamente el 75% de su producción, a países como Uruguay, Argentina, Bolivia y Chile.

Se trabaja constantemente en una cultura de excelencia y formación continua para mantener altos estándares de calidad y productividad.



ÚNICA FÁBRICA
recicladora de vidrio
del país



+ 4.000 TN
de vidrio recuperado
a nivel local por año



+ 46 MILLONES
de botellas
producidas al año

35.000

TONELADAS
producidas
al año

25.354

TONELADAS
producidas
en el 2020

80%

USO DE VIDRIO
RECICLADO
en botella





GREMIOS Y ASOCIACIONES



ALIANZAS

GOBIERNO



UNIVERSIDADES



SOCIEDAD CIVIL





RECONOCIMIENTOS 2020

PILSEN

Top of Mind 2020.
Diario 5 días.

.....
Marca Preferida 2020
Ranking de Marcas
Cámara de Anunciantes
del Paraguay

CAMPAÑA “VIAJÁ A TU INTERIOR” DE CORONA

Declarada de
interés cultural
por la Secretaría
Nacional de Cultura
del Gobierno
Nacional.

Declarada de interés
turístico nacional por
la Secretaría Nacional
de Turismo del
Gobierno Nacional.

Premiada como
“Excelencia
Turística
Internacional
2020”. Grupo
Excelencias.

IDEAS GANADORAS DE I4G “IDEAS FOR GOOD” (COMPETENCIA INTERNA DE AB-INBEV).

Safety Billboards
(I4G)

Fiesta en la Casa
(I4G)

Gigapacks
(I4G)

BRAHMA ELQV

Shortlist Creative X.
Marketing Global
Ab-Inbev.

IDEA GANADORA DE “SMART DRINKING” (COMPETENCIA INTERNA DE AB-INBEV).

137 (Smart Drinking)

FIERAS

Primer Lugar
(Concurso interno
de BU Andina).
Ab-Inbev Global.

BEST PRACTICE RATE

My Delivery
(Competencia
Interna de
Ab-Inbev).

STATUS EXCELENCIA 100%, EN LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

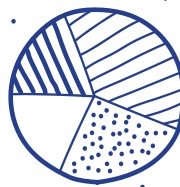
(Competencia
interna de Auditorías
Ab-Inbev).



2

GOBERNANZA, RIESGOS E INTEGRIDAD





GOBIERNO CORPORATIVO

CERVEPAR es una Sociedad Anónima, constituida bajo las leyes del Paraguay. Desde el año 2009 integra la empresa multinacional Anheuser-Busch InBev N.V./S.A. (Bélgica), la mayor fabricante mundial de cerveza.

La Asamblea de Accionistas es su principal autoridad, y tiene a su cargo velar por la conducción de la compañía, en línea con los valores y principios establecidos.

COMPOSICIÓN SOCIETARIA

Latin America South
Investment S.L.
Sociedad Unipersonal.

87,14%

Otros accionistas.

12,86%

DIRECTORIO

En su funcionamiento interno, el máximo órgano de Gobierno Corporativo de CERVEPAR S.A. lo constituye el Directorio, que es responsable de la conducción estratégica del negocio y tiene entre sus objetivos centrales asegurar que los valores corporativos, la ética y la cultura se practiquen y difundan entre los colaboradores.

La estructura del Directorio está compuesta por un Presidente, Vicepresidente y seis Directores Titulares, que son nombrados por la Asamblea General de Accionistas. Su elección se realiza por votación secreta, durante un (1) año en el ejercicio de sus funciones, con posibilidad de reelección. La Asamblea tiene facultad para revocar el mandato de los miembros del Directorio.

Los Directores pueden o no ser accionistas de la Sociedad y gozan de la remuneración que determina la Asamblea, dentro de los límites establecidos en los Estatutos Sociales.

Directorio

Roberto Correa De Araujo	Presidente
Fernando Torres Rubiani*	Vicepresidente
Guillermo Martínez Blasco*	Director
José Andrés Abraham	Director
Guillermo Francisco Peroni*	Director
Francisco Martínez Villalba*	Director
Federico Germán Cuadra	Director
Lucas Couchonnal*	Director
Oscar Benítez Cudas	Síndico Titular
Javier Benítez Duarte	Síndico Suplente

* Paraguayos

PLANTEL EJECUTIVO

Los miembros del Directorio y otros ejecutivos, externos al mismo, conforman el plantel que dirige la compañía, en sus diferentes unidades operativas, apoyadas por un equipo multidisciplinario de profesionales, que brinda un soporte administrativo e institucional para todas.

Roberto Araujo	Gerente General
José Andrés Abraham	Director de Ventas
Fernando Torres*	Director de Asuntos Corporativos y Legales
Lucas Couchonnal*	Director de Recursos Humanos
Analía Toranzo Barrera	Directora Industrial - Cervecería Paraguaya S.A.
Guillermo Martínez*	Director de Marketing
Federico Cuadra	Director de Finanzas
Luján De Bella	Directora de Logística
Efraín Riveros*	Director Industrial de Fábrica Paraguaya de Vidrios S.A.

* Paraguayos

COMITÉS AUXILIARES EJECUTIVOS

Creamos comités inter-áreas, en los que son los propios colaboradores quienes llevan la agenda de los temas, con el objetivo principal de tener una compañía más participativa, diversa e inclusiva.



Promover la equidad de género.



Fomentar la inclusión de personas con discapacidad.



Impulsar el respeto y que todos se sientan libres.

Comité de Ética y Compliance

Velar por el cumplimiento de las políticas y principios de la compañía.

Comité de Gente

Promover el bienestar de los colaboradores, servicios generales y aprendizaje continuo.

Comisión Interna de Prevención de Accidentes/CIPA

Velar por el cumplimiento de las medidas establecidas por el Ministerio del Trabajo, en materia de seguridad, y otras requeridas para cada unidad industrial, a través de las Brigadas de Emergencia.

Comité COVID-19

Monitorear las situaciones y acciones necesarias para la lucha contra el COVID-19.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



*BU Andina: Business Unit conformada por Paraguay, Bolivia y Chile.

*Regional Centro Supply: Compuesta por Paraguay, Uruguay y Chile.

*Regional Verticalizada Supply: Compuesta por Paraguay, Argentina, Bolivia, Brasil.

GERENCIAMIENTO DE RIESGOS

Contamos con un equipo a cargo del mapeo y monitoreo de los posibles eventos que puedan generar riesgos en nuestros negocios.

La disciplina financiera y la limitación de exposición para evitar fluctuaciones de mercado son los dos grandes pilares de nuestra estrategia, que dividimos en cinco categorías de riesgos: (i) Estratégicos, (ii) Operacionales, (iii) Regulatorios y Legales, (iv) Financieros y (v) Reputacionales.

Todos los años revisamos la matriz de riesgos para hacer las adecuaciones necesarias, en caso de que algo nuevo sea identificado. Igualmente, acompañamos de cerca los riesgos potenciales, de tal forma a reforzar su monitoreo. Toda la gestión de riesgos está bajo la coordinación del Consejo de Administración (eventualmente, de los Comités) y del Directorio de la compañía. En consonancia con estas directrices, y del Código de Ética, deben alinearse también los proveedores de bienes y servicios.

El análisis de los riesgos alcanza a los proveedores, a través del llenado del cuestionario de “Debida diligencia”, en materia de anticorrupción; además, del cumplimiento de los criterios de idoneidad, la revisión de publicaciones en medios de prensa y de postura ante las cuestiones ambientales. Dependiendo del grado del riesgo, realizamos un entrenamiento en materia de anticorrupción con los proveedores, como forma de reforzar el monitoreo, y compartimos con ellos nuestros conocimientos en temas ambientales, para incentivar la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro.

Todos los contratos de suministros con proveedores incorporan cláusulas específicas de respeto a las normativas internas, al Código de Conducta y los Principios. Su incumplimiento podrá ser causa de rescisión de contrato por nuestra parte.

GESTIÓN DE RIESGOS





COMPROMISOS ÉTICOS

Como parte del grupo Anheuser-Busch In-Bev ("AB InBev"), en CERVEPAR S.A. nos regimos por el mismo Código de Conducta de la compañía, en el que están contemplados los principios de conducta ética más importantes por los que debemos orientarnos, al igual que aquellos que operan en nuestro nombre. Siempre observamos y nos regimos por la normativa local vigente en primer lugar, sin embargo, cuando nuestras políticas estén por encima de la legislación local respecto a buenas prácticas, adoptamos siempre la normativa con estándares más altos.

Contamos con guías prácticas para vivir nuestros principios y valores cada día, aplicando los más altos estándares de ética empresarial, siendo honestos, objetivos y diligentes. El respeto de los derechos humanos y los estándares laborales, el cuidado del medio ambiente y la lucha contra la corrupción forman parte del comportamiento esperado.

ALCANCE DEL CÓDIGO DE ÉTICA

Aplica a:



Todos los Directores y Colaboradores de CERVEPAR S.A. y de sus subsidiarias en Paraguay.



Todas las transacciones comerciales de las cuales participamos.



Esperamos que nuestros proveedores, prestadores de servicios y otros aliados lo apliquen de forma consciente.





CANALES PARA DENUNCIAS

Tenemos un canal de denuncias, denominado Línea Ética, habilitado para denunciar todo tipo de violación a nuestro Código de Conducta. Además, está abierta a proveedores y clientes.

Por otro lado, poseemos un Canal de Compliance, donde se reportan aquellos casos que pueden constituir un eventual conflicto de interés.

En el año 2020, registramos 9 denuncias o reclamos formales. Al cierre del año, el 100% de los casos fueron resueltos, no quedando ninguno en trámite.

LOS CANALES DISPONIBLES PARA REALIZAR DENUNCIAS SON:

Canal de compliance:
<http://talkopenly.ab-inbev.com/>

Línea ética: (+595) 21 728 90 34

REGISTRO DE DENUNCIAS

Tipo de denuncia	Cantidad	Estado
Seguridad laboral	2	100% RESUELTO
Derechos laborales	1	
Conflicto de interés	1	
Discriminación	1	
Acoso	1	
Otros	3	
TOTAL 9		





3

LA SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS



NEGOCIOS SUSTENTABLES

En la compañía incorporamos la sustentabilidad como parte de la estrategia del negocio, buscando generar impactos positivos en una triple línea de resultados: económicos, sociales y ambientales.

Nuestras iniciativas están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, en los pilares de agricultura inteligente, administración del agua, empaques circulares y acción climática.

Estos pilares se aplican a través de la gestión de nuestras operaciones como de los proyectos que llevamos adelante con las comunidades en las que operamos y con otros stakeholders.

TEMAS MATERIALES O CRÍTICOS

Como resultado de una evaluación de nuestra cadena de valor y los impactos económicos, sociales y ambientales, la compañía estableció, de acuerdo al nivel de impacto y criticidad, pilares estratégicos de gestión sustentable, que definen la materialidad para esta memoria.

Estos pilares guían la agenda de acción de la compañía a nivel global y local hasta el 2025.

- Administración del agua.
- Embalaje Circular.
- Agricultura Inteligente.
- Acción Climática.
- Emprendedurismo.
- Consumo inteligente.



LOS ODS EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Pretendemos impulsar nuestros avances en relación a la Sostenibilidad y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al 2030. Son doce los ODS que están integrados a nuestra estrategia comercial y nuestras acciones.



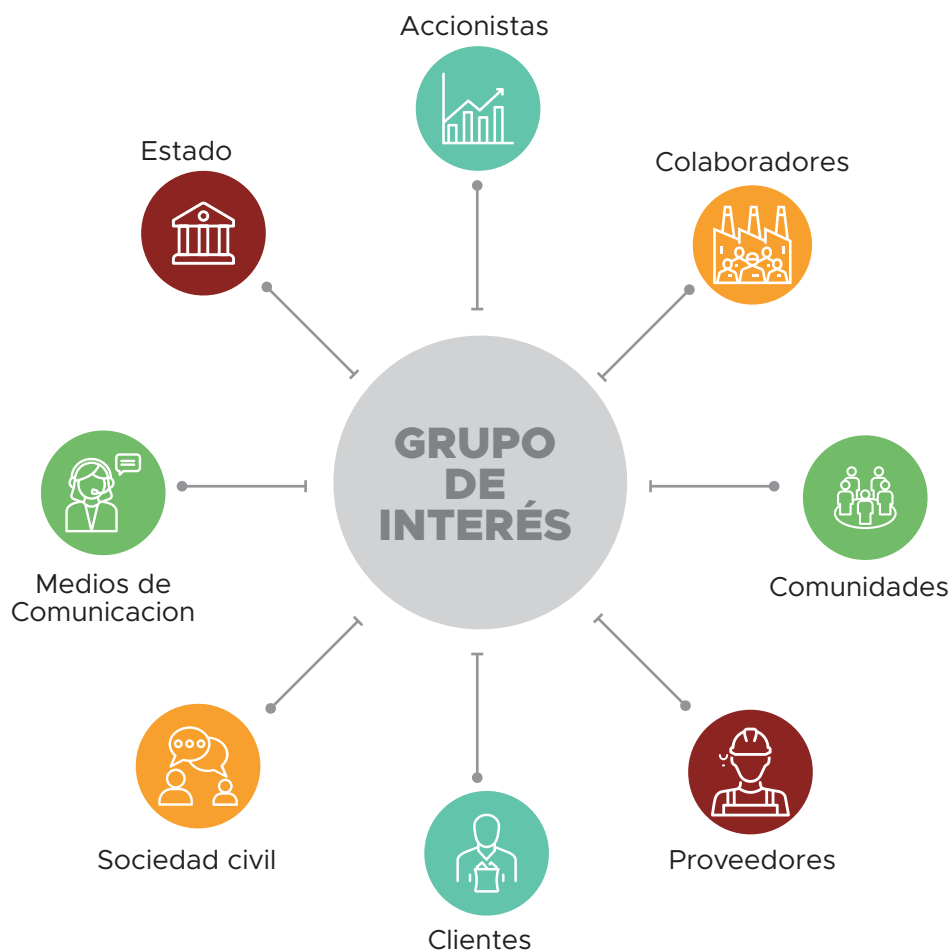


RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

La creación de valor compartido constituye el principal objetivo de la estrategia de relacionamiento con nuestros grupos de interés.

Nuestros grupos de interés más relevantes de acuerdo al nivel de cercanía e influencia, son: Colaboradores, Clientes, Consumidores, Accionistas, Proveedores y la Comunidad. En un segundo nivel, nos relacionamos con gremios, entidades del gobierno, organizaciones sin fines de lucro, entre otras.

Nos relacionamos con nuestros públicos de interés en diferentes procesos y operaciones de interés común, en los cuales buscamos mantener siempre relaciones positivas, con una mirada de largo plazo y generación de valor compartido para las partes involucradas.





4

DESEMPEÑO SOCIAL





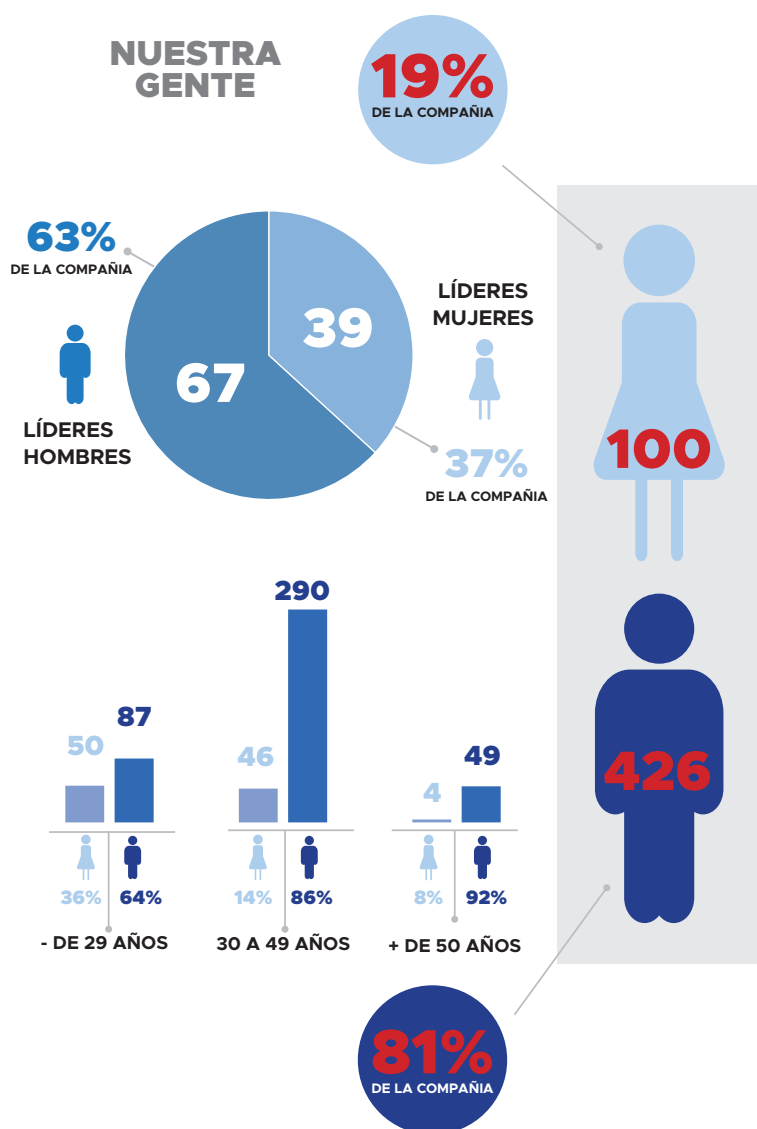
DESARROLLO DE COLABORADORES

Consideramos a las personas nuestra mayor fortaleza, por eso, trabajamos constantemente en mejorar la calidad de vida y trabajo de nuestros colaboradores. Con la llegada de la pandemia, nos dispusimos a cuidar, particularmente, su salud.

Apostamos al desarrollo de las capacidades y el talento joven, brindando oportunidades de crecimiento profesional a nivel nacional e internacional con formación continua en habilidades blandas y técnicas, buscando generar un ambiente de trabajo positivo.

La salud y seguridad de nuestros colaboradores constituyó una prioridad durante la pandemia, por lo que más que nunca orientamos nuestros esfuerzos al cuidado de cada uno de ellos, con acciones, programas y medidas sanitarias que nos permitieron disminuir los riesgos, manteniendo la continuidad de las operaciones.

Durante el año 2020, en un contexto de pandemia de salud y crisis económica, orientamos nuestros esfuerzos a la preservación de los puestos de trabajo, la flexibilidad y condiciones laborales, el apoyo en insumos de salud y gastos médicos, entre otros.



DISTRIBUCIÓN POR ÁREA

100 426

Gerencia General.		1
Administración, Finanzas y Sistemas.	5	8
Asuntos Corporativos y Legales.	4	1
Logística.	12	33
Marketing.	12	3
Recursos Humanos.	5	2
Ventas.	29	113
Compras.	2	2
Nuevos Negocios.	3	1
Cervecería Paraguaya.	26	204
Fábrica Paraguaya de Vidrios.	11	68



SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

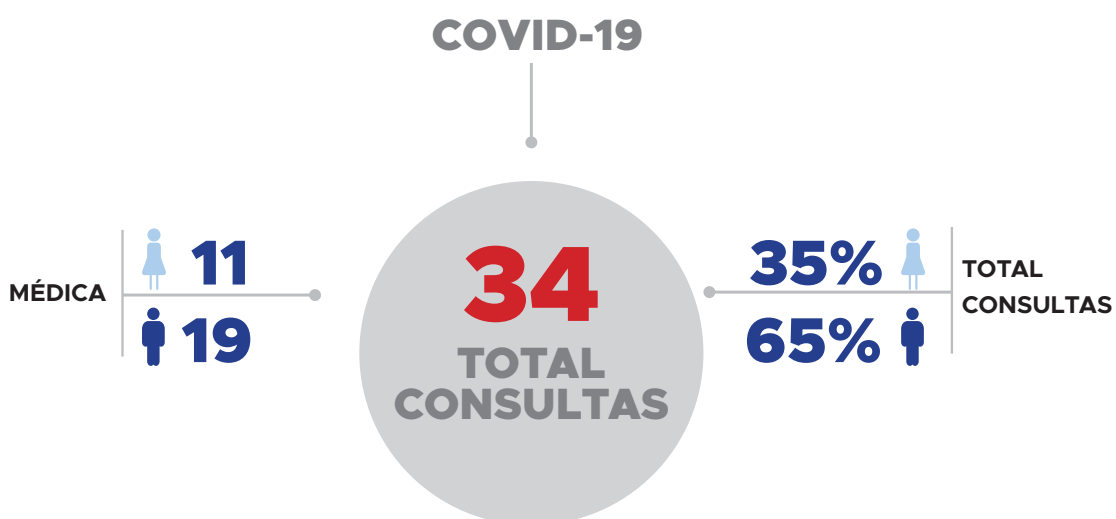
FRENTES DE ACTUACIÓN ANTE EL COVID -19

Ante el anuncio de las autoridades sanitarias sobre la pandemia por COVID-19, de forma inmediata incorporamos el protocolo sanitario establecido por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social en todas nuestras sedes. Adecuamos las salas, comedores y los distintos sectores.

En complemento a ello, implementamos test rápidos para nuestros colaboradores, terceros y a todas las personas que ingresaban a los centros de trabajo, dando se-

guimiento además a los resultados. La compañía se hizo cargo de los costos de PCR de estos test e incrementó el servicio de médicos para atención en las plantas industriales.

Colocamos puestos de higiene (lavadero de manos y estaciones de desinfección) en los diferentes sectores, incluyendo el comedor, donde además, se instalaron separadores en las mesas. También, asignamos zonas de aislamiento.





ACCIONES DESTACADAS DURANTE LA PANDEMIA

Como primera acción, establecimos un Comité interno, para ocuparse específicamente de todo lo referente al COVID-19, cuyo rol principal era monitorear las situaciones y proponer las acciones necesarias. En su composición se encontraban el propio Gerente General y la Mesa de Directores, contando con el soporte del equipo regional de la compañía.

Compartimos algunas de las acciones resultantes del Protocolo COVID – 19, que elaboramos y difundimos ampliamente, para su correcta aplicación. El mismo fue redactado con base en las recomendaciones del Ministerio de Salud y se fue actualizando conforme la situación de la pandemia fue evolucionando.

ENTRE LAS PRINCIPALES ACCIONES IMPLEMENTADAS, SE DESTACAN:

INFORMACIÓN Y PREVENCIÓN



Campaña informativa y de prevención

en todos los centros de trabajo y a través de todos los canales disponibles.



Política de Puertas Abiertas:

atención y seguimiento permanente a colaboradores en temas relacionados a la pandemia.



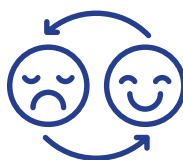
Programa de Asistencia al Empleado (EAP)

psicológica, legal, nutricional y financiera, incluyendo al núcleo familiar.



Charlas informativas y de prevención

sobre salud mental y alimentación saludable.



Herramientas para el manejo del estrés y la ansiedad

(clases de yoga virtual y de pausa activa y actividades para realizar en la casa, con los niños en el hogar).



READECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA



Adecuación del 100% de los centros de trabajo para cumplir con las medidas de bioseguridad.



Reorganización de la modalidad de trabajo para las distintas áreas, priorizando a grupos de riesgo, incluyendo modalidad home office y cuadrillas de trabajo.



Contratación de servicio adicional de personal médico, psicológico y enfermería, por cada centro de trabajo.



Aumento de buses con mayor capacidad en rutas administrativas.



Aumento en la frecuencia de lavado

y adecuación de productos de limpieza y desinfección; colocación de basureros para disposición de residuos de desechos de Covid.

MEDIDAS Y BENEFICIOS ADICIONALES



Extensión del Seguro Médico Privado para todos los colaboradores de la compañía, adicional al seguro del Instituto de Previsión Social (IPS).



Cobertura de 100% de los gastos médicos en casos de internación por contagio.



Cobertura de prueba de PCR para el 100% de los colaboradores fijos y tercerizados.



Acompañamiento médico a colaboradores con síntomas.



Cobertura de EPEM para todo el personal tercerizado en nuestras instalaciones..



Entrega de kit de desinfección a todos los colaboradores y tapabocas al ingreso a los centros de trabajo.



Servicio de aplicación de test rápido.

ÍNDICE DE ROTACIÓN

El índice de rotación en el año 2020 fue de 4,06 %, de los cuales el 24% fueron mujeres y 76% hombres. El índice de rotación del 2019 fue del 7,86%; este dato muestra un resultado favorable en torno a las acciones de retención de los colaboradores, a pesar de un contexto de pandemia sanitaria.



DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En CERVEPAR asumimos el compromiso con la diversidad y la inclusión como una política transversal a nuestro negocio, con la visión de que no solamente es positivo sino necesario para el desarrollo pleno tanto de nuestra operación, de la sociedad como de la economía.

Para ello trabajamos en diferentes programas, los que son llevados a cabo a través de los Comités WIB, IPA y LAGER, los que apuntan a la generación de un ambiente libre de discriminación, orientado a la inclusión y fomento de la tolerancia hacia la diversidad.

Los programas cuentan con cuatro pilares estratégicos de acción común, los cuales son:

- ✓ Políticas y Procesos.
- ✓ Sensibilización y Capacitación.
- ✓ Comunicaciones.
- ✓ Espacios de trabajo inclusivos.



PRINCIPALES RESULTADOS DEL COMITÉ WIB (WOMEN IN BEER)



Diagnóstico de cultura inclusiva y procesos. Relevamiento de prácticas y normas de conducta dentro de la organización hacia la diversidad e inclusión.



Capacitación de Recursos Humanos. Formación en procesos de reclutamiento y selección con criterios de inclusión y diversidad.



Programa de capacitación y sensibilización interna sobre la diversidad e inclusión para los colaboradores.



Extensión de la licencia de maternidad a 6 meses y la de paternidad a 45 días.



Creación del Programa madrinas y padrinos (para nuevos padres).



Política de reemplazo temporal para madres durante el periodo de licencia (6 meses) con el objetivo de brindar soporte y seguridad a la mujer durante ese periodo.



Programa de Formación de embajadores de Violencia de Género, con el objetivo de mitigar y reducirla, incluida la violencia doméstica.



“Somos Cervepar”. Programa de Empoderamiento Femenino, que brinda herramientas y formación para potenciar las habilidades de liderazgo de mujeres de diferentes niveles de la compañía.



Programa de Formación Comercial enfocado en género, para personas externas a la compañía, con el objetivo de encontrar nuevos talentos comerciales con un perfil comercial estratégico.



“Next Generation”. Programa de formación de nuevos líderes, con enfoque de género para transformar la cultura organizacional a fin de lograr mayor participación femenina en posiciones de liderazgo.



Networking y espacios de reflexión con líderes de organizaciones de gran envergadura del país.



Focus Group internos y externos con universidades con el objetivo de conocer la percepción en referencia a género y con el fin de impulsar la atracción de mujeres a la compañía.

PROGRAMA DE INCLUSIÓN LABORAL COMITÉ IPA

Nuestro sueño de unir a las personas por un mundo mejor comienza con nuestro propio equipo de trabajo. Por esta razón, este 2020 formamos un Comité para la Inclusión de Personas con Disca-

padidad (PcD), al que denominamos Comité IPA. Su objetivo es afianzar nuestro compromiso con la promoción de la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo.

PRINCIPALES RESULTADOS DEL IPA



Diagnóstico de cultura inclusiva y procesos.



Alianzas para la inclusión con la Fundación Saraiki e Inclúyeme.



Capacitación al equipo de Recursos Humanos en procesos de reclutamiento y selección, con criterios de inclusión.



Programa de capacitación y sensibilización interna sobre la diversidad e inclusión.



Evaluaciones edilicias y adecuaciones, para mejorar el diseño de entornos y procesos, promoviendo la igualdad de oportunidades tanto en el acceso a los centros de trabajo, como en el desarrollo profesional de la persona.



Incorporación de 1 Persona con Discapacidad en el equipo de Logística.

PROGRAMA DE INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD COMITÉ LAGER

Por su lado, el comité LAGER tiene el propósito de generar una cultura organizacional abierta y respetuosa en la que las personas se sientan bienve-

nidas y libres de ser como son, afianzando la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo.

PRINCIPALES RESULTADOS DEL LAGER



Diagnóstico de cultura inclusiva y procesos.



Capacitación al equipo de Recursos Humanos en procesos de reclutamiento y selección, con criterios de inclusión y diversidad.



Programa de capacitación y sensibilización interna sobre la diversidad e inclusión para los colaboradores.



Gestión de comunicaciones para la visibilización y sensibilización acerca de la importancia de la diversidad.



Intervención en sanitarios y comedores de la compañía con mensajes relativos a la tolerancia y a la diversidad.

BRIGADAS DE EMERGENCIA COMITÉ CIPA

Contamos con ocho brigadas de emergencia especializadas, en nuestros diferentes centros de operación, alcanzando un total de 174 miembros. Sus integrantes reciben capacitación de forma continua y están dotados de todos los equipamientos necesarios para atender las

distintas situaciones que pudieran ocurrir.

Su trabajo incluye el registro de los accidentes, que en el año 2020 fue de solo 16 casos (uno de trabajo, dos de motos y 13 correspondientes a caídas y/o resbalones).

PLANTA INDUSTRIAL CERVECERÍA PARAGUAYA



Brigada para la prevención de incendios y fuga de amoníaco.

Integrantes:
38 miembros

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



Brigada para prevención de incendios y primeros auxilios.

Integrantes:
**118 miembros,
representantes
de los 5 Centros**

PLANTA INDUSTRIAL FÁBRICA PARAGUAYA DE VIDRIOS



Brigada para la prevención de fuga de vidrio; contención y recuperación.

Integrantes:
18 miembros.

FORMACIÓN CONTINUA

Disponemos de un Programa de Formación Continua que aplica a todos los colaboradores de la compañía y tiene como principales objetivos generar una cultura de aprendizaje estable, impulsar el conocimiento funcional y desarrollar las capacidades necesarias para lograr la estrategia comercial.

Como parte de la compañía AbInBev, nuestros colaboradores tienen acceso a la plataforma de aprendizaje LinkedIn Learning, reconocida mundialmente, que ofrece una importante variedad de contenidos y materiales a sus usuarios.

Promovemos un plan de formación específico, ligado al plan de carrera de cada colaborador, orientado a fortalecer sus habilidades y superación de barreras para un desempeño exitoso. Todo esto, enmarcado en un proceso de evaluación de desempeño anual, al cual está sujeto el 100% de los colaboradores.

Además contamos con formaciones técnicas específicas para cada área y formaciones de carácter transversal en habilidades blandas.

PILARES

1.

LIDERAZGO

2.

**HABILIDADES
PARA EL
FUTURO**

3.

**ENTRENAMIENTO
FUNCIONAL
PARA CADA
ÁREA**

4.

**INCLUSIÓN Y
DIVERSIDAD**

5.

**SEGURIDAD
Y MEDIO
AMBIENTE**

4.208

HORAS DE FORMACIÓN

BENEFICIOS VOLUNTARIOS

Buscamos contribuir a la calidad de vida de nuestros colaboradores, aportando tanto al desarrollo profesional como personal. En este contexto, los beneficios adicionales brindados por la compañía

forman parte de esta visión, entendiendo que el talento humano es nuestro principal pilar como empresa.



Seguro Médico Privado, para el colaborador, hijos y cónyuge. En caso de enfermedades, accidentes o intervenciones quirúrgicas la empresa abonará al trabajador el salario correspondiente a esos días, independientemente del subsidio otorgado por IPS.
Enfermedades: Hasta 6 meses / **Accidentes:** Hasta 12 meses.



Transporte 100% a cargo de la compañía (para los traslados a las plantas industriales localizadas en Ypané).



Tarjeta gourmet, con cobertura de alimentación.



Productos gratis:

- Cinco docenas de Pilsen o Brahma litro por mes o bien su equivalente en otros productos.
- Dos docenas de Pilsen o Brahma, de litro, por cumpleaños.
- Obsequio por fin de año.



Programa de Asistencia al Empleado (EAP): acceso a consultas gratuitas con profesionales de distintas áreas (Finanzas/Psicología/Legales).



Cinco días hábiles de **licencia por matrimonio** + 1 mes de salario + 10 cajas de cerveza Brahma o Pilsen de litro.



Cuatro días hábiles de **licencia por fallecimiento** de cónyuge, padres, hijos, hermanos y abuelos. En caso de fallecimiento del cónyuge, padres e hijos, el colaborador recibe un monto de dinero como ayuda.
Un préstamo a opción del trabajador de un mes de sueldo a ser devuelto en 12 meses sin intereses, en cuotas corridas.

Seguro de Vida: en caso de fallecimiento del trabajador, la empresa abonará a los herederos una indemnización por el importe que arroje la liquidación como despido injustificado (por todo concepto), por el tiempo de servicio, previa cancelación de deudas.



Bonos

- Por cumplimiento de objetivos.
- Gratificaciones al personal, con un año de antigüedad.
- Gratificaciones por 10 años o más de antigüedad.



Licencia de maternidad: cobertura de salario de la madre del 100% hasta el sexto mes. En el caso de FPV se cubren las semanas adicionales para completar las 25 semanas.
Subsidio por nacimientos: 15 días de salario.
Licencia de paternidad: 45 días corridos con cobertura del 100% del salario.
Subsidio de guardería: por hijo hasta 24 meses.
Obsequio de nacimiento: monto en pañales.
Reducción de jornada de la madre al retorno de la licencia: En la pandemia las posiciones que lo permiten realizan sus labores 100% home office. Posibilidad de realizar home office, dos veces por semana, hasta 12 meses.
Subsidio de Apoyo escolar: por cada hijo (hasta 3), con edades comprendidas entre 5 y 18 años cumplidos, al 31 de mayo del año fiscal.



Licencia por estudios: al empleado que curse estudios secundarios, técnicos y universitarios se le concederán 20 días hábiles de permiso, continuo o alternado, con goce de salario, durante el año en curso.

Los permisos son utilizables solo para exámenes finales, siempre y cuando estos estudios tengan vinculación y sean de utilidad para la empresa. Formación a través de **LinkedIn Learning**.

Descuentos en universidades/centros de estudios e idiomas (alianza con el CIP).

RATIO SALARIAL

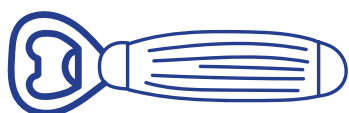
Todos los colaboradores de la compañía, independientemente a su género, raza o cualquier otro tipo de condición, tienen iguales oportunidades de acceso al empleo, a recibir los beneficios establecidos en la ley y los demás otorgados por la empresa.

El **100%** de la nómina, mujeres y hombres, gana igual o mayor al salario mínimo, según detallado en la tabla siguiente:

SEGMENTO	SALARIO MÍNIMO PAGADO POR LA COMPAÑÍA	SALARIO MÍNIMO ESTABLECIDO POR LEY	+ VECES QUE SALARIO MÍNIMO
Operativo	4.217.411	2.192.839	1,8

CUMPLIMIENTO DE LEGISLACIÓN LABORAL

Nuestros colaboradores son uno de los principales públicos de interés y, como tal, comparten la distribución de valor generada por la compañía. Además del cumplimiento de todas las normativas laborales y beneficios establecidos por la legislación local, brindamos beneficios adicionales, tanto en salud, desarrollo profesional y personal, entre otros.





RELACIONAMIENTO CON PROVEEDORES

GESTIÓN DE ADQUISICIONES

Adoptamos la Política Global de Abastecimiento Responsable de AbInBev, a través de la cual nos comprometemos con la promoción y supervisión de las mejores prácticas en nuestra cadena de suministros.

Igualmente, con todos los proveedores aplicamos nuestra Política de Cero Tolerancia hacia cualquier forma de soborno y conducta corrupta, que establece la prohibición de solicitar, acordar, recibir o aceptar sobornos, prebendas, pagos de facilitación o cualquier otro incentivo, beneficio o ventaja ilegales o inapropiados.

Como signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas, ratificamos este compromiso de establecer vínculos con proveedores de bienes y servicios que, al igual que nuestra compañía, respeten los derechos humanos y laborales de sus trabajadores, así como de otras personas afectadas por sus operaciones.

Nuestra Línea Ética es el instrumento del que disponen los proveedores para realizar sus denuncias ante el incumplimiento del Código de Conducta y las Políticas mencionadas.

CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN

Los proveedores interesados en trabajar con nuestra compañía reciben una copia de las Políticas mencionadas y deben comprometerse con su cumplimiento, a través de la firma de una carta de compromiso que los hace sujetos de monitoreo y supervisión. En este documento se incluyen comportamientos específicos vinculados al Trabajo Infantil y Esclavo, destacando su no aceptación, bajo ningún concepto.

Tenemos una categoría de proveedores críticos, que son aquellos que en su gestión interactúan frente a organismos públicos y deben pasar por un proceso de debida diligencia que incluye formularios anticorrupción para habilitar su alta en el sistema.

Un formulario con las mismas preguntas debe ser respondido por un colaborador de CERVEPAR, al tiempo del alta, para hacer un control cruzado de que las respuestas dadas por el proveedor coincidan. Al cierre del año tenemos registrados 50 en esta categoría.



+1.000
proveedores.



+145 MM
dólares en pagos anuales



+25.000
empleos generados en
nuestra cadena de valor



AUDITORÍA INTERNA

Contamos con un área específica de Auditoría Interna que forma parte de la estructura organizacional y tiene a su cargo velar por el cumplimiento de los procesos y la debida diligencia.

Este equipo trabaja tanto en la supervisión del debido cumplimiento de procesos, así como en la mejora de los mismos para la prevención de desvíos, aseguramiento del cumplimiento legal del país y las normativas internas.



VÍNCULO CON CLIENTES

CERVEPAR es una compañía que llega a todo el país, atendiendo a más de 35.000 puntos de venta con productos de alta calidad, contribuyendo de forma indirecta a los ingresos de más de 25.000 familias.

Para la distribución de nuestros productos contamos con cinco Centros de Distribución en las zonas de área Metropolitana, Central, Cordillera, Alto Paraná e Itapúa, en las que vendemos a distribuidores y clientes mayoristas.

Las ventas no se realizan directamente al consumidor final, sino a través de una cadena de distribución que cubre en total 14 departamentos del país, generando una cadena de valor en ella.

Nos manejamos con una flota de vehículos, constituida por unos 400 móviles, pertenecientes a empresas logísticas tercerizadas; la misma está compuesta por camiones livianos, en un 80%, para la distribución de logística secundaria, y 20% por camiones de gran porte, para la distribución de logística primaria.



PRODUCTOS OFRECIDOS

Contamos con amplio portafolio de marcas que ofrecen al mercado local variedad de líquidos para diferentes ocasiones de consumo, asegurando altos estándares de calidad en cada uno de ellos. Comercializamos en total 17 marcas, con sus variedades, algunas de producción local y otras importadas.



**OURO
FINO**

SubZero

Bud66



SKOL



Budweiser

PATAGONIA
CERVEZA



Baviera
Premium Beer

Norte
CERVEZA



Hoegaarden





CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y DE MARKETING RESPONSABLE

PILSEN CONSUMO RESPONSABLE

Desde Pilsen lanzamos una campaña digital y en medios de comunicación en épocas de las fiestas (Navidad y Año Nuevo), a través de la cual ofrecimos descuentos en viajes con MUV, para fomentar el consumo responsable y evitar que la población conduzca bajo efectos del alcohol.

En digital los mensajes estaban diseñados para comunicar a la ciudadanía con un tono familiar, utilizando conceptos familiares, invitándole a utilizar la plataforma de movilidad paraguaya y así evitar situaciones angustiantes como son los accidentes de tránsito provocados por la conducción bajo los efectos del consumo irresponsable de alcohol.

En Paraguay contamos con una canción icónica llamada “faltan 5 pa las 12”, la cual se emite en todas las estaciones radiales faltando cinco minutos para las 00:00 del Año Nuevo. Por ello, en radio, intervenimos la canción con un sonido de accidente automovilístico y, posteriormente, enviamos un mensaje para generar conciencia e invitar a usar el código de descuento.

BRAHMA “NO VENDAS A MENORES”

Desde Brahma lanzamos un comercial en el que hicimos especial énfasis en la prohibición de la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, buscando lograr una mayor concientización a nivel país.

Los mensajes estaban dirigidos a los clientes de la compañía que comercializan directamente los productos Brahma y otros tipos de bebidas alcohólicas. La misma planteaba la necesidad de prevenir y evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, apelando al compromiso y conciencia de los puntos de venta.

MECANISMOS DE RELACIONAMIENTO CON CLIENTES



Nuestros clientes cuentan con los siguientes canales para facilitar el contacto y diálogo:

CONTACTO DIRECTO

con el vendedor que canaliza el mensaje al área correspondiente

***23783**

WHATSAPP

LÍNEA TELEFÓNICA

0994 785100

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y SOCIEDAD

Este año, en particular, el vínculo que venimos construyendo con la comunidad y la sociedad se estrechó aún más con la llegada de la pandemia. La inesperada y desconocida situación que se desató nos impulsó a reforzar el compromiso de la compañía, poniendo a disposición nuestros conocimientos, infraestructura y sistemas, para apoyar en la emergencia sanitaria.

Como compañía, decidimos desde nuestro rol hacer todo lo que estuviera a nuestro alcance para contribuir en la lucha contra el Covid-19,

con soporte en insumos, equipos, alimentos e incluso recursos económicos para sobrellevar este tiempo difícil.

Así también, dando continuidad a nuestro trabajo con las comunidades, llevamos adelante proyectos que responden a los desafíos de sostenibilidad, innovación y seguridad vial.

Algunas de las iniciativas que realizamos en conjunto con las instituciones aliadas se detallan a continuación:

NUESTRA PARTICIPACIÓN DURANTE LA PANDEMIA



Donación de un consultorio médico al Centro de Salud de Ypané.



200

heladeras puestas a disposición para el almacenamiento de medicamentos.

Donación de barriles para transformarlos en lavatorios, colaborando con los centros penitenciarios



+50.000

kilómetros recorridos, llevando medicamentos a todo el país en nuestros camiones.



7.000

kits de alimentos entregados a familias en condición de vulnerabilidad de Ypané.



90.000

jabones elaborados a partir de la mandioca de las cervezas Ñande.

120.000



unidades de alcohol en gel fabricados a partir del alcohol de nuestras cervezas.



Transformación del Quincho Pilsen en **un centro de donaciones.**



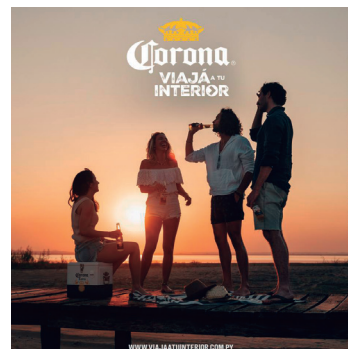
Elaboración de máscaras de protección con plástico reciclado de la cervecería.



Transformación de bodegas a minimercados, para ayudarlos a sobrevivir en la crisis.



Ayudamos a la reactivación del turismo interno con la campaña **“Viajá a tu interior”** de Corona.



Apoyo económico a los locales gastronómicos a través de la plataforma **“Apoyá un local”** de Stella Artois.



Implementación de la plataforma **“Tienda Cerca”** ayudando a las despensas de barrios a transformar su gestión.



Pilsen Lata blanca, como herramienta de recaudación de fondos para la compra de insumos médicos.



EDICIÓN LIMITADA

PARA TU PASIÓN ILIMITADA

ADALBERTA "BERTA" CABRERA

44 AÑOS DE EDAD

325 PARTIDOS OFICIALES

2 VECES CAMPEÓN DE LA COPA LIBERTADORES CON EL EQUIPO DE LA CASA

3 VECES CAMPEÓN EN EL TORNEO DE LA APT CON EL EQUIPO DE LA UBA

LA ÚNICA JUGADORA EN DISPONER TODOS LOS CAMPEONATOS REALIZADOS DESDE 1997.

UNA VIDA PASANDO TABARES Y HACIENDO DE SU PASIÓN UN EJEMPLO PARA EL FÚTBOL.

PILSEN

POR EL EQUIPO QUE CUIDA DE TODOS

CON ESTA LATA AYUDAS A LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

Lata 250 cm³ Edición Limitada

GS. 4.000

Comprando desde GS. 500 y Pilsen lo duplica

STREAMING EN VIVO

15/03 19 HS

LA COMEDIANTE CECILIA LARREA PRESENTA LA ÚNICA MUESTRA DE HUMOR LLAMADA EL MINISTRO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL.

Corona

VIAJÁ A TU INTERIOR

Corona

SUNSETS FESTIVAL

PILSEN

WORLD BEER AWARDS

SILVER

CATEGORÍA LAGER BEER

WORLD BEER AWARDS

BRONZE

CATEGORÍA WHEAT BEER

EXPLORÁ UN POCO MÁS

PATAGONIA

AMBER LAGER

BONHEMIAN PILSENER

LAGER

PATAGONIA

CERVEZA

CHARLAS CERVECERAS

con Sol Cravello

DISFRUTÁ LA COMIDA DE UN CHEF EN TU CASA

STELLA ARTOIS

La receta de mamá

PREMIAMOS A LAS 10 RECETAS MÁS ORIGINALES

IMPACTO SOCIAL DE NUESTRAS MARCAS

Desde nuestras marcas y con el propósito que tiene que cada una, buscamos generar un impacto en nuestra sociedad.

En el 2020, los esfuerzos de nuestras marcas se vieron enfocados en apoyar y contribuir a la lucha contra la pandemia del COVID-19.

BRAHMA

La marca centró sus esfuerzos en contribuir con la pandemia transformando sus carteles en la vía pública en puestos de desinfección. Así también, se tuvo presencia a través de actividades y conciertos vía livestreamings para dar respuesta a la situación de encierro.

El trabajo más destacado y relevante en el 2020, tuvo que ver con el posicionamiento de la marca en la búsqueda de una sociedad más equitativa y con menos prejuicios. Se inició en el "8M", continuando en el mes de la juventud con la campaña "Maquinita" con el objetivo de responder las críticas y prejuicios que soportan los jóvenes y, por último, cerrando el año con "25N-Lo que nos queda", un mea culpa de Brahma respondiendo a un pasado que ya no representa a la marca y sentando un compromiso para el presente y futuro.

PILSEN

Con la plataforma CuidaPy, Pilsen busca generar conciencia, aunar esfuerzos y construir una plataforma de solidaridad.

Así también, en el año 2020 se lanzó un espacio colaborativo online, en el cual los artistas y emprendedores nacionales ofrecieron sus productos sin costo alguno.



Por otra parte, reconociendo el compromiso y la pasión de los profesionales de la salud durante la pandemia, La Pilsen se vistió de blanco, con el objetivo de recaudar fondos para la compra de insumos médicos: por cada compra el consumidor donó G 500 y Pilsen lo duplicó.

Finalmente, Pilsen Ñande buscó la manera de aportar en la lucha contra el COVID-19, fabricando 30.000 unidades de jabones Ñande Havô, a fin de aportar a la medida biosanitaria del lavado de manos.

STELLA ARTOIS

La marca, con las iniciativas “Apoya a un local” y “Autocine Artois”, ha demostrado el apoyo y compromiso con los rubros más afectados a causa de la pandemia.

CORONA

Apostó a la iniciativa “Viajá a tu interior”, una plataforma que nació con el objetivo de apoyar al rubro turístico interno, invitando a la gente a desconectarse de la rutina y disfrutar de los tesoros escondidos del Paraguay. Corona reservó +2.000 noches y con las promociones ofrecidas a los consumidores generó USD 218.000 de facturación para los hospedajes, que implicó un crecimiento de +485% vs. Pre-Covid. Esta campaña fue declarada de interés turístico nacional.

SEGURIDAD VIAL

Ante el aumento significativo de los accidentes de tránsito decidimos transformar nuestra tradicional campaña de “Consumo Responsable” en una Plataforma de Seguridad Vial. Para ello, firmamos una carta de acuerdo y cooperación con la Agencia Nacional de Tránsito y Seguridad Vial (ANTSV), Municipalidad de Ypané, Municipalidad de Asunción y con el Touring Automóvil Club Paraguayo.

Según los datos de la ANTSV, se registran 1.200 accidentes fatales al año, de los cuales el 53% son motociclistas. Por ello, nos propusimos llegar a 0 accidentes de tránsito entre colaboradores en los próximos 5 años; y, por el otro, el sueño ambicioso de incidir en la reducción de la cifra nacional.

Esta plataforma tiene cuatro ejes fundamentales:

- Capacitación y comunicación;
- Equipamiento e infraestructura;
- Diagnóstico y monitoreo;
- Protocolos.





LOS CHAKE PEA

HAY SEÑALES QUE TE PUEDEN SALVAR LA VIDA

EDUCACIÓN VIAL

Como punto de partida, presentamos una herramienta novedosa de educación vial buscando dirigirse al segmento joven de la población paraguaya, una serie en formato digital: Los “Chake Péa”. Se trata de tres personajes que representan los colores del semáforo en 10 episodios en los que la cotidianeidad es graficada de manera humorística, sin perder la esencia central del mensaje. Cada capítulo estuvo basado en temáticas relacionadas con incidentes habituales en las calles causados por distracciones al volante, alcohol y drogas, nula interpretación de las señales de tránsito, uso incorrecto de cascos, falta de respeto al paso peatonal y/o cruces indebidos, entre otros.

CAPACITACIONES EN SEGURIDAD VIAL

Así también, desde Cervepar pretendemos concientizar a nuestros colaboradores de todo el país reforzando las capacitaciones de seguridad vial, implementando jornadas de diagnósticos de vehículos en centros de trabajo, protocolos de seguridad en las rutas, y una sólida inversión en infraestructura y equipamiento como la entrega de cascos homologados.

Un eje fundamental para la compañía es liderar la transformación de seguridad vial del país. Para lograrlo, hemos planificado una serie de campañas, programas y actividades que tienen por objetivo reducir estadísticamente los accidentes viales a mediano plazo.

Somos conscientes del rol social que desempeñamos y la prioridad es aunar esfuerzos para llegar al objetivo.





IMPULSA

Impulsa es una iniciativa que promueve la identificación de soluciones innovadoras para acelerar la reactivación económica en diferentes sectores de la sociedad impactados por el coronavirus. Lanzamos una convocatoria en alianza con Koga y con el apoyo del Pacto Global, el Ministerio de Industria y Comercio y la Estrategia Nacional de Innovación.

Se postularon más de 150 proyectos, de los cuales fueron preseleccionados 15 que participaron talleres de preincubación con el objetivo de profundizar y desarrollar los proyectos, trabajando en el modelo de negocio, marketing digital, finanzas y el triple impacto de cada emprendimiento.



Los proyectos ganadores fueron:

 <p>1ER. PUESTO:</p> <p>Kili una plataforma de streaming de películas nacionales.</p>	 <p>2DO. PUESTO:</p> <p>Pasaje Online una plataforma para comprar boletos de ómnibus online.</p>	 <p>3ER. PUESTO:</p> <p>Dr. Click una plataforma accesible de telemedicina.</p>	 <p>4TO. PUESTO:</p> <p>Mercado 4 Vende un sistema de ventas online para locales del mercado 4.</p>
--	---	--	--

El equipo ganador recibió USD 5.000 como premio y USD 2.500 para los demás. Adicionalmente, todos fueron beneficiados con el acompañamiento de Koga para sus proyectos, por un período de tres meses.



MERENCENA

Reafirmando nuestro compromiso con la sustentabilidad, en el año 2019 lanzamos el concurso de innovación abierta Accelerator 100+, en alianza con Koga y con el apoyo de la Red del Pacto Global Paraguay y el Ministerio de Industria y Comercio.

El objetivo de la iniciativa consiste en potenciar emprendimientos que solucionen desafíos relacionados a nuestra cadena de valor y contribuyan a mejorar los impactos en lo social, económico y medioambiental.

Merencena fue el proyecto ganador de la edición 2019, que recibió un capital semilla de USD 10.000 y un proceso de mentoría a nivel internacional y local. La magia de Merencena consiste en reutilizar la semilla exprimida de la cebada para convertirla en una barrita de cereal, que aporta importantes nutrientes al organismo debido al alto contenido en fibras y proteínas. Por eso, al mismo tiempo que consumimos alimentos muy nutritivos, fortalecemos el impacto positivo en nuestra cadena de valor.

El proceso de incubación y desarrollo de la idea se llevó a cabo en el año 2020, tuvo una duración de 5 meses y consistió en acompañar y guiar el proceso de puesta en marcha de la comercialización y operaciones del emprendimiento, así como su modelo de negocio.

En el año 2020, los principales logros del emprendimiento fueron la culminación de las adecuaciones edilicias para producción y el desarrollo total del producto barras de cebada con formulación adaptada al paladar del cliente con alta calidad, consistencia y durabilidad. En este sentido, el cumplimiento de las regulaciones en relación a la comercialización del producto fue encaminado, obteniéndose el Registro Sanitario del Establecimiento por el Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN), como también el Registro Sanitario de Producto Alimenticio. Dentro del conjunto de resultados de un año de mucho crecimiento para Merencena también se definió la propuesta de valor, la estrategia comercial y el desarrollo completo de la marca (branding y packaging) con fotografías en alta calidad para la difusión del producto.

Con el apoyo de CERVEPAR, hoy las barritas ya se encuentran en los principales puntos de venta del país, demostrando que un mundo con economía circular es posible.



**MEREN
CENA** ALIMENTO
DE CEBADA



**110 AÑOS
JUNTOS**



5

DESEMPEÑO AMBIENTAL

GESTIÓN AMBIENTAL

Nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental busca promover una gestión eficiente que nos permita el cuidado de los recursos naturales, con una visión de largo plazo del negocio. Para lo cual hemos definido pilares de acción de acuerdo a los mayores impactos generados por nuestra operación:

En cada instancia operativa, buscamos aplicar las mejores prácticas que optimicen el uso de los recursos, mitiguen riesgos e impactos ambientales tanto en nuestra operación como en la cadena de valor.



ACCIÓN CLIMÁTICA



ADMINISTRACIÓN DEL AGUA



AGRICULTURA INTELIGENTE



EMBALAJE CIRCULAR

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Aumento de uso de **Biomasa +80%** posibilitado por inversión en **mejoras de eficiencia del equipo**.

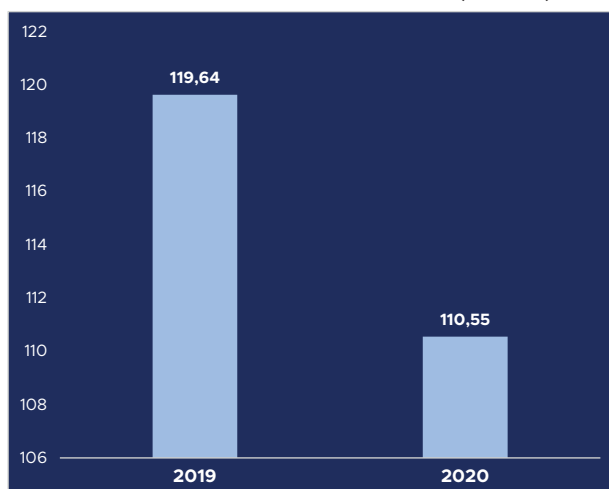
Gestión del programa de producción enfocado a la **eficiencia energética** por módulos.

Disminución de pérdidas.

Sistematización de seguimiento diario **KPI corrección rápida de desvíos**

GOP - Buenas prácticas benchmarking global

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (MJ/HL)



**Vapor y Energía Eléctrica consumida por producción por cada HL producido (en MJ)

**Fuentes de Vapor : Biomasa (60% de mix) ; Fuel Oil y Gas Oil

**Fuente EE : Hidroeléctrica - ANDE



FUNCIONAMIENTO DE LA CALDERA

GENERACIÓN DE VAPOR

Actualmente, la Cervecería cuenta con dos calderas, que funcionan a fueloil; una a gasoil, y otra caldera de Biomasa. En el avance de nuestra gestión de eficiencia ambiental, hemos migrado nuestra matriz energética hacia la biomasa, logrando hasta un 80% de generación de vapor con esta fuente.

Nuestra operación modula, según el programa de producción de envasado y de cocimiento, la entrada de los diferentes equipos, para así poder suministrar la energía solicitada, pero al mismo tiempo para priorizar siempre la Biomasa, teniendo en cuenta también las etapas de limpieza y mantenimiento, programados según el rendimiento del equipo y el plan de mantenimiento mensual. Como materia prima para la biomasa se utilizan chips de madera reforestada.



TRATAMIENTO DE EFLUENTES

La Cervecería cuenta con un moderno sistema de tratamiento de efluentes que consiste en un reactor anaeróbico y dos aeróbicos que permiten tratar el 100% de las aguas residuales de nuestros procesos y, posteriormente, disponerlas de manera ambientalmente segura. Esta salida final, cuenta con un nivel de calidad óptimo, que nos permite su reutilización en otros procesos internos.

Parte del agua utilizada en la fábrica proviene de nuestra Planta de Tratamiento de Efluentes. Actualmente estamos trabajando y estudiando la posibilidad de ampliar este porcentaje de manera a continuar reduciendo nuestro indicador de consumo de agua.

Al igual que en los casos anteriores, nuestra operación cuenta con una lista de autocontroles e instrumentos que nos permiten tomar decisiones en intervalos cortos de tiempo (máximo cada 8 horas), de manera a regular el proceso y equilibrar variables de consumo y parámetros fisicoquímicos, para contar con agua adecuada en calidad y cantidad, habiendo optimizado al máximo este re-uso interno.

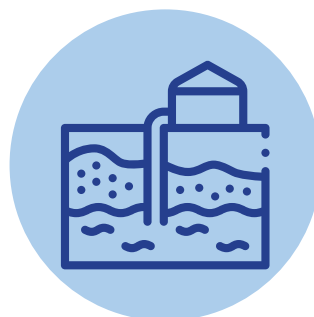
Toda esta operación de mezcla, adecuación y tratamiento de calidades de aguas se realiza con un Blend de agua superficial y agua tratada de nuestra planta de tratamiento de efluentes.

100%

de efluente industrial generado se trata en nuestra planta de tratamiento.

PROCESO

Biológico de fase anaeróbica (1 cámara) y aeróbica (2 cámaras) con proyecto de expansión de fase anaeróbica.



PRODUCCIÓN DE LODO PARA FERTILIZANTE

1.550.000
kg/año



HUELLA DE CARBONO

Como parte de nuestro compromiso ambiental, contamos con auditorías voluntarias que nos ayudan a medir nuestra huella de carbono, así como el avance de nuestros sistemas de gestión hacia el objetivo de la disminución de impacto que generamos.

Actualmente realizamos mediciones en las plantas de producción y los procesos de logística de distribución de los productos que son las que poseen mayor impacto y no medimos la huella de carbono de las oficinas.

La medición se realiza a través de la empresa KPMG, por medio de la compañía global, de forma anual, y se establecen planes de eficiencia y mitigación para llegar a objetivos de reduc-

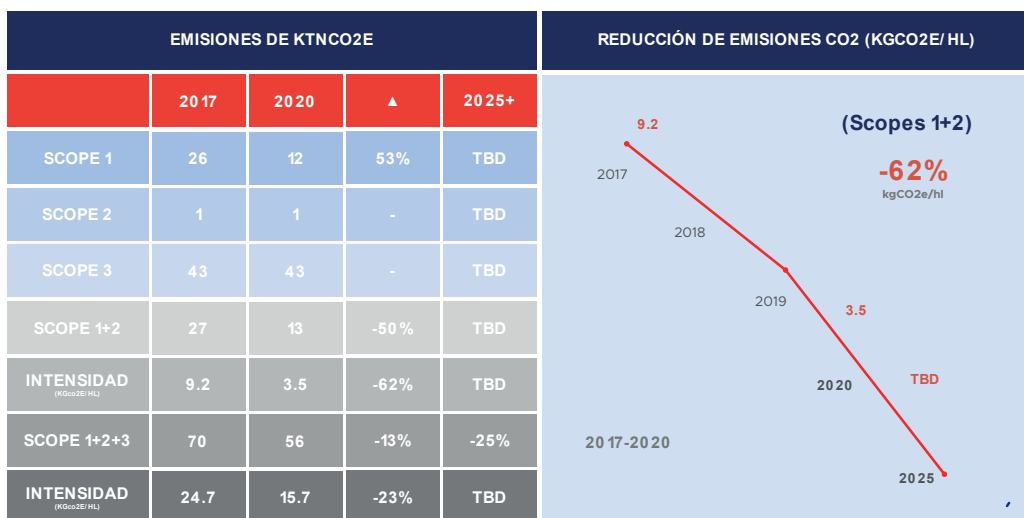
ción. En los últimos cinco años se ha logrado una reducción del 62% de las emisiones en los Scope 1, compuesto por las emisiones directas generadas en la actividad industrial, y Scope 2, compuesto por las emisiones derivadas de la energía comprada y el consumo.

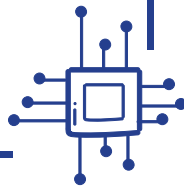
Esto se dio principalmente por la migración a una matriz energética principalmente de biomasa para la producción, reemplazando combustibles fósiles. También por el cambio completo de la flota de distribución a modelos más nuevos que permitan menores emisiones y la utilización de aditivos para combustible que logran menor emisión de CO₂ por km, entre otras medidas.

PARA EL 2025:

El **100%** de nuestra electricidad será comprada de **fuentes renovables**.

Reduciremos el **25%** de las **emisiones de CO₂** a lo largo de nuestra cadena de valor.





EFICIENCIA LOGÍSTICA

Para su logística de distribución CERVEPAR cuenta con servicio tercerizado de móviles. Sin embargo, como parte de su responsabilidad con la cadena de valor, aplica un estándar global de seguridad y calidad para los mismos.

Como parte de este estándar ambiental, en el año 2020 los móviles destinados a la logística secundaria fueron renovados en un 80%, lo que generó una mejoría en el promedio de antigüedad de la flota, en el nivel de entrega de los productos a

los clientes y la disminución de emisiones por uso más eficiente de combustibles.

También se incorporó, a gran parte de la flota renovada, el uso de un aditivo de combustible denominado ARLA 32, que convierte los óxidos de nitrógeno dañinos para el medio ambiente en nitrógeno no contaminante y vapor de agua, reduce las emisiones de NOx hasta en un 98%. El uso correcto de ARLA 32 puede bajar el consumo de diesel hasta en un 7%, pues los estudios explican que aumenta la potencia del vehículo.



MEMORIA DE CÁLCULO

KPI (ton co2e/kl hl vendidos)

=

Distancia viajada

X

Eficiencia de combustible

X

Factor de Emisión

Kilo Helectrolitos Vendidos

TRANSPORTE PRIMARIO

(abastecimiento centros de distribución)

- Sistema inteligente de programación de carga: + volumen, - viajes.
- Próximos pasos: prueba de camiones a biocombustible.

TRANSPORTE SECUNDARIO

(abastecimiento puntos de venta)

- Implementación de app para optimización de rutas (-km).
- Incorporación nueva flota de menor antigüedad.
- Uso de aditivo para reducción de emisiones (Arla 32 – vehículos 2012 en adelante).
- Próximos pasos: Vehículos eléctricos.

AUTO ELEVADORES

- Implementación de app para gestión de horas de uso y consumo de combustible.
- Cambio de diesel a GLP disminuyendo emisiones.
- Próximos pasos: Vehículos eléctricos



Plan de recambio de flota:
camiones y autoelevadores.



Implementación de tecnología
a todos los procesos.



Benchmark sobre mejores prácticas de consumo.



Gestión diaria.



LOGÍSTICA VERDE

Dentro de la gestión de logística contamos con una iniciativa “Logística Verde” que busca promover acciones de responsabilidad ambiental en nuestros centros y a lo largo de la cadena de distribución. Esta iniciativa incluye prácticas como la incorporación de matriz de energía eléctrica para vehículos, reciclaje, reutilización, entre otras.

REDUCCIÓN DEL USO DE PAPEL

Para reducir el uso de papel en las operaciones y entregas de productos, se incorporó el uso de tecnología con formularios electrónicos que reemplazan los comprobantes en papel para las entregas en autoelevadores y camiones.

RECICLAJE DE MATERIALES

Se implementó un sistema de reciclaje de materiales utilizados en los centros de distribución como film y cartón que forman parte del embalaje de los productos.

También se instalaron contenedores separadores de materiales y se realizaron acuerdos con empresas recicladoras para el retiro de los materiales en desuso.

Las cubiertas fuera de uso son reutilizadas para nuevos usos luego del término de su vida útil, promoviendo la disminución de generación de residuos.





GESTIÓN DE RESIDUOS

Nuestro sistema de gestión de residuos nos permite reciclar y/o reutilizar el 99% de los residuos de nuestra operación industrial. Los mismos son separados en su área de origen y posteriormente acopiados en una Isla Ecológica, agrupados por tipos de residuos como: plástico, vidrio roto, etiquetas, cartón, pallets, madera en desuso, latas de aluminio, entre otros; que luego son retirados por proveedores y empresas aliadas para utilizarlos como materia prima de otros procesos productivos.

Para la gestión de chatarra, disponemos de un sector exclusivo donde los sectores productivos van acercando sus chatarras y las depositan en contenedores habilitados.

El retiro de residuos es licitado y tenemos diferentes proveedores que retiran nuestros subproductos. Llamamos subproductos a todos los residuos, valorizados o no, que son retirados y se les da un segundo uso o son reprocesados para generar nuevos productos.

Los residuos orgánicos son gestionados con diferentes proveedores, que retiran el bagazo, levadura, tierra filtrante, lodo aeróbico, ceniza por medio de contenedores. También son reutilizados el CO2 y aceites.

El área de Medio Ambiente gestiona el indicador Reciclabilidad, que mide la cantidad de residuos reciclables en forma de subproductos, que sacamos de planta vs. la generación total. Un indicador importante que apunta a la sustentabilidad.



Separación de residuos en oficinas y áreas comunes

Envío y segregación en isla Ecológica / Zona de chatarras / Sectores.

Retiro por proveedores habilitados.



HEZ DE MALTA - BAGAZO
Balanceado animal



PLÁSTICOS:
botellas pet, bidones, baldes, tambores
Se venden para la utilización como materia prima para nuevos insumos



CASCARILLA
Consumo animal



LATAS, CAJONES Y VIDRIOS
Se compactan, muelen y se realizan nuevos productos.



BARRO, LEVADURA Y TIERRA FILTRANTE
Se utiliza para hacer abono



RESULTADOS 2020



CERVECERÍA PARAGUAYA S.A.

MATERIALES RECICLADOS	CANTIDAD (KG)
Bagazo.	49.681.660
Cartón.	551.750
Cenizas de caldera.	178.960
Chatarra.	154.370
Latas de aluminio.	90.991
Levadura húmeda.	8.919.550
Lodo aeróbico de BTS.	1.554.640
Paletas descartables.	750.320
Madera: varios.	356.189
Plástico: bidones.	43.340
Plástico: Film – Termocontraíble.	163.480
Plástico: PET.	550
Plástico: otros.	296.130
Pulpa de etiquetas.	384.100
Tierra filtrante.	2.392.120
Cascarilla.	480.050
MATERIALES REPROCESADOS	CANTIDAD (KG)
Aceite.	8.160
Cajones molidos.	136.140
Vidrio.	6.037.340
MATERIALES REUTILIZADOS	CANTIDAD (KG)
CO2	215.420



FÁBRICA PARAGUAYA DE VIDRIOS S.A.

SUBPRODUCTOS RECICLADOS O REUTILIZADOS	CANTIDAD (KG)
Aceite.	2.160,00
Bolsones (Big Bag).	2.660,00
Cartón.	17.740,00
Chatarra.	81.890,00
CO2.	-
FPV: residuo de lavadero.	145.870,00
Guantes.	5.940,00
Paletas descartables.	95.710,00
Madera: varios.	-
Plástico: Film – Termocontraíble.	8.850,00
Plástico: PET.	350
Plástico: otros.	28.340,00
Pulpa de etiquetas.	-
Residuos electrónicos.	-
Residuos patogénicos.	-
Residuos especiales/ peligrosos.	1.570,00
Residuos generales.	13.270,00
Vidrio.	115.060,00
Otros.	831.700,00



EMBALAJE CIRCULAR

Nuestro objetivo al 2025 es que el 100% de nuestros productos tenga un alto porcentaje de material reciclado en el envase generado.

Al año 2020, CERVEPAR cuenta con un 54% de retornabilidad de sus envases, pudiendo las botellas de vidrios ser reutilizadas hasta 23 veces. Una vez cumplido este ciclo, el vidrio se convierte en materia prima para la elaboración de nuevas botellas, que son producidas en nuestra Fábrica Paraguaya de Vidrios (FPV).

La FPV, la industria verticalizada que forma parte de nuestra operación, es la única fábrica recicladora de vidrio en el país y tiene actualmente una de las mejores prácticas en la región, logrando la utilización de un alto porcentaje de material reciclado en sus productos.

Hoy en día logramos que todas nuestras botellas tengan un porcentaje de material reciclado del 73% en vidrio y un 76% en las latas que utilizamos en nuestra cadena de valor.



BOTELLAS RETORNABLES

+ 54%

Volumen total de botellas de
cerveza retornables.

x 23

Promedio de veces que se
utiliza la misma botella

% PACKAGING DE CONTENIDO RECICLADO

TGT
50%

76

73

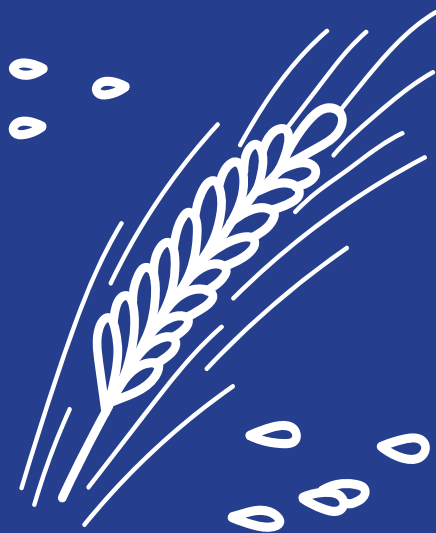
LATAS VIDRIOS.

2021



PARA EL 2025:

El **100%** de nuestros envases **será retornable** y/o elaborados con contenido reciclado en su mayoría.



6

AUDITORÍA EXTERNA





DICTAMEN DE AUDITORÍA EXTERNA



DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Señores Presidente y Directores de
Cervepar S.A.
Asunción, Paraguay

27 de abril de 2021

Hemos examinado los estados financieros adjuntos de Cervepar S.A. (la Entidad), los cuales incluyen los estados de situación patrimonial al 31 de diciembre de 2020 y 2019 y los correspondientes estados de resultados, de evolución del patrimonio neto y de flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, y un resumen de políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la gerencia sobre los estados financieros

La gerencia de la Entidad es responsable de la preparación y presentación adecuada de los mencionados estados financieros de acuerdo con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros, tal que los mismos estén exentos de errores materiales debido a fraude o error; la selección y aplicación de las políticas contables apropiadas y; la realización de estimaciones contables razonables de acuerdo con las circunstancias.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mencionados estados financieros basados en nuestra auditoría.

Alcance

Realizamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría vigentes en Paraguay emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el objeto de obtener seguridad razonable de que los estados financieros estén exentos de errores materiales. Una auditoría comprende la realización de procedimientos con el fin de obtener evidencia de auditoría sobre las cifras y exposiciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores materiales en los estados financieros, debido a fraude o error. En la realización de estas evaluaciones de riesgo, el auditor considera los controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros de la Entidad a fin de diseñar procedimientos de auditoría que son apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la gerencia de la Entidad, así como la evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para fundamentar nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación patrimonial y financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2020 y 2019, los resultados de sus operaciones, las variaciones del patrimonio neto y los flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay.

PricewaterhouseCoopers

Cesar Lora Moretto
Socio



DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Señores Presidente y Directores de
Cervecería Paraguaya S.A.
Asunción, Paraguay

27 de abril de 2021

Hemos examinado los estados financieros adjuntos de Cervecería Paraguaya S.A. (la Entidad), los cuales incluyen los estados de situación patrimonial al 31 de diciembre de 2020 y 2019 y los correspondientes estados de resultados, de evolución del patrimonio neto y de flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, y un resumen de políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la gerencia sobre los estados financieros

La gerencia de la Entidad es responsable de la preparación y presentación adecuada de los mencionados estados financieros de acuerdo con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros, tal que los mismos estén exentos de errores materiales debido a fraude o error; la selección y aplicación de las políticas contables apropiadas y; la realización de estimaciones contables razonables de acuerdo con las circunstancias.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mencionados estados financieros basados en nuestra auditoría.

Alcance

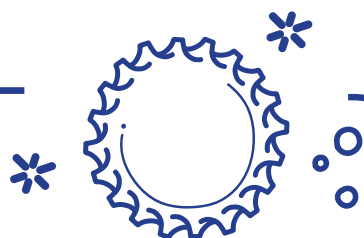
Realizamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría vigentes en Paraguay emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el objeto de obtener seguridad razonable de que los estados financieros estén exentos de errores materiales. Una auditoría comprende la realización de procedimientos con el fin de obtener evidencia de auditoría sobre las cifras y exposiciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores materiales en los estados financieros, debido a fraude o error. En la realización de estas evaluaciones de riesgo, el auditor considera los controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros de la Entidad a fin de diseñar procedimientos de auditoría que son apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación patrimonial y financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2020 y 2019, los resultados de sus operaciones, las variaciones del patrimonio neto y los flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay.

PricewaterhouseCoopers

Cesar Lora Moretto
Socio





DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Señores Presidente y Directores de
Fábrica Paraguaya de Vidrios S.A.
Asunción, Paraguay

28 de abril de 2021

Hemos examinado los estados financieros adjuntos de Fábrica Paraguaya de Vidrios S.A. (la Entidad), los cuales incluyen los estados de situación patrimonial al 31 de diciembre de 2020 y 2019 y los correspondientes estados de resultados, de evolución del patrimonio neto y de flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, y un resumen de políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la gerencia sobre los estados financieros

La gerencia de la Entidad es responsable de la preparación y presentación adecuada de los mencionados estados financieros de acuerdo con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros, tal que los mismos estén exentos de errores materiales debido a fraude o error; la selección y aplicación de las políticas contables apropiadas y; la realización de estimaciones contables razonables de acuerdo con las circunstancias.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mencionados estados financieros basados en nuestra auditoría.

Alcance

Realizamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría vigentes en Paraguay emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay. Tales normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el objeto de obtener seguridad razonable de que los estados financieros estén exentos de errores materiales. Una auditoría comprende la realización de procedimientos con el fin de obtener evidencia de auditoría sobre las cifras y exposiciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores materiales en los estados financieros, debido a fraude o error. En la realización de estas evaluaciones de riesgo, el auditor considera los controles internos relevantes relativos a la preparación y presentación adecuada de los estados financieros de la Entidad a fin de diseñar procedimientos de auditoría que son apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la gerencia de la Entidad, así como la evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para fundamentar nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación patrimonial y financiera de la Entidad al 31 de diciembre de 2020 y 2019, los resultados de sus operaciones, las variaciones del patrimonio neto y los flujos de efectivo por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con normas de información financiera emitidas por el Consejo de Contadores Públicos del Paraguay.

PricewaterhouseCoopers

Cesar Lora Moretto
Socio





7

METAS PARA EL 2021







METAS PARA EL 2021



Mantener el
**CRECIMIENTO Y
EL LIDERAZGO**
del sector de forma
sostenible.



Impulsar la
**TRANSFORMACIÓN
DIGITAL DEL NEGOCIO**
a partir de la
plataforma Bees.



Impulsar la
**ESTRATEGIA DE
SUSTENTABILIDAD**
de la compañía.



**APORTAR AL
DESARROLLO DE LAS
COMUNIDADES**
donde operamos a través
de los programas de
Responsabilidad Social.



8

INDICADORES GRI





ÍNDICE DE INDICADORES GRI ESTÁNDAR 2016 PARA EL NIVEL “DE CONFORMIDAD ESENCIAL”

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	Nº DE PÁG. O URL U OMISIÓN
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES		
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	<p>Contenido 102-1 Nombre de la organización.</p> <p>Contenido 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.</p> <p>Contenido 102-3 Ubicación de la sede.</p> <p>Contenido 102-4 Ubicación de las operaciones.</p> <p>Contenido 102-5 Propiedad y forma jurídica.</p> <p>Contenido 102-6 Mercados servidos.</p> <p>Contenido 102-7 Tamaño de la organización.</p> <p>Contenido 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.</p> <p>Contenido 102-9 Cadena de suministro.</p> <p>Contenido 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.</p> <p>Contenido 102-11 Principio o enfoque de precaución.</p> <p>Contenido 102-12 Iniciativas externas.</p> <p>Contenido 102-13 Afiliación a asociaciones.</p> <p>Contenido 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.</p>	<p>7 – 17</p> <p>19</p> <p>40</p> <p>7 – 17</p> <p>29 – 38</p> <p>39</p> <p>Sin cambios, respecto al año anterior.</p> <p>21</p> <p>43 – 50</p> <p>16</p> <p>4 – 5</p>
2. ESTRATEGIA	Contenido 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	21, 24 - 27
3. ÉTICA E INTEGRIDAD	<p>Contenido 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta.</p> <p>Contenido 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.</p>	<p>10 - 11</p> <p>22</p>
4. GOBERNANZA	Contenido 102-18 Estructura de gobernanza.	21





<p>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</p>	<p>Contenido 102-40 Lista de grupos de interés.</p> <p>Contenido 102-41 Acuerdos de negociación colectiva.</p> <p>Contenido 102-42 Identificación y selección de grupos de interés.</p> <p>Contenido 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés.</p> <p>Contenido 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados.</p>	<p>27</p> <p>Los beneficios, adicionales a los legales, son definidos por la alta gerencia en consenso con el Sindicato.</p> <p>Las iniciativas con los grupos de interés externos son implementadas en formato de proyectos, lo que estimula su participación activa</p>
<p>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</p>	<p>Contenido 102-47 Lista de temas materiales.</p> <p>Contenido 102-48 Reexpresión de la información.</p> <p>Contenido 102-49 Cambios en la elaboración de informes.</p> <p>Contenido 102-50 Periodo objeto del informe.</p> <p>Contenido 102-51 Fecha del último informe.</p> <p>Contenido 102-52 Ciclo de elaboración de informes.</p> <p>Contenido 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe.</p> <p>Contenido 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI.</p> <p>Contenido 102-55 Índice de contenidos GRI.</p> <p>Contenido 102-56 Verificación externa.</p>	<p>24</p> <p>No</p> <p>No</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>68</p> <p>Sin verificación externa</p>

GRI 200: ECONÓMICOS

<p>GRI 201 DESEMPEÑO ECONÓMICO</p>	<p>201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación.</p> <p>201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno.</p>	<p>34</p> <p>La Compañía no recibe asistencia financiera del gobierno</p>
<p>GRI 202 PRESENCIA EN EL MERCADO</p>	<p>202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.</p> <p>202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.</p>	<p>38</p> <p>19</p>





GRI 203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados. 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.	43
GRI 204 PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	39
GRI 205 ANTICORRUPCIÓN	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción. 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción. 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	Las Políticas de la Compañía posibilitan de la realización de un monitoreo continuo. Este año no se detectó ninguna situación significativa.
GRI 206 COMPETENCIA DESLEAL	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	La Compañía no enfrentó ninguna situación relacionada.

GRI 300: AMBIENTALES

GRI 301 MATERIALES	301-2 Insumos reciclados utilizados. 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	51 - 60
GRI 302 ENERGÍA	302-1 Consumo energético dentro de la organización. 302-2 Consumo energético fuera de la organización. 302-3 Intensidad energética. 302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.	
GRI 303 AGUA	303-1 Extracción de agua por fuentes. 303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua. 303-3 Agua reciclada y reutilizada.	
GRI 304 BIODIVERSIDAD	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas. 304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad. 304-3 Hábitats protegidos o restaurados. 304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones.	





GRI 305 EMISIONES	<p>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).</p> <p>305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).</p> <p>305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).</p> <p>305-4 Intensidad de las emisiones de GEI.</p> <p>305-5 Reducción de las emisiones de GEI.</p> <p>305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).</p> <p>305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.</p>	51 - 60
GRI 306 EFLUENTES Y RESIDUOS	<p>306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino.</p> <p>306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.</p> <p>306-3 Derrames significativos.</p> <p>306-4 Transporte de residuos peligrosos.</p> <p>306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía.</p>	
GRI 307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL	<p>307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.</p>	
GRI 308 EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES	<p>308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales.</p> <p>308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.</p>	
GRI 400: SOCIALES		
GRI 401 EMPLEO	<p>401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas.</p> <p>401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales.</p> <p>401-3 Permiso parental.</p>	28 - 50
GRI 402 RELACIONES TRABAJADOR – EMPRESA	<p>402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios Operacionales.</p>	





GRI 403 SALUD Y SEGU- RIDAD EN EL TRA- BAJO	<p>403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad.</p> <p>403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional.</p> <p>403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.</p> <p>403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.</p>	28 - 50
GRI 404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	<p>404-1 Media de horas de formación al año por empleado.</p> <p>404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.</p>	
GRI 405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	<p>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.</p> <p>405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.</p>	
GRI 406 NO DISCRIMINACIÓN	<p>406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida.</p>	
GRI 407 LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA	<p>407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.</p>	
GRI 408 TRABAJO INFANTIL	<p>408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.</p>	
GRI 409 TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO	<p>409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.</p>	
GRI 410 PRÁCTICAS EN MATERIA DE SEGURIDAD	<p>410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos.</p>	
GRI 411 DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS	<p>411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.</p>	





GRI 412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos. 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos. 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.	28 - 50
GRI 413 COMUNIDADES LOCALES	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos – reales o potenciales– en las comunidades locales.	
GRI 414 EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales. 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	
GRI 415 POLÍTICA PÚBLICA	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos.	
GRI 416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios. 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	
GRI 417 MARKETING Y ETIQUETADO	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	
GRI 418 PRIVACIDAD DEL CLIENTE	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas aviolaciones de la privacidad del cliente y pérdida dedatos del cliente.	
GRI 419 CUMPLIMIENTO SOCIO ECONÓMICO	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas enlos ámbitos social y económico.	







 **cervepar**



Pacto Global
Red Paraguay