



REPORTE 2020

Ambiental, Social y de Gobernanza



CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES

Uniendo a las personas por una Argentina mejor

¿Cómo navegarlo?

Durante todo el desarrollo de este reporte, vas a encontrar la **botonera superior fija en cada página**. Podés acceder a cada capítulo, **haciendo click en el botón correspondiente a modo de índice**. 

01 Mensaje del Presidente

02 **Crecimiento Inclusivo**
Impacto federal
Nuestras marcas
100+ Sustentabilidad
Entre todos, lo damos vuelta

03 **Ambiente**
Acción por el clima
Economía circular
Agricultura Sustentable
Agua

04 **Impacto Social**
Consumo responsable
Programa Valor
Nuestra gente
Soluciones para brindar ayuda
Desarrollo de PyMEs
Innovación

05 **Negocio responsable**
Gobernanza corporativa
Nuestros principios
Integridad del negocio
Alianzas para alcanzar los objetivos
Premios, reconocimientos y certificaciones

06 Índice de contenidos GRI

07 Anexo

08 Alcance y lineamientos del Reporte



01

Mensaje del presidente

Hacé click para ver el video



La Argentina que soñamos

130 años y nuestra propia historia contada en generaciones de argentinos y argentinas que fueron, son y serán parte de esta aventura nacional llamada Cervecería y Maltería Quilmes, es la mejor forma para hablar de la compañía y nuestro compromiso con la Argentina, y para introducir en tiempos desafiantes un nuevo Reporte de Sustentabilidad. En esta oportunidad, damos un paso más en ese concepto, identificando una mirada de gestión de triple impacto que llevamos adelante desde nuestros orígenes y que hoy toma forma a través de los criterios ASG - Ambiente, Sociedad y Gobernanza –.

Cuando en 1890, Otto Bemberg sirvió el primer chopp de Quilmes para celebrar la llegada de la luz a la ciudad, se propuso crear una empresa que impulse valor en la sociedad, dejándonos un legado que día a día intentamos honrar. 130 años después, y hoy más que nunca en este contexto de incertidumbre internacional, apostamos a fortalecer nuestra gestión de triple impacto y trabajar de manera colaborativa para seguir creciendo junto a nuestro ecosistema y nuestra cadena de valor para contribuir a construir una Argentina Mejor.

El 2020 ha sido un año de grandes desafíos generados por la irrupción de la pandemia por COVID-19, en el cual fue fundamental el trabajo conjunto y articulado con los diferentes sectores y organismos de la sociedad para poder salir adelante. El contexto nos hizo repensar cómo imaginábamos un país mejor, y esto para nosotros implicó afirmar algo que ya sabíamos. Debíamos poner siempre a las personas en el centro y asegurar la salud de todos nuestros colaboradores y colaboradoras, acompañar y mantener al ecosistema operando, estar cerca de nuestras comunidades y ser parte de la recuperación económica

del país. Sin duda nuestros valores y nuestra cultura nos han guiado en este momento desafiante: la empatía, la colaboración, la solidaridad, la integridad y el respeto.

Y aquí estamos hoy, presentando un nuevo compromiso a través de este Reporte ASG. Nuestro propósito es “Unir a las personas por una Argentina Mejor” y esto es posible solo si hacemos negocios pensando en el futuro con una mirada de triple impacto, creando valor económico, contribuyendo a la preservación del ambiente y la prosperidad de las comunidades, trabajando en conjunto para generar hábitos saludables en nuestros consumidores y para seguir produciendo bebidas de manera responsable por los próximos 100 años.

Podría contarles muchas cosas sobre las iniciativas que llevamos adelante en pandemia, o sobre los pilares que trabajamos en nuestra plataforma “100+ Sustentabilidad” donde establecimos objetivos medibles y auditables al 2025 con un gran potencial, pero prefiero invitarlos e invitarlas sin más, con mucho orgullo de quienes somos y el equipo que formamos, a leer el Reporte ASG, donde van a poder recorrer todos nuestros logros, experiencias y desafíos de un año histórico para todas las personas y que marca un antes y un después en nuestra forma de vivir.

Gracias. Gracias a Uds., a todas y cada una de las personas que son parte de esta aventura y compromiso, para seguir escribiendo el futuro de Cervecería y Maltería Quilmes.

Martin Ticinese | Presidente de Cervecería y Maltería Quilmes

Carta de Gonzalo Fagioli

La experiencia que vivimos a partir de la pandemia por COVID-19, nos confirma aquello que ya vislumbrábamos como una tendencia irreversible: entender que no hay posibilidad de hacer negocios sin una mirada de triple impacto, en la cual a la vez que creamos valor económico, regeneramos el ambiente e impulsamos el desarrollo de las personas y las comunidades.

Como compañía estamos convencidos que debíamos avanzar en el concepto de sustentabilidad, que se trata de cuidar lo que tenemos, hacia el de regeneración, para impulsar un cambio. Tenemos que regenerar para restaurar la biodiversidad, transformar la matriz energética para actuar concretamente por el clima, adoptar pequeños hábitos que generen grandes transformaciones, colaborar con la reducción de la inequidad, tender puentes entre las personas y crear más oportunidades.

El 2020 ha sido un año bisagra para todos. Y desde Cervecería y Maltería Quilmes decidimos ir por más y elaborar nuestro Reporte de Sustentabilidad con criterios ASG, rindiendo cuentas de nuestro desempeño social, ambiental, económico y de gobierno corporativo.

Hemos basado la elaboración de este Reporte ASG en lineamientos internacionales como la Guía GRI Standards (Iniciativa de Reporte Global-GRI), elaborado de conformidad con la opción esencial de los Estándares GRI. Asimismo, presentamos nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y Metas 2030 a través de su herramienta SDG Compass – Guide 2015 (Pacto Global de Naciones Unidas, GRI, WBCSD). Como parte de este compromiso

[Hacé click para ver el video](#)

con Naciones Unidas además incorporamos la mirada sobre los Derechos del Niño y Principios Empresariales de UNICEF, Save The Children y Pacto Global y los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres.

Nuestro principal objetivo al rendir cuentas en este Reporte es dar a conocer los avances que realizamos en cada uno de los Temas Materiales de Sustentabilidad identificados para nuestro negocio. Es nuestra mirada al futuro. Nuestra hoja de ruta.

Hoy más que nunca, para poder seguir creciendo necesitamos tener una mirada a largo plazo y de crecimiento inclusivo, poniendo en el centro del negocio a las personas y al planeta. Esto no lo podemos hacer solos, tenemos que trabajar en conjunto y de forma articulada con el sector público y privado, la academia, organizaciones de la sociedad civil, la cadena de valor, nuestra gente y las comunidades. Cada acción de trabajo en conjunto es un paso más para cumplir con nuestro propósito: Unir a las personas por una Argentina mejor.

Los invitamos a recorrer entonces nuestro nuevo Reporte ASG y enviarnos sus comentarios y/o sugerencias por los medios de comunicación que dejamos abiertos para estar en contacto con Uds.

Saludos,

Gonzalo Fagioli | VP de Asuntos Corporativos, Legales y Compliance

Carta de Vanesa Vázquez

Con mucha emoción hoy comparto con ustedes nuestro Reporte ASG (ambiental, social y gobernanza corporativa). En cada una de estas páginas reflejamos lo que somos, aquellas convicciones que día a día nos impulsan a accionar, a idear iniciativas atravesadas por ese espíritu de cambio, de curiosidad y mirada a largo plazo que caracteriza a quienes formamos parte de Cervecería y Maltería Quilmes.

Hace casi 20 años que soy parte de esta compañía, y en estos años de trayectoria nunca viví los desafíos que tuvimos que enfrentar este último tiempo, como compañía, pero sobre todo como sociedad en general. Sin duda, hoy podemos decir que estos desafíos nos dieron la oportunidad de acercarnos todavía más a las personas, de pensar y ser creativos en cómo acompañarlas de la mejor manera y de reflexionar sobre el tipo de compañía que queremos ser. Nos permitió evolucionar y ampliar nuestra mirada y gracias a ello, nos propusimos dar un paso más como compañía para convertirnos en una plataforma que esté cerca de las personas. Así, planteamos un nuevo modo de hacer negocios en el cual la interacción con nuestros clientes y consumidores es una prioridad, porque sabemos que para pensar en la compañía que queremos para el futuro, debemos empezar por lo más importante: la gente.

Por eso, hoy celebramos todas las acciones llevadas adelante y el gran potencial del trabajo colaborativo – el sector público y privado, universidades, organizaciones de la sociedad civil, la cadena de valor y las comunidades – que una vez más, demostró ser el principal motor detrás de las grandes transformaciones que hacen de este mundo un lugar mejor.

En conjunto hicimos que todo aquello que alguna vez soñamos, hoy sea realidad. Reforzamos nuestros vínculos, aprendimos y logramos crecer de la mano de nuestros grandes aliados. Pero lejos de conformarnos, esto nos inspira a ir por nuevos propósitos que nos permitan seguir construyendo una compañía para los próximos 100 años.

Hoy más que nunca, continuamos trabajando para poder seguir creciendo, mantenemos nuestra mirada a largo plazo y de crecimiento inclusivo, poniendo en el centro del negocio a las personas y al planeta y confiamos en que cada acción de trabajo en conjunto nos acerca un paso más hacia nuestro propósito: Unir a las personas por una Argentina mejor. Hoy, un año más, me siento orgullosa de formar parte de Cervecería y Maltería Quilmes.

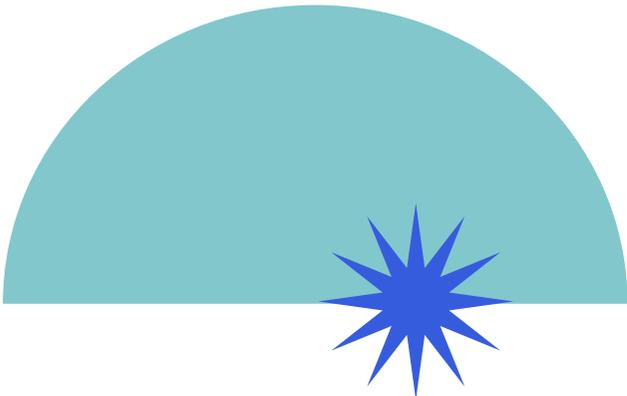
Vanesa Vázquez | Gerenta de Crecimiento Inclusivo



02

Crecimiento inclusivo

Impacto federal
Nuestras marcas
100+ Sustentabilidad
Entre todos, lo damos vuelta



Un mundo **mejor**

Cervecería y Maltería Quilmes es una de las compañías de bebidas más importantes de la región. Tenemos en el centro a las personas y trabajamos para innovar con productos en base a lo que el consumidor espera. Nuestro portafolio de bebidas incluye cervezas, sidras, vinos, gaseosas, isotónicos, aguas, aguas saborizadas y energizantes.

Desde su creación en 1890, construimos una trayectoria de compromiso con el desarrollo económico, social y ambiental de la Argentina. Cada año reafirmamos este compromiso a través de nuestra propuesta de triple impacto: el cuidado y regeneración del ambiente y el impulso en el desarrollo de las comunidades a través de la creación de valor económico, **para seguir elaborando productos por 100 años más.**

Formamos parte de AB InBev, compañía cervecera líder a nivel internacional y una de las cinco compañías de consumo masivo más grandes del mundo, con sede en Leuven, Bélgica. Nuestra compañía incluye a la franquicia de PepsiCo para elaborar, distribuir y comercializar toda su línea, así como también la de Nestlé Waters, la de Red Bull y la Sidra 1930 Sacconi de Bodegas Cuvillier, con quienes tenemos alianzas de distribución.



ABInBev


**BODEGAS
CUVILLIER**
SOCIEDAD ANONIMA


Nestlé

PEPSICO


Red Bull

Impacto federal

Hacé click sobre cada categoría
para verla en el mapa



5.759

empleos directos

130.000

empleos indirectos

\$26.870.000

de inversión para el
período 2016-2020

5.000

empresas proveedoras

90% PyMEs

13

operadores logísticos

173

distribuidores PyMEs

300.000

puntos de venta

**Somos el 13er. complejo
agroexportador del país.**



CABA (Pompeya) | Planta de Gaseosas
Quilmes (Buenos Aires) | Cervecería
Zárate (Buenos Aires) | 2 Cervecerías
Acheral (Tucumán) | Planta de Gaseosas
San Miguel de Tucumán | Cervecería
Córdoba | Planta de Gaseosas
Corrientes | Cervecería y planta de
gaseosas
Godoy Cruz (Mendoza) | Cervecería y
planta de gaseosas
San Carlos de Bariloche (Río Negro)
Cervecería



Puán (Buenos Aires)
Tres Arroyos (Buenos Aires)



Costa Salguero (Buenos Aires)
Estructura Central (Quilmes)



Quilmes (Buenos Aires)

Fernández Oro (Río Negro)

Luján de Cuyo (Mendoza)



Charcas (Buenos Aires)
Pompeya (Buenos Aires)
Mar del Plata (Buenos Aires)
Córdoba
Corrientes
Mendoza
Neuquén
Rosario (Santa Fe)
Tucumán



Buenos Aires
CD Mercado Central
CD Santos Lugares
CD POP | Quilmes
CD Mar del Plata

Otras provincias
CD Córdoba
CD Corrientes
CD Neuquén
CD Rosario
CD Santa Fe
CD Tucumán

Nuestras **marcas**



Apostamos por el **desarrollo local**, por eso elaboramos en nuestro país bebidas globales como Corona, Budweiser, Goose Island y Stella Artois.

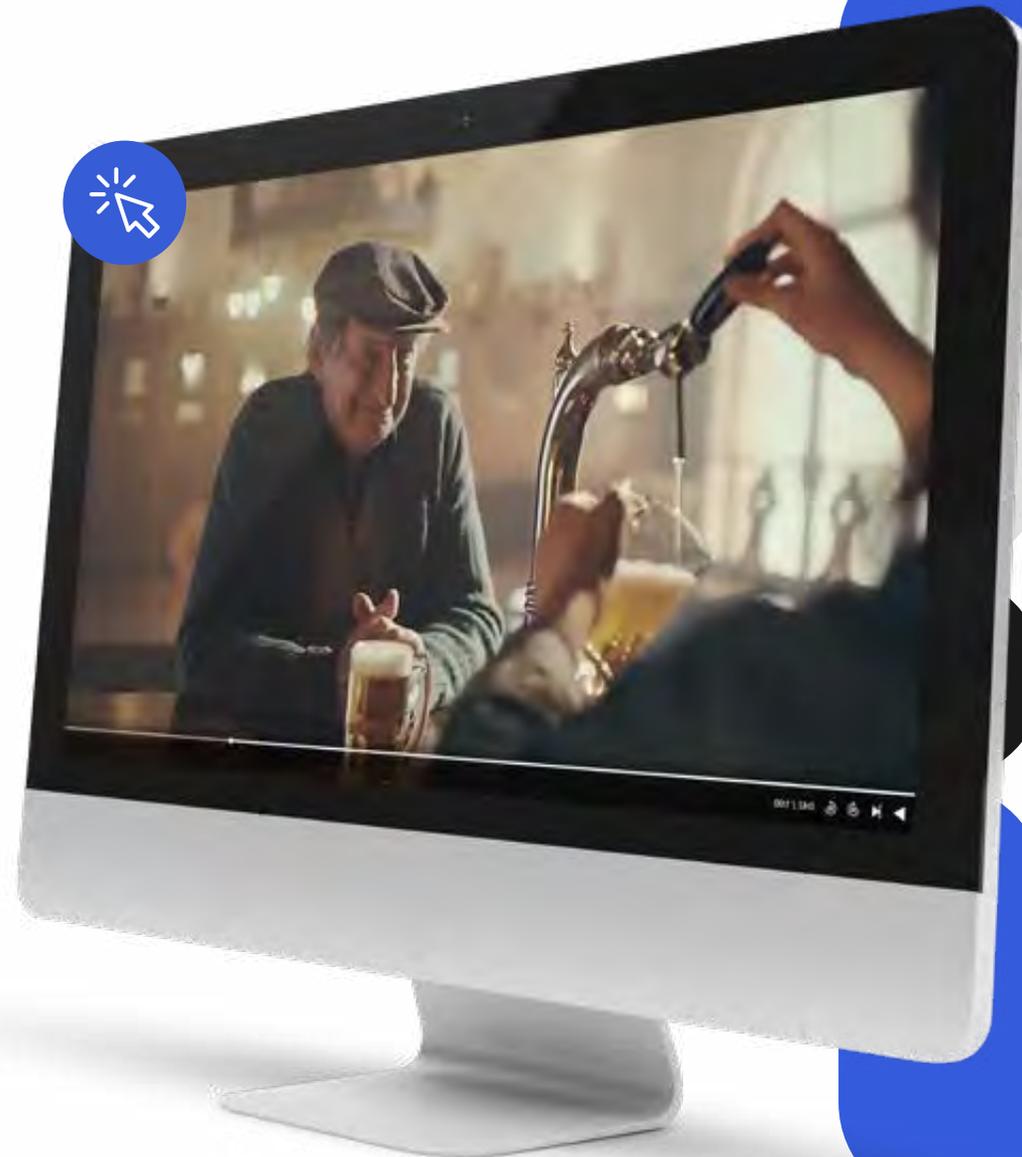


Cambió todo, pero **no cambió nada**

El 2020 fue un año muy especial para Cervecería y Maltería Quilmes porque cumplimos 130 años de historia en Argentina, y desde 1890 la compañía se hace presente en la historia, la cultura, las pasiones y la mesa de todas las familias.

Por eso quisimos festejarlo con un agradecimiento para todas aquellas personas que nos acompañaron a lo largo de nuestra historia, que nos ayudan a ser quienes somos y que nos impulsan a seguir creciendo.

[Hacé click para ver el video](#)



Las innovaciones de nuestras marcas



La Pinta de la Paz, una ayuda en pandemia

Relanzamos esta cerveza colaborativa elaborada junto a la cervecería artesanal **Mesta Nostra**, que combina levaduras ale y lager. Con las ganancias generadas por las ventas colaboramos con el sector e invitamos a **9 cervecerías** artesanales afectadas por la pandemia a enlatar **+40.000 latas de cerveza** (20.000 litros aproximadamente).



Andes Origen Miel

Esta cerveza de doble malta, Pilsen y Múnich, fue elaborada para disfrutar de ese cruce entre dulce y amargo que tanto caracteriza al paladar nacional. Sus notas dulzonas y ácidas se mezclan con el fruto del arduo trabajo de las laboriosas abejas nativas: la miel de monte.



Gin Comunal: el primer gin del mercado argentino destilado a partir de cerveza

Convocamos a tres cervecerías artesanales de Bariloche -Konna, Lowther y Van Titter- y la destilería Restinga para transformar nuestras cervezas embotelladas en un gin de edición limitada (sólo 12.000 botellas).

[Hacé click para ver el video](#)

Las innovaciones de nuestras marcas



Blasfemia

Lanzamos Blasfemia, el primer vino en lata de la Argentina disponible en el mercado con tres nombres que aluden a pequeñas blasfemias de la vida cotidiana en Argentina: “Ojotas con medias” (malbec-syrah), “Cortar el spaghetti” (torrontés-chenin) y “Jean con Jean” (rosado gasificado).



Patagonia Sendero Sur

Es la primera cerveza orgánica del país, certificada por ArgenCert. Esta edición limitada se elaboró respetando el control orgánico de la cebada y de todas sus etapas de producción. A través de su venta, colabora con la preservación del Parque Municipal Llao Llao y el Parque Nacional Nahuel Huapi, en San Carlos de Bariloche.



Goose Island

Llegó Goose Island IPA a la Argentina, una cerveza pionera en el mundo *craft*, que viene perfeccionando su receta hace más de 30 años. Inspirada en la ciudad, tiene un amargor pronunciado, es aromática y deliciosa.

Las innovaciones de nuestras marcas



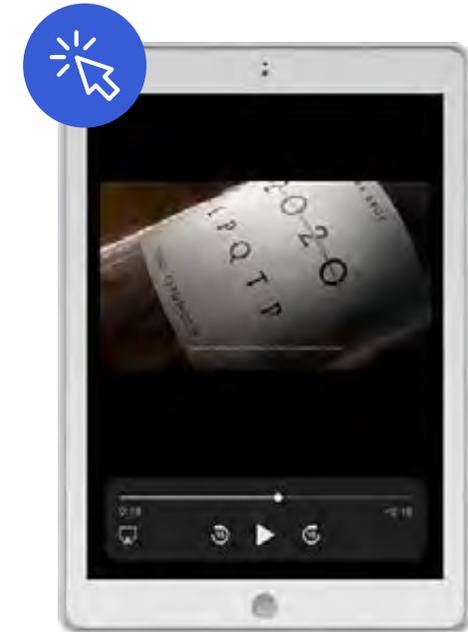
Stella Artois edición especial Vintage

Stella Artois se inspiró en diferentes épocas para crear una edición limitada de latas que homenajean la historia visual de la marca, nada menos que 600 años.



BDR PING VINO

Ping VINO se destaca por su calidad, precio accesible e impacto ambiental positivo, objetivo posible gracias a su envase retornable. Tiene una estética premium para el segmento en el que juega, porque creemos que todas las personas deben acceder a un producto de buena calidad. Viene en tres variedades: red blend, white blend y rosé blend, elaborados con una combinación de diferentes uvas.



Espumante 2020 LPQTP

Extra brut de color amarillo brillante y fresco, con delicadas notas frutales y cítricas, pensado para momentos sublimes, como fue despedir el 2020 y alzar las copas con deseos prósperos para 2021. Elaborado con chardonnay y chenin en Luján de Cuyo, Mendoza.

[Hacé click para ver el video](#)

100+ Sustentabilidad

En línea con nuestro propósito de Unir a las Personas por una Argentina Mejor, reafirmamos que la sustentabilidad es el negocio porque siempre ponemos en el centro a las personas y al planeta.

No solo elaboramos productos o brindamos servicios sino que también creamos **marcas con propósito** que contribuyen e impulsan la transformación cultural que implica el desarrollo sustentable.



Objetivos a 2025

Hacé click sobre cada pilar para conocer cómo contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



Logramos que el 100% de la energía eléctrica utilizada provenga de fuentes renovables y redujimos un 25% de las emisiones de carbono en toda nuestra cadena de valor. Buscamos liderar la transformación energética de la Argentina e inspirar a otros en este camino.

Lograr que el 100% de nuestros productores agropecuarios que cultivan cebada, lúpulo y maíz para elaborar nuestras cervezas estén conectados, capacitados y empoderados.

Lograr que el 100% de las cuencas hídricas en riesgo del país mejoren la calidad y disponibilidad de agua.

Lograr que el 100% de nuestros productos utilicen envases retornables o estén fabricados a partir de materiales mayoritariamente reciclados.

Lograr que el 100% de nuestras empresas proveedoras PyMEs estén conectadas, capacitadas y fortalecidas para impulsar el desarrollo de las economías regionales y locales en todo el país.

Lograr que el 100% de las experiencias relacionadas con nuestros productos sean positivas y que los menores de 18 años no consuman bebidas con alcohol.

Lograr que el 100% de las OSC que trabajan en los pilares de educación, empleo y nutrición estén fortalecidas, capacitadas y conectadas para reducir la inequidad social.

Los Objetivos 2025 tienen metas desafiantes con **indicadores basados en la ciencia, medibles y auditables, y planes de acción concretos** para su cumplimiento.



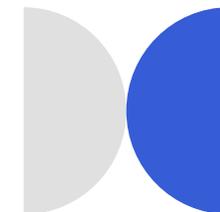
U\$S 1.800 millones

invertidos en el período 2016-2020

50% destinado a aumentar la capacidad productiva de las cervecerías para incrementar la oferta de productos en lugares de mayor demanda y así reducir las emisiones de carbono derivadas de la logística.

[Conocé más sobre nuestra estrategia](#)





Los **temas clave** para la sustentabilidad del negocio

La Matriz de Temas Materiales es una hoja de ruta que identifica los principales riesgos y oportunidades para el desarrollo sostenible de nuestro negocio. Es también una visión a futuro que hoy nos desafía a pensar en cómo seguir trabajando para generar impacto positivo en las personas y la cadena de valor, en el ambiente y en las comunidades, de cara a las grandes preocupaciones de la Agenda Mundial de Naciones Unidas hacia el año 2030.

Grupos de interés que participaron del análisis de Materialidad: **97 participantes**



Alta Dirección



Colaboradores/as



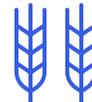
Consumidores/as



Clientes



PyMEs de nuestra
cadena de valor



Productores
agropecuarios



Organizaciones
de la Sociedad
Civil



Puntos de venta



Pares
corporativos



Medios de
comunicación

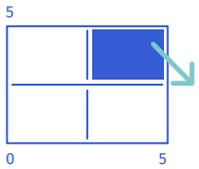


Autoridades y
gobiernos nacionales,
provinciales y
municipales

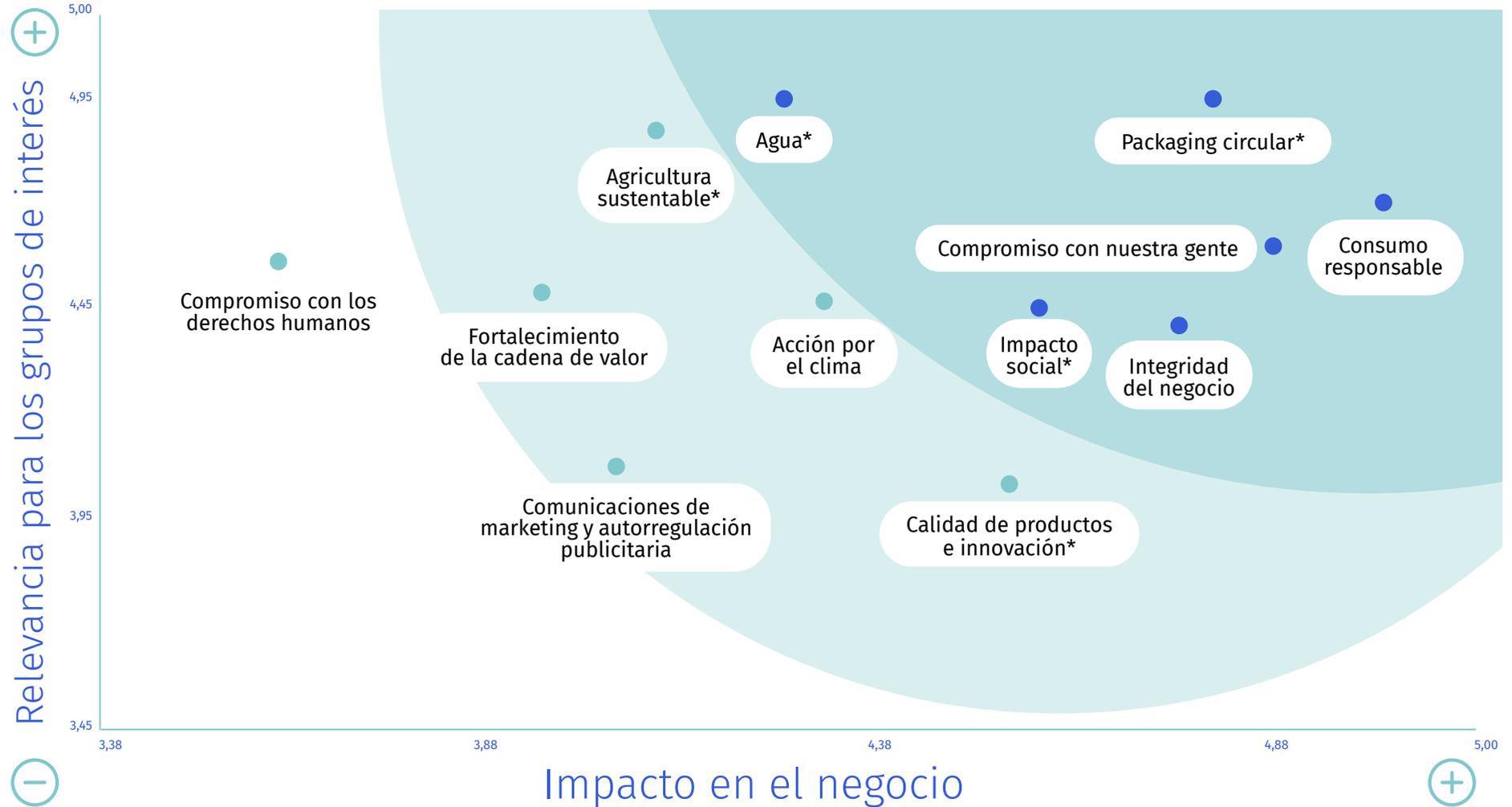


Nuestro compromiso por el respeto de los Derechos Humanos es transversal a todo el negocio y cadena de valor. Desde Cervecería y Maltería Quilmes entendemos que nuestro negocio puede impactar positivamente en la salud y bienestar de las comunidades a partir de la promoción de hábitos compatibles con una vida saludable, el consumo responsable, la diversidad y la inclusión y la no discriminación ni violencia en el trabajo ni el hogar.

[Conocé](#) las etapas del análisis de Materialidad y cómo determina los contenidos de este Reporte



Matriz de materialidad Cervecería y Maltería Quilmes 2021



Referencia: *Tema Material impactado por el cambio climático

Entre todos, lo damos vuelta



Nuestra respuesta ante la emergencia

Durante el 2020 más que nunca demostramos **nuestro compromiso con el país**, estando más cerca que nunca de nuestra gente, nuestros clientes, empresas proveedoras, consumidores y comunidades. Trabajando de manera colaborativa con los diferentes sectores y organismos para poder seguir operando de manera segura en las diferentes regiones del país. El consenso se convirtió en una herramienta fundamental para atravesar cada desafío que se presentó a lo largo del año.



Obtuvimos el primer puesto en una encuesta realizada junto a la consultora D'Alessio Irol sobre “**el impacto del COVID-19 en la imagen y el posicionamiento entre públicos**” en la población general y los líderes de opinión.

Formamos un comité de crisis integrado por nuestro presidente, vicepresidentes y equipo médico, que estableció tres ejes de trabajo:



Gente

Proteger la salud de nuestros equipos es nuestra máxima prioridad.

[Conocé más](#)



Ecosistema

Asegurar el abastecimiento de nuestros productos y el empleo a las más de 5.000 personas que trabajan con nosotros, además de los más de 130.000 empleos indirectos que genera nuestra cadena de valor y a las más de 5.000 PyMEs que integran nuestra red de empresas proveedoras.

[Conocé más](#)



Comunidades

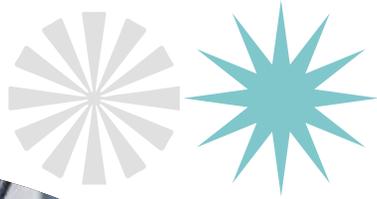
A través de Valor, nuestra plataforma de impacto social, llevamos adelante un plan de ayuda humanitaria en todo el país.

[Conocé más](#)



Hacé click para ver el video

SIEMPRE HABLAMOS DE BRINDAR,
PERO HOY ES EL MOMENTO DE BRINDARNOS.



03

Ambiente

Acción por el clima
Economía circular
Agricultura Sustentable
Agua



Acción por el clima

Desde Cervecería y Maltería Quilmes asumimos públicamente el objetivo de lograr a 2025 que el **100% de la energía eléctrica utilizada en toda la producción provenga de fuentes renovables y reducir un 25% de las emisiones de carbono en toda la cadena de valor.**



Para alcanzarlo firmamos un contrato con Central Puerto para la compra del 100% de energía eólica por U\$S 283 millones en un plazo de 20 años, lo que permitió la construcción del **Parque Eólico Budweiser** y la transformación de nuestra matriz energética.

Somos la primera compañía de consumo masivo en utilizar 100% energía renovable para abastecer nuestra producción

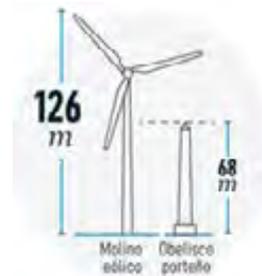
El acuerdo con Central Puerto tiene una mirada a largo plazo, y demuestra la apuesta por las energías renovables como una solución eficaz ante la problemática del cambio climático.



Parque Eólico Budweiser

Desde Budweiser demostramos que es posible hacer cerveza con un nuevo ingrediente: el viento.

- ✔ Construido en la localidad de Achiras, Córdoba.
- ✔ Compra de energía por U\$S 283 M en un plazo de 20 años
- ✔ 21 molinos de viento
- ✔ 700 nuevos empleos
- ✔ 25% se reducen las emisiones de CO₂ de nuestras operaciones
- ✔ Equivalente a retirar de la ciudad 500.000 autos



El Parque Eólico Budweiser abastece:

- ✔ 10 cervecerías y plantas de gaseosas
 - ✔ 2 malterías
 - ✔ 1 fábrica de tapas Corona
- que consumen tanta energía como 69.000 hogares en un año (potencia de consumo 55 MW)



Gracias al acuerdo de compra y la construcción del parque eólico **cumplimos el primer objetivo de la plataforma 100+ Sustentabilidad**. De esta forma, buscamos liderar la transformación energética de la Argentina e inspirar a otros en este camino.



Eficiencia energética

- ✔ Reemplazo de todas las luminarias por luces LED
- ✔ Recuperación de biogás de los procesos de tratamiento de efluentes para su reúso en calderas
- ✔ Instalación de paneles solares para la generación de energía para áreas de servicios de las plantas
- ✔ Eco heladeras en nuestros puntos de venta: 35% de reducción de consumo energético

Programa Logística verde

Desde 2014 implementamos este programa junto con nuestros principales operadores logísticos (OL) con el **objetivo de reducir un 35% las emisiones de CO2 asociadas a las operaciones logísticas.**



416.672 Km recorridos
menos durante 2020 (optimización de rutas)



1.337 TN
reducidas de CO₂

Trabajamos en este objetivo con 4 pilares fundamentales:



Capacidad de Carga

Medimos y analizamos todos los días nuestra capacidad de carga y trabajamos en ampliarla mediante planes de adecuación de flota por operador logístico, promoviendo la utilización de camiones ultralivianos, escalados y bitrenes.

✔ Bitrenes

- 3 rutas validadas: Ciudad de Buenos Aires, Rosario y Mar del Plata
- Capacidad de carga: 40 pallets (54% más capacidad de carga)
- 35% menos emisiones de CO₂

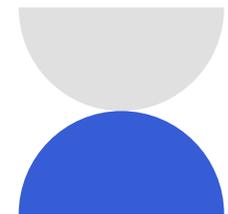


Combustibles alternativos:

Trabajamos con alternativas al diésel como GNC, GNL y Biodiesel.

✔ Contamos con:

- 1 unidad a GNC para realizar viajes internos en Mendoza del OL Esigas
- Incorporaremos 4 unidades con GNL a la flota con la construcción de un nuevo cargadero en Zarate & Río Cuarto en alianza con YPF & Scania (lanzamiento esperado) Reducción 107 ton CO₂



3

Transporte multimodal

Buscamos alternativas en los medios de transporte, potenciando el barco para exportaciones y el tren para el interior del país (para trasladar más carga en un solo viaje).



1,2% (Sueño: 5%)

Volumen actual en tren



70% menos

sería la reducción de emisiones de CO₂

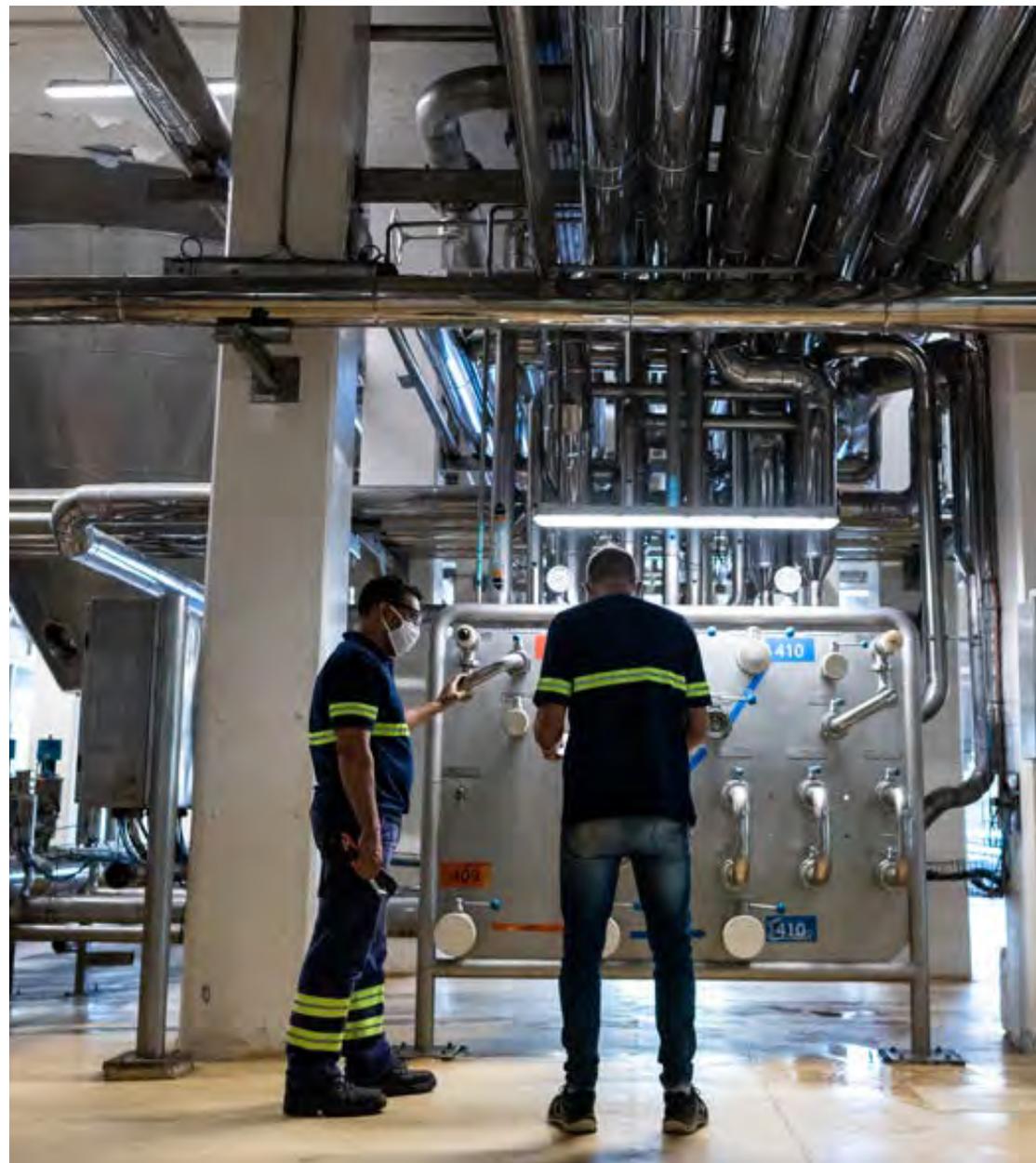
4

Mejoras en la Huella de Carbono

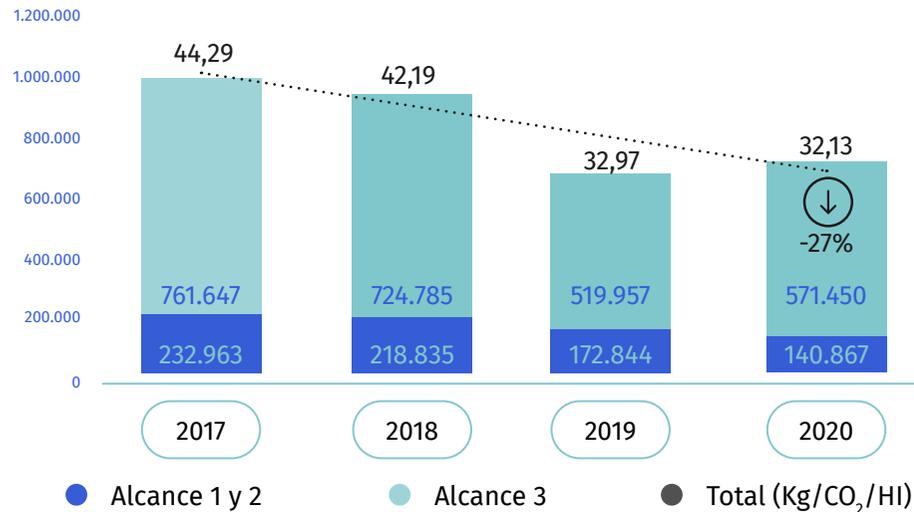
Tenemos un equipo dedicado al análisis y la búsqueda de alternativas en el diseño de nuestras capacidades industriales.

- ✓ Aumentamos la capacidad productiva en regiones donde existe mayor demanda con la elaboración de cerveza en Planta CASA (33% producción total de latas; 4 tamaños y 2 formatos) y la incorporación de la nueva línea de latas en Quilmes (3 nuevas marcas y 6 variedades).
- ✓ Potenciamos el programa de entregas directas con mayor eficiencia en recorridos y rutas.

Durante 2020 formamos parte del Grupo de trabajo “Transporte Sustentable” de la Red Argentina de Pacto Global y de las charlas organizadas por la Unión Argentina Industrial donde se abordaron temas de costos y eficiencia energética en el transporte.



Emisiones de CO₂



Intensidad de emisiones CO₂ (alcance 1, 2 y 3): 6,52 kgCO₂e/hl, una disminución del 33,46% respecto del ejercicio anterior.

Alcance 1: emisiones BOPs + VOPs (calor) | Alcance 2: Electricidad comprada
Alcance 3: cadena de valor (80% de las emisiones) | CDs excluidos del análisis (Global) por consumo marginal

ALCANCE 1 Y 2

Hitos

- ✓ Reducción de las emisiones de alcance 1 por mejoras implementadas para la gestión del KPI.
- ✓ Se alcanzó el objetivo Net Zero de alcance 2 por la implementación de energías renovables.

ALCANCE 3

Hitos

- ✓ Reducción de un 35% de emisiones GEI y consumo eléctrico en heladeras.
- ✓ Mejora en emisiones de logística a través de la gestión de logística verde.



Conocé más sobre nuestras emisiones en 2020

Economía circular

Impulsamos la implementación de prácticas sustentables y nuevas tecnologías en la elaboración de nuestros productos, integrando los aspectos ambientales en el plan de negocios, en la toma de decisiones y en las actividades diarias.



Reconvertimos nuestra Maltería en Tres Arroyos e inauguramos la **primera Maltería Verde en Argentina**, que cuenta con tecnología basada en el paradigma de la Economía Circular:

- ✓ Reutilización del 100% de subproductos.
- ✓ Agua tratada de efluentes y lodos para fertilización ecológica.
- ✓ Reconversión eléctrica.
- ✓ Creación de una reserva natural en alianza con **Fundación Aves Argentinas** para el desarrollo de un espacio exclusivo para el resguardo de flora y fauna.





Packaging circular

Nuestro modelo de negocio circular se centra en 5 pilares:

☑ REDUCCIÓN DE PESO DE ENVASES Y MATERIAS PRIMAS:

diseñar pensando en el ciclo de vida del envase.

☑ REUSAR: estimular la retornabilidad.

☑ RECICLADO: aumentar la cantidad de material reciclado.

☑ MATERIALES SUSTENTABLES: desarrollar material proveniente de fuentes renovables.

☑ BIODEGRADABLES: minimizar el impacto de los residuos.

Estimular la retornabilidad

El **64%** de nuestro volumen de venta de cerveza es retornable. Los envases retornables de vidrio son los envases con menor impacto ambiental porque:

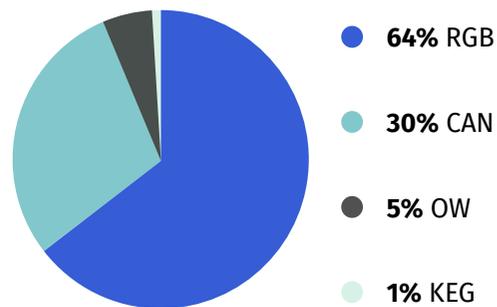
- ☑ Utilizan menos energía, agua y materias primas para la producción del envase.
- ☑ Reducen los residuos y las emisiones de CO2.
- ☑ Son 100% reciclables y se reutilizan hasta 29 veces.

Promovemos el uso de envases retornables como hábito de consumo sustentable con el objetivo de convertir al consumidor en usuario del envase pagando solo por el producto.

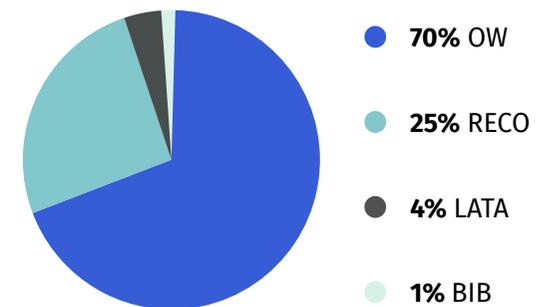


El 52% del porfolio total fue hecho con envases retornables en 2020

Cerveza: 99% índice de retornabilidad. **9,9 de 10 cervezas retornables vuelven al circuito productivo**



Soft drinks: 21% índice de retornabilidad



Aumentar el uso de material reciclado

Nos comprometemos a que nuestros envases contengan hasta un 50% de material reciclado y para ello trabajamos en el aumento de las tasas de reciclado.

En este sentido llevamos adelante una iniciativa conjunta con CEMPRE (Compromiso Empresarial para el Reciclaje) con el objetivo de fortalecer los sistemas públicos de gestión integral de residuos en municipios y la cadena de valor del reciclaje. A través de CEMPRE se brinda asistencia técnica a los equipos involucrados, asistencia para el incremento de productividad, conexión para la comercialización de materiales, asesoramiento para el incentivo ciudadano y capacitaciones técnicas a fin de dejar capacidad instalada.

En 2020 donamos al Municipio de Quilmes cinco EcoPuntos de madera plástica 100% reciclada, con el objetivo de colaborar con la demanda de equipamiento urbano vinculado a la gestión integral de residuos sólidos urbanos en la localidad, y una cinta para el punto verde de la localidad de Moreno para ser catalizador e incentivar la economía circular.

Nuestras cervecerías y los procesos de maltería tienen un **99,7% de reciclabilidad** convirtiéndose todo residuo en subproducto para la producción.

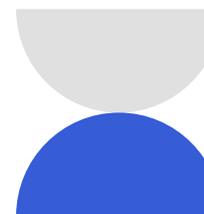
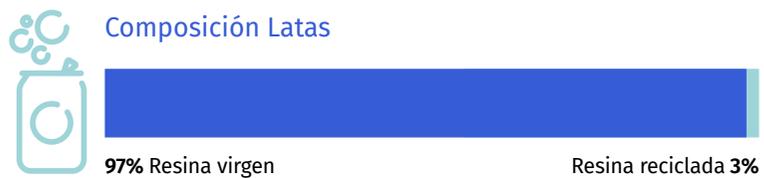
CERVEZA

Nuestro packaging contiene un **47% de materiales reciclados**



BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Nuestro Packaging contiene un **6% de materiales reciclados**



Agricultura Sustentable

Desarrollamos proyectos de agricultura sustentable para que los más de 1.000 productores agropecuarios que producen cebada, lúpulo y maíz para hacer nuestras cervezas estén conectados, capacitados y fortalecidos en la implementación de mejores prácticas.

Impulsamos **buenas prácticas agronómicas** acompañando a los productores en la implementación de agricultura sustentable, el cuidado del suelo, del agua y la biodiversidad.



En 2020 iniciamos un proyecto de agricultura regenerativa a tres años que impulsa el triple impacto en la agricultura con un enfoque sistémico y regenerativo, promoviendo prácticas agrícolas regenerativas, el cuidado del agua, y la reducción de emisiones, generando un impacto positivo en la comunidad. Para el desarrollo del programa contamos con el soporte técnico del INTA junto a Soil Capital. Brindamos soporte financiero a los agricultores para la transición y realizamos seguimiento de indicadores junto a Sustainable Food Lab y la acreditación con Aapresid.

El proyecto tiene como objetivo recolectar evidencia científica que permita demostrar el impacto positivo de la agricultura regenerativa en la salud del suelo, su contribución a la reducción de emisiones de carbono y la mejora en la rentabilidad.

⊕ +43% Área

Regenerativa	2020	2021	2022	2023	2024	2025
N° Productores	10	19	40	80	160	250
Área (has)	275	393	1.200	3.200	6.400	10.000



18 productores

participaron del programa en 2020, duplicando la cantidad del año anterior



150 hectáreas de cebada sembradas

Durante la primera etapa (2019-2020)



Objetivo: alcanzar

10.000 hectáreas

de producción de cebada para 2025



✓ 1era compra de cebada orgánica

✓ 1era compra de cebada regenerativa

Conectar, capacitar y fortalecer



Cebada Smart Barley es nuestra plataforma para conectar a los productores de cebada y el manejo que realizan, buscando definir cuáles son las mejores prácticas de producción para poder replicarlas y, al ser global, permite oportunidades de mejora relacionadas con medidas agronómicas, ambientales y de gestión.

A su vez, contamos con un protocolo técnico elaborado por nuestro equipo de Investigación y Desarrollo de variedades de semillas en Tres Arroyos que brinda una descripción de resultados orientado a las mejores prácticas.



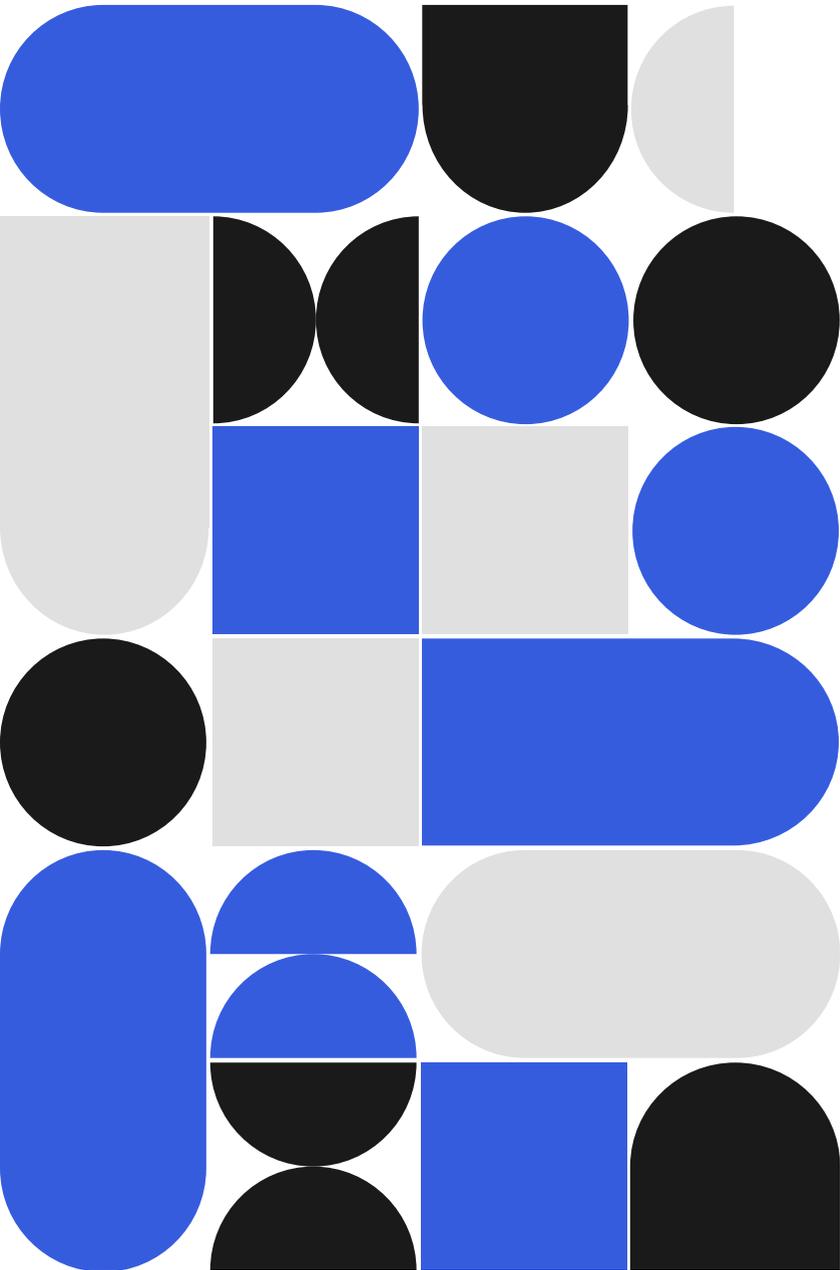
Maíz También realizamos un protocolo técnico para la producción de maíz no transgénico. A partir de 2019 nos comprometimos a que el total de la producción de maíz se desarrollara en zonas que no hayan sido deforestadas y establecimos en nuestros contratos que no vamos a comprar maíz proveniente de zonas reconvertidas después de la aprobación de la Ley de Protección de Bosques Nativos (año límite 2009).

Contamos con una plataforma digital que tiene un doble uso: controlar aleatoriamente los campos a través del mapeo de imágenes satelitales y verificar que no hayan sido deforestados y también servir de herramienta para que el productor pueda mejorar su productividad mediante el índice de vegetación mejorado.



Lúpulo Estamos desarrollando una plataforma específica para lúpulo, que contribuya a seguir profundizando la conexión con nuestros productores.





Del campo a la botella

En Cervecería y Maltería Quilmes estamos estrechamente vinculados a la agricultura y a la industria cervecera, una red enorme compuesta por miles de economías regionales que la integran desde nuestros ingredientes naturales y nacionales hasta el producto final, potenciando el progreso integral de toda la cadena de valor.



AGRONEGOCIO: el valor de lo nacional

- ✔ **+1.000 productores agropecuarios** cultivan cebada, lúpulo y maíz en las distintas regiones del país.
- ✔ Somos una industria multiplicadora de empleo: **la fabricación de las cervezas genera 5.759 empleos directos y 126.000 empleados indirectos.**

Seguimos invirtiendo para **apoyar el desarrollo de la agricultura en la Argentina.**

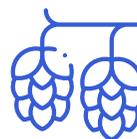


Cebada

- ✔ **1.500 productores**
- ✔ **1.000.000** de hectáreas sembradas
- ✔ **213.000** toneladas de malta producidas por año en nuestras Malterías en Tres Arroyos y Puán
- ✔ **1 de cada 4** cervezas que elaboramos en el mundo como compañía está hecha con cebada del sur de la Provincia de Buenos Aires

La Argentina ha logrado posicionarse como el exportador principal de cebada y malta de Sudamérica

Contratamos el 32% de las hectáreas sembradas de cebada en Argentina para la campaña 2019/2020



Lúpulo

- ✔ **+155** hectáreas cultivadas en la Patagonia
- ✔ **3.800** kg producidas en la chacra propia de Fernández Oro
- ✔ **218.000** kg de flores de lúpulo cosechadas
- ✔ Somos el principal comprador de lúpulo de la Patagonia



Maíz

- ✔ **+100** productores/as en el norte argentino
- ✔ **130.000** toneladas de maíz sembradas
- ✔ **100% maíz comprado es no transgénico**
- ✔ **20.000 hectáreas cultivadas de maíz** en la zona de NOA y NEA (Chaco, Salta, Tucumán y Santiago del Estero).



Yanara y Alhue: nuevas variedades de semillas

En 2019 presentamos dos nuevas variedades de semillas de cebada con **alto potencial de rendimiento y mejor adaptación al cambio climático**. La compañía invirtió **\$6.000.000 de dólares** en el desarrollo de las variedades Yanara y Alhue que implicó un trabajo de 12 años. Buscamos variedades con buenos rendimientos y calidad maltera, con mejor eficiencia en el uso de insumos y buena sanidad que permitan realizar una producción de forma más sustentable.

Elaborando conciencia

Deforestación en el gran Chaco

Como compañía nos unimos a esta causa y dejamos sentado en nuestros contratos que **no vamos a comprar maíz proveniente de zonas reconvertidas** después de haberse aprobado la Ley de protección de bosques nativos (2009).

Agricultura orgánica

Apostamos a las buenas prácticas agronómicas para la producción de nuestros productos. Confiamos fielmente en el poder de la agricultura sustentable y regenerativa como proveedora de materia prima de calidad y que además, nos permite llevar adelante una producción responsable con el ambiente poniendo siempre como prioridad el cuidado de los recursos que nos brinda la tierra.

Patagonia Sendero Sur

En 2020 redoblamos nuestro compromiso, envasando esta variedad en lata, la primera cerveza orgánica certificada del país y que da cuenta de un proyecto integral y concreto que inició en 2019 con 450 hs sembradas, y que continua mediante un fino proceso de cuidado que permite conservar la condición orgánica de la cerveza desde el campo hasta el consumidor.

De este modo, tanto la maltería donde se obtuvo la malta como la cervecería donde se elaboró Sendero Sur, fueron certificadas por ArgenCert, una de las cuatro organizaciones nacionales habilitadas por SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) para certificar productos orgánicos.

Semana del árbol

En 2020 plantamos **20 árboles nativos** como parte de una campaña de plantación, adopción y donación de árboles nativos que busca forestar las ciudades con 1 millón de árboles. Se trata de una iniciativa organizada por el Capítulo Argentino del Club de Roma, el Movimiento Agua y Juventud y La Ciudad Posible, en la que contribuimos a mejorar la calidad ambiental de nuestras ciudades, regenerar ecosistemas degradados y mitigar el cambio climático.



Agua

El agua es un recurso natural clave para la vida humana pero también es un ingrediente fundamental en la receta de la cerveza. Es así que es de vital importancia proteger el agua de las cuencas hídricas en riesgo en las comunidades donde estamos. Por eso, desarrollamos nuestra estrategia de agua en tres pilares clave: [gestión de agua](#), [restauración de cuencas hídricas](#) y [acceso al agua](#).

Gestión de agua

La eficiencia en la operación es clave para lograr la reducción del consumo de agua. Y lo hacemos a través de:

- ✓ **Capacitación ambiental:** permanentemente capacitamos a nuestros colaboradores como parte de una cultura sustentable reforzando el compromiso por el cuidado del ambiente.
- ✓ **Operación sustentable:** monitoreamos diariamente los indicadores de consumo de agua lo que permite identificar los desvíos y dar solución inmediata mediante la aplicación de buenas prácticas operacionales, y lograr la eficiencia en el consumo.
- ✓ **Reúso interno:** se incorporan nuevas tecnologías para alcanzar la calidad necesaria del efluente o de proceso y así reutilizarla en los servicios auxiliares a la elaboración de bebidas.
- ✓ **Reúso del efluente tratado en la comunidad:** reaprovechamos el agua de efluente tratado en el proceso de elaboración de bebidas para el riego o limpieza de espacios verdes en las comunidades vecinas.



Algunos ejemplos de eficiencia en gestión:

- ✓ **30%** de reducción en el consumo de agua en los últimos 9 años para la elaboración de nuestras bebidas.
- ✓ **81.000 litros de agua menos consumidos por día** gracias a la optimización por lubricación (-25% respecto a 2019).

Eficiencia en las lavadoras de botellas:

- ✓ **360.000 litros de agua anuales ahorrados** gracias al nuevo esquema de lavado de botellas.
- ✓ **500.000 litros de agua anuales ahorrados** gracias a la mejora en la eficiencia del filtro Dynassand.
- ✓ **1 pileta olímpica ahorrada cada 5 días** (72 m³/Día) gracias al proyecto para recuperar el 100% del agua utilizada para lavar las latas y reutilizarla en lubricación de transportes de líneas de envasado.

Protección de las cuencas hídricas

Proyecto de Restauración de la Alta Cumbre del Río Mendoza

Impulsamos un proyecto de restauración de áreas degradadas de la cuenca alta del río Mendoza en Luján de Cuyo que sufrieron incendios generando un impacto negativo en la biodiversidad del suelo y la disponibilidad de agua. La iniciativa fue desarrollada junto a The Nature Conservancy y ejecutada con científicas de IADIZA e IANIGLIA, ambas entidades ejecutoras del CONICET y Fundación Cricyt. El objetivo es restaurar con plantas nativas 150 hectáreas de la cuenca en alianza con viveros locales y generar un impacto positivo en la calidad de agua de manera directa en 3.000 personas y 1.000.000 de manera indirecta.

También nos comprometimos a participar del desarrollo del Fondo de Agua en la cuenca del río Mendoza, una articulación público-privada junto con el gobierno local, Coca-Cola y Danone que busca desarrollar mejoras medibles en calidad y disponibilidad de agua.



El plástico no pertenece al océano

Corona invita a los consumidores a ser parte de un cambio de hábito positivo para que las ciudades de la Costa Atlántica, con lagos y/o ríos, conserven limpias sus aguas y nunca se conviertan en un mar de plástico (se estima que en el año 2050 habrá más plástico que peces en el mar). Por eso, realizan limpiezas de las playas de la Costa Argentina con voluntarios y en una alianza global con *Parley for the Oceans*.

[Mirá el video de la campaña haciendo click](#)

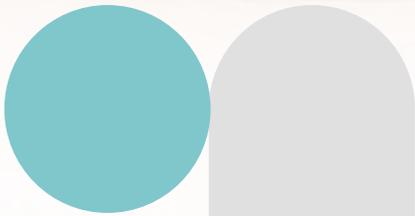
Acceso al agua

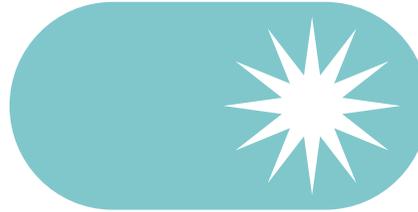
Aprovechamos el poder transformador de nuestras marcas para concientizar a los consumidores y accionar para dar soluciones a los desafíos actuales.

Buy a Lady a drink

Desde nuestra alianza con **Water.org** en 2015 ayudamos a 1,7 millones de personas en países en desarrollo a obtener acceso a agua potable. **Nos propusimos a 2020 que 3.5 millones de personas tengan acceso a agua potable.**

[Hacé click para ver el video](#)





04

Impacto Social

Consumo responsable
Programa Valor
Nuestra gente
Soluciones para brindar ayuda
Desarrollo de PyMEs
Innovación



Impacto **social**

Consumo responsable

Tenemos el compromiso de que nuestros productos sean consumidos de manera responsable siendo compatibles con un estilo de vida sano y equilibrado.

**#CERO
EN MENORES**

**#CERO
AL VOLANTE**

**#CERO
EXCESOS**

Hace más de 15 años que, desde Cervecería y Maltería Quilmes, llevamos adelante diferentes programas y campañas de consumo responsable, entre ellos el Día del Consumo Responsable a nivel nacional, que celebramos en septiembre.



#CERO

EN MENORES | AL VOLANTE Y EXCESOS

#CeroExcesos

Pensamos, diseñamos, elaboramos, embotellamos y distribuimos nuestros productos con mucho cariño esperando que todas las experiencias sean positivas. Por eso, también innovamos con distintas propuestas mediante un amplio portfolio de productos con el objetivo de brindar la mejor opción para cada momento.

Queremos poner al alcance de nuestros consumidores la posibilidad de disfrutar una cerveza sin necesidad de consumir alcohol y que sea tan fácil conseguirla como cualquier otra.

#CERO
EXCESOS



Quilmes 0,0%

En 2020 lanzamos Quilmes 0,0%, la primera cerveza con cero por ciento de alcohol hecha con ingredientes cien por ciento naturales y argentinos.

Envases más pequeños

Innovamos con envases más pequeños para darse un gustito y mantener el frío en dos estilos: Patagonia Hoppy Lager y Corona.



Junto al Consejo Publicitario Argentino (CPA)

Cada año acompañamos las campañas del CPA para visibilizar las problemáticas relacionadas con consumos problemáticos de bebidas con alcohol y acompañar así, un cambio de hábito positivo en la sociedad.



Andes Origen: no se dé vuelta, tome menos y mejor

Nuestra marca realizó una campaña para concientizar a las personas acerca del consumo responsable en las calles de Mendoza para lograr cambios de hábitos positivos bajo el mensaje de “no se dé vuelta, tome menos y mejor” con el símbolo de La Renoleta dada vuelta.

[Hacé click para ver el video](#)



#CeroEnMenores

Desarrollamos una plataforma colaborativa para impulsar conversaciones y brindar herramientas para evitar el consumo de bebidas con alcohol en menores de 18 años. Queremos empoderar a los adultos para hablar con empatía y desde el conocimiento.

www.poneloenpalabras.com.ar

Tenemos el compromiso de dar siempre el mejor ejemplo: ni una gota de alcohol antes de la edad permitida.

Entre las herramientas que ofrece la plataforma, se encuentra la edición ajustada y en digital de la **Guía para padres**, editada y creada por la organización no gubernamental quebequense Educ'alcool. Comprende temas sobre cómo comportarse frente a los chicos y chicas, a qué edad hablarles y qué decirles.



2.000

personas entraron a la Plataforma Ponelo en Palabras



+800

participantes del evento de Consumo Responsable

#CeroEnMenores

Sabemos que el consumo de bebidas con alcohol por parte de menores es un desafío que requiere del trabajo en conjunto con todos los sectores: las familias, las empresas, el Estado, las escuelas, las organizaciones del tercer sector, etc. Para abordarlo, trabajamos a partir de cuatro ejes:



Orientación

Nos aliamos con organizaciones del tercer sector y profesionales como **Luciano Lutereau** para brindar una orientación experta a los adultos acerca de cómo iniciar la conversación con los menores.

Alianzas



Conocimiento

Junto con **Beatriz Di Biasi**, Médica Especialista en Toxicología y Directora Médica de Fundartox, generamos material de apoyo para explicar los efectos de las bebidas con alcohol en el cuerpo y en la mente.

[Hacé click para ver el video](#)



Conversación

Acompañamos a las familias a conversar sobre el consumo de bebidas con alcohol desde la más temprana edad, con las recomendaciones de **María Pía del Castillo**, psicopedagoga especialista en familia y Directora Ejecutiva de Fundación Ma/Padres.



Práctica

Experimentando y jugando hacemos del proceso de enseñanza una experiencia significativa y con el aporte de **Mariano Echeconea**, Country Manager de Eidos Global, desarrollamos contenido multimedia con juegos y experimentos para poder aprender de manera lúdica en familia.

El camino alternativo

Junto con Fundación Eidos, la Secretaría General de la provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de General Pueyrredón desarrollamos el Camino Alternativo, un programa pedagógico con talleres para chicos y chicas de entre 9 y 14 años, que tiene como finalidad concientizar acerca de los riesgos del consumo de alcohol antes de la edad permitida.

Decimos Cero en menores, por eso:



Realizamos más de **50 talleres** en 4 puntos del país.



Capacitamos a más de **1.000 jóvenes y adolescentes** con talleres presenciales.



Llegamos a más de **200 jóvenes y adolescentes** con la versión de Camino Alternativo digital.



Llegamos a más de **400 familias** con nuestro envío de #Poneloenpalabras

[Hacé click para ver el video](#)



Manual de Prácticas Responsables para bares

Compartimos con nuestros bares un manual con prácticas responsables para trabajar en los tres ejes: Cero en menores, Cero al volante y Cero excesos.

Mirá el manual online

[Haciendo click aquí](#)

#CeroAlVolante



Somos los voceros de una actitud responsable: si tomo, no manejo. Desde la industria cervecera trabajamos para generar cambios de hábitos positivos en la sociedad. Si bien logramos insertar la figura del conductor designado, seguimos trabajando para concientizar que la gente planifique su salida, porque siempre hay alternativas para evitar tomar y manejar.



Nos aliamos con Luchemos por la vida para construir y transmitir información que les permita a las personas tener el conocimiento necesario para decidir y tener un consumo responsable de bebidas con alcohol.

50% de los siniestros con víctimas fatales se relacionan con el consumo de alcohol

(Fuente: Luchemos por la vida)

En el marco del **Día del Consumo Responsable 2019**, reforzamos nuestro mensaje sobre **#ceroalvolante**: si tomo, no manejo. En distintos puntos del país, salimos a conversar y concientizar sobre la importancia de consumir alcohol en forma responsable llevando al frente la figura del **conductor designado**.

Hacé click para ver el video resumen de la acción.



Comunicaciones de Marketing y autorregulación publicitaria



Código de autorregulación interna

Tenemos una fuerte política de regulación interna para garantizar el cumplimiento de nuestros objetivos de Consumo Responsable:

- ⦿ No dirigir nuestras comunicaciones a menores (ej. actores que parezcan mayores a 25, pedir la fecha de nacimiento antes de ingresar a la página web).
- ⦿ No promovemos beneficios para la salud ni incitamos el consumo antes de realizar tareas peligrosas que requieren toda nuestra atención como manejar.



Etiquetado de productos

Uso seguro del producto

- ① El producto tiene **contenido alcohólico**.
- ② La venta **prohibida a menores de dieciocho años** de edad.
- ③ El abuso de bebidas con alcohol es **nocivo** para su salud.
- ④ El consumo de bebidas con alcohol durante el embarazo, incluso en pequeñas cantidades, **puede dañar seriamente la salud del bebé**.
- ⑤ El consumo de bebidas alcohólicas **perjudica su capacidad para conducir vehículos u operar maquinaria**.
- ⑥ Aclaremos los **ingredientes alérgenos** (trigo, avena, cebada y centeno), según corresponda la receta de cada producto, al final de los ingredientes, en mayúscula y negrita de forma que se resalte del resto del texto.
- ⑦ “**Limpiar la tapa antes de abrir. No consumir directamente del envase**” (en el caso de latas).
- ⑧ Número de atención al consumidor.

Calidad del producto

- ⑨ **No exponer al sol.**
- ⑩ **Conservar en un lugar limpio, fresco y seco.**
- ⑪ **Proteger de aromas agresivos.**

Impacto ambiental

- ⑫ **100% de nuestros envases son reciclables.** En todos nuestros productos tenemos incluido el logo que corresponda: descartable o reciclable.



Programa Valor

Tal como desde hace más de 130 años, tenemos el compromiso de no solo elaborar cerveza de la mejor calidad sino también ser **fuentes de promoción social** por estar involucrados con las comunidades donde producimos y comercializamos nuestras cervezas.

Siempre con la convicción de que no vamos a poder lograrlos solos, sino a través de la articulación público-privada, la colaboración estrecha con autoridades nacionales y gobiernos locales, Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y otras compañías.

Hoy la Argentina atraviesa una situación social compleja y no podemos quedarnos de brazos cruzados. La **pobreza alcanza a 5 de cada 10 argentinos y afecta principalmente a nuestros niños y niñas: 1 de cada 2 es pobre (INDEC, 2020).**



Frente a la problemática social, desde 2019 desarrollamos **Valor**, nuestra plataforma colaborativa de impacto social que busca **fomentar la inclusión y la diversidad para reducir la inequidad social y construir una Argentina mejor.**

Objetivos a 2025



Conectar, capacitar y fortalecer al 100% de las organizaciones sociales que se enfocan en nutrición, educación y empleabilidad en el país.



Transformar la nutrición en el 100% de los comedores sociales de la Argentina.



Formar líderes comunitarios para el desarrollo local.

Valor en cifras

Conocé más sobre Valor
en www.proyectovalor.com.ar

Haciendo click aquí

Impacto Valor

3

Ejes de acción



Educación



Empleabilidad



Nutrición

8

Objetivos de Desarrollo Sostenible
de la ONU en los que impactamos
con Valor.

11

Módulos de aprendizaje contiene el
Programa de la Excelencia para OSC.

Resultados Valor 2020



5.759

personas que trabajan en Cervecería y Maltería Quilmes involucradas en mejorar sus comunidades.



17.200

OSC registradas en el país que trabajan los ejes de nutrición, empleabilidad y educación y que queremos conectar con Valor.



50.000

personas participaron del programa de fortalecimiento en gestión.



44.560.000

argentinos y argentinas beneficiados, si logramos entre todas las personas reducir la inequidad social.



7 OSC

finalizaron el programa de fortalecimiento en gestión y recibieron capital semilla.

90% de las OSC están lideradas por mujeres.



13

personas que trabajan en Cervecería y Maltería Quilmes se sumaron como voluntarios.



49

organizaciones sociales fortalecidas.



130

instituciones en más de 30 ciudades fueron beneficiadas con el Plan de Ayuda Humanitaria.

Durante 2020 trabajamos con el Barrio Itatí y Villa Azul, en el partido de Quilmes, pero tenemos el objetivo de escalar el programa a nivel federal y llegar a todas las comunidades del país.

Impulsamos el fortalecimiento de los líderes que trabajan para el progreso de sus comunidades, facilitando herramientas de gestión para fomentar su desarrollo social y económico.



Por qué

Hoy en Argentina

1 DE CADA 2 CHICOS/AS ES POBRE

Fuente: INDEC, 2020

Dónde

Valor impulsa el desarrollo de todas las comunidades y busca escalar a las OSC de todo el país.



Cómo



Fortalecimiento de OSC

Programa de mentorío en gestión a través de una plataforma abierta online de 11 módulos.



Desarrollo territorial

Negocios sociales, acciones de voluntariado y distintos programas continuos en la comunidades.



Ayuda humanitaria

Programa de asistencia y donaciones a nivel federal enfocado en iniciativas sanitarias y comunitarias.



Emprender Valor

Talleres orientados a líderes comunitarios para aprender a emprender.

Quiénes



100+

Valor forma parte de la plataforma 100+ Sustentabilidad de Cervecería y Maltería Quilmes.



CONCIENCIA

Asociación Conciencia es la organización mediadora que facilita el encuentro con las OSC.



UNLaM
Universidad Nacional de La Matanza

El Observatorio Social de la Universidad Nacional de La Matanza acompaña en el desarrollo académico de las mentorías.

Itatí



Primera comunidad parte de Valor

Siguiendo el sueño de Valor, trabajamos con las Organizaciones y la comunidad del barrio Itatí.

18.270

vecinos de Itatí y Villa Azul impactados.

2

socios estratégicos

Asociación Conciencia y el Observatorio Social de la Universidad Nacional de la Matanza.

7

organizaciones de Itatí y Villa Azul involucradas.

13

embajadores de Cervecería y Maltería Quilmes como mentores de las organizaciones.

10

Emprendedoras sociales fortalecidas.

1

Primera etapa: Valor trabaja en el barrio de Itatí, en el partido de Quilmes. Allí viven 18.270 personas en 4.950 hogares. En Itatí hay serias dificultades sobre los tres ejes que trabaja Valor: **Educación, Nutrición y Empleabilidad.**

- ✓ El 72% de los mayores de 18 no alcanzaron nivel de secundaria completa
- ✓ EL 86% de los hogares tienen ingresos por debajo de la canasta básica de un hogar tipo
- ✓ Solo el 26% de la población adulta tiene ocupación plena formal

2

Segunda etapa: Valor se escalará a otras comunidades del país.

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Alianzas estratégicas

- ✓ **Evelina Cabrera**, embajadora Valor.
- ✓ **Micaela Urdínez**, redactora guía para los embajadores.
- ✓ El **Observatorio Social de la Universidad Nacional de La Matanza** nos acompañó en el desarrollo de los módulos del programa de Fortalecimiento de Gestión.
- ✓ **Asociación Conciencia** es la organización mediadora que facilita el encuentro de Cervecería y Maltería Quilmes con las organizaciones de base.
- ✓ **Iván Pavelic**, fundador de la empresa B Swahili, es el encargado de los talleres de Emprender Valor.

Fortalecimiento de OSC

Desde Valor ponemos a disposición de todas las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) de Argentina un **Programa de Excelencia de Gestión**, un espacio virtual, abierto y gratuito que cuenta con herramientas de autoaprendizaje en gestión, 11 módulos de capacitación, material audiovisual, ejercitación y distintas herramientas especialmente por los equipos profesionales de Cervecería y Maltería Quilmes, el Observatorio Social de la Universidad Nacional de La Matanza y la Asociación Conciencia.

- ✔ **7 organizaciones** del Barrio Itatí, Partido de Quilmes
- ✔ Programa de **mentoreo de 10 meses** a OSC por parte de voluntarios de Quilmes.
- ✔ **11 módulos disponibles** de forma gratuita en la plataforma virtual abierta.
- ✔ **4hs de mentoreo por mes** a cada OSC.



Desarrollo territorial

Trabajamos para el desarrollo territorial de las comunidades con el fin de lograr mejoras significativas en los tres ejes: Nutrición, Empleabilidad y Educación.

Algunos de los programas son:

- ✔ Escuela de fútbol para niñas a cargo de profesoras de la Asociación de Fútbol Femenino de la Argentina (AFFAR).
- ✔ Capacitaciones profesionales y talleres de empleabilidad, y búsquedas laborales de Cervecería y Maltería Quilmes.
- ✔ Talleres de prevención de alcohol en menores junto a EIDOS.
- ✔ Jornadas solidarias y acciones recreativas junto a voluntarios de la compañía.



Emprender Valor

Nos importan las personas y buscamos que cada una pueda desarrollar su mejor versión para poder contagiar a su entorno cercano de manera positiva.

Por eso, desde la plataforma de Valor impulsamos distintas acciones para que las personas puedan aprender a emprender, sumar capacidades para tomar iniciativas propias e incorporar nuevos conocimientos para innovar en sus proyectos personales.

Llevamos adelante un Taller de oficios junto a Iván Pavelic, fundador de Swahili. Se realizaron encuentros virtuales semanales junto con mujeres de las organizaciones de Itatí que aprendieron a reutilizar materiales y crear productos, con el fin de generar una oportunidad de emprendimiento y futuro negocio.



Taller de oficios



Talleres con
foco en nutrición



Capacitaciones
sobre nuevas
tecnologías



Formaciones en
emprendedurismo



Resiliencia comunitaria

Ante el desafío que enfrentamos con la pandemia por COVID-19, desde Valor priorizamos la salud de todas las personas y nos dispusimos a colaborar, acompañar y trabajar juntos para quienes más lo necesitan. Por eso, articulamos el plan de ayuda humanitaria “Entre todos, lo damos vuelta” a nivel federal y enfocado en iniciativas sanitarias y comunitarias.

“Entre todos, lo damos vuelta”, un mensaje que integra el espíritu colaborativo del proyecto, la unión de toda la cadena de valor, el lugar esencial que ocupan las personas dentro de la compañía y el compromiso de todos los que participaron.

Nos preguntamos **¿qué puede hacer una empresa de cerveza para aportar a nuestro país?** Como respuesta, decidimos adaptarnos rápidamente y pusimos nuestros recursos y nuestro ecosistema al servicio de todos los argentinos. Nos planteamos siete premisas para abordar cada acción frente a la crisis:

- 1 Que esté relacionada con nuestro negocio.
- 2 Que responda a una necesidad del contexto.
- 3 Que involucre a nuestra operación.
- 4 Que sea colaborativa con la cadena de valor.
- 5 Que articule con el sector público y con organizaciones de la sociedad civil.
- 6 Que impulse la economía circular.
- 7 Que sea fuente de inspiración para otros privados.

La ayuda se basó en nuestra especialidad: los ingredientes naturales y la articulación de diferentes sectores para generar un impacto positivo dentro de las comunidades.

Porque nuestra pasión es la cerveza, transformamos nuestros ingredientes en oportunidades para enfrentar los impactos de la pandemia COVID-19.

Cerveza

El alcohol fue clave en el contexto. Produjimos alcohol sanitizante y en gel destilado a partir del mosto cervecero.

Agua

La integridad de la cerveza. Para hospitales públicos y comunidades vulnerables.

Cebada

El alma de la cerveza. Pan con cebada para las familias que lo necesitan.



Resiliencia comunitaria



+ 130

instituciones asistidas



200.0000

botellas de alcohol al 70%.



1.000.000

panes de harina de cebada



1.000.000 litros

de agua mineral



1.300

viandas diarias durante 10 meses.



600

camas de PET reciclado para internación



10.000

protectores faciales



10.000 kits

de limpieza y alimentos



10.000

antiparras, guantes y trajes de bioseguridad



50.000 platos

elaborados con cebada perlada.

Más de 30 ciudades y municipios de todo el país alcanzados: Avellaneda, Berazategui, Bariloche, CABA, Córdoba, Corrientes, Exaltación de la Cruz, Fernández Oro, Godoy Cruz, Lanús, La Matanza, Mar del Plata, Mendoza, Rosario, Tucumán, Quilmes.

El objetivo principal fue generar impacto positivo en las comunidades vulnerables, en el personal de salud y en la cadena de valor de la compañía, además de colaborar con lo necesario en cada una de las etapas de la cuarentena.

El esfuerzo colectivo permitió **dar respuesta a las urgencias de nuestra sociedad** con donaciones para el personal de la salud, hospitales públicos, salas de atención primaria, bomberos voluntarios, comedores y centros comunitarios, entre otros.

Trabajamos todas estas iniciativas con OSC



Propiedades de la cebada

- ☑ Alimento rico en fibras
- ☑ Aporta proteínas que ayudan a ganar masa muscular
- ☑ Proporciona beneficios para la salud digestiva e intestinal



Resiliencia comunitaria

Entre otras organizaciones de todo el país y también con los gobiernos locales para responder al desafío sanitario, económico y social.



Ayuda Sanitaria

Alcohol sanitizante: con el destilado de alcohol que usamos para las cervezas, producimos 200.000 botellas de alcohol sanitizante 70%, junto a Restinga.

Kits de protección médica: donamos 10.000 kits de anteojos de protección, guantes y trajes de bioseguridad para personal de salud.

Protectores fáciles de uso sanitario: junto al Centro de Investigación aplicada UNRaf Tec. de la Universidad Nacional de Rafaela, producimos protectores faciales para el personal de salud.

Camas de plástico reciclado: en asociación con 4E Ambiente Consciente y La Ciudad Posible (empresa B) producimos y donamos 600 camas de plástico reciclado para equipar los centros de emergencia.

Prácticas de seguridad e higiene: junto a Bromatología en casa, capacitamos a 3.000 bares y restaurantes sobre medidas de bioseguridad para las futuras reaperturas de locales. Además donamos más de 10.000 kits para puntos de venta y lanzamos MenuDigital.com para evitar el traspaso del menú físico.



Ayuda Comunitaria

Agua: donamos alrededor de 1.000.000 de litros de agua a hospitales públicos, salas de atención primaria y a las comunidades vulnerables.

Viandas: en alianza con Fonte D'Oro (empresa gastronómica de Mar del Plata), donamos a los sectores más vulnerables 1.300 viandas diarias. También las elaboramos en nuestro Parque Cervecerero, en los bares Patagonia y el comedor de la cervecería Zárate.

Pan: utilizamos nuestra materia prima y transformamos la cebada cervecera en pan de cebada para entregar 10.000 unidades diarias, en alianza con Banco de Alimentos y Caritas.

Cebada Perlada: junto con Nilus y Asociación Conciencia, donamos más de 50.000 platos hechos con este ingrediente por medio de la acción Valor en la mesa.

Contención a los adultos mayores: nos unimos a #SomosQuilmes y #MayoresCuidados con el apoyo voluntario de nuestros colaboradores.

El poder transformador de nuestras marcas, también en cuarentena

Hace 130 años trabajamos comprometidos con nuestras comunidades y buscamos ser un puente de promoción social. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 fue un desafío. Para nosotros, las comunidades cercanas a cada una de nuestras cervecerías, malterías, plantas de gaseosas y centros de distribución son muy importantes. Por ello buscamos dar soluciones y oportunidades a las comunidades.



Ponete la 10

Invitamos a las personas a colaborar con los complejos de fútbol afectados por la cuarentena a través de la aplicación "Alquilá tu cancha" donde ofrecimos realizar una pre compra del alquiler de una cancha de fútbol. Nosotros abonamos el 50% y además regalamos Quilmes Clásicas para después del partido.



Quilmes Rock 2020

Hicimos una versión virtual de nuestro festival con más de 60 artistas en pantalla y un objetivo solidario. **Alcanzó en dos días el equivalente a 26 estadios River en espectadores.**

Junto a la Asociación Conciencia el público pudo donar dinero destinado a la compra de elementos de limpieza, alimentos y material educativo para familias en situación de vulnerabilidad y también para trabajadores de la industria musical afectados por el contexto.



Fútbol por la Gente

Los clubes River, Boca, Racing, Independiente, San Lorenzo, Newell's, Rosario Central, Belgrano de Córdoba, San Martín, Atlético Tucumán, Sacachispas y Quilmes se unieron para colaborar con el plan de acción de la Cruz Roja Argentina. Rifaron reliquias exclusivas de sus clubes y lo recaudado se donó a la Cruz Roja para asistir a las familias que más lo necesitaban por la pandemia.

+ 130.000 personas visitaron el sitio para participar de las rifas



Disfrutar cuidándonos

Los packs de Brahma ahora traen *stickers*, para evitar confusiones y que cada uno pueda identificar su lata.



Fabricando Trap

Brahma presentó la iniciativa que reunió a referentes del trap argentino en un *streaming* de cuatro horas y a través de una alianza con Fundación Sí, lo recaudado se destinó a jóvenes en situación de vulnerabilidad con el objetivo de que continúen su desarrollo académico. 70.000 personas vivieron la experiencia en vivo por YouTube y la replicaron en otras redes, alcanzando a más de 9.3 millones de usuarios.



EDICIÓN LIMITADA

1.000 tapabocas de regalo con 4-pack a través de Craft Society.

\$100.000

fueron donados a la Cruz Roja Argentina.



#StaySafe

Se creó #StaySafe en alianza con AY NOT DEAD, una edición limitada de 5 modelos de tapabocas que se regalaron con la compra de un pack de cerveza en las plataformas de venta online Craft Society y AppBar. Por cada kit tapabocas vendido realizamos una donación de \$100.000 a la Cruz Roja Argentina para contribuir con las necesidades de la lucha contra el COVID-19.



Viandas solidarias

Junto a **Temple Bar** donamos viandas para mujeres que sufrieron violencia de género y abandonaron su hogar durante la pandemia. La coordinación se hizo junto al **Ministerio de las mujeres, Géneros y Diversidad**.



Viajes con conexión

Corona reservó **1.200 noches** por todo el país (100 paquetes para 4 personas cada uno por 3 noches) con el fin de apoyar al turismo nacional.

Costumbres Argentinas

Presentamos “Costumbres Argentinas”, un video protagonizado por Guillermo Francella con **un mensaje sobre responsabilidad y solidaridad destinado a concientizar** a todos los argentinos sobre la situación que atravesamos.



Nuestra gente

Las personas en el centro

Tenemos un firme compromiso con el desarrollo, la salud, la seguridad y el bienestar de todas nuestras personas. Trabajamos en programas internos para asegurar que quienes trabajan en la compañía puedan realizarse, desarrollar todo su potencial y se sientan libres de ser como son para que puedan así alcanzar su mejor versión.

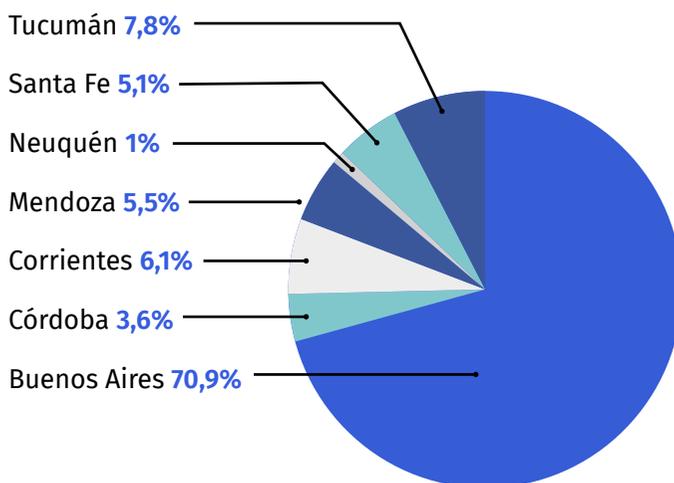


5.759
colaboradores
4.958 hombres, 801 mujeres

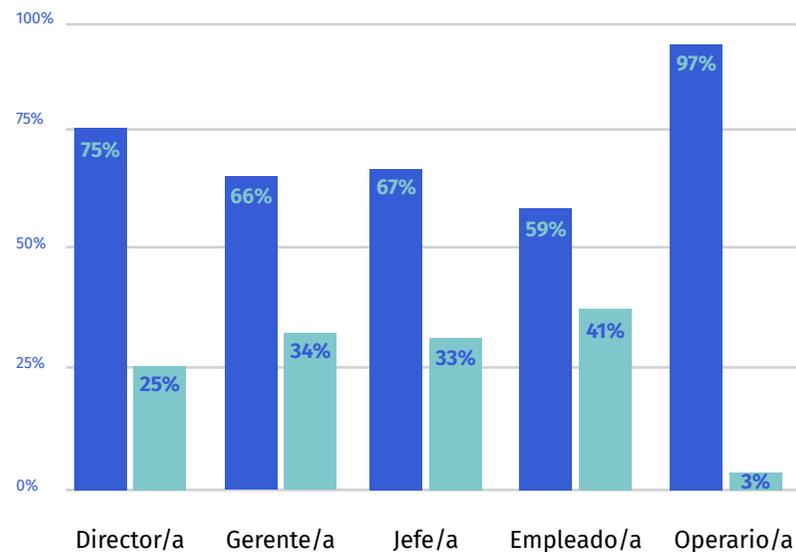


588 nuevas
contrataciones

Fuente de empleo federal



Diversidad por categoría laboral



Conocé más sobre nuestro equipo durante 2020

La salud y seguridad de nuestra gente son prioridad



Desde el primer día de la pandemia implementamos todas las medidas de prevención e higiene necesarias para proteger a nuestros equipos. Establecimos 3 prioridades:



Salud y bienestar



Proteger el empleo



Acompañar a nuestros equipos

Nos reorganizamos para operar de manera remota y minimizar la presencialidad en cada centro de trabajo. De este modo, en muy poco tiempo logramos que **el 65% de nuestros equipos trabajaran desde sus casas.**



65% de los colaboradores trabajan desde sus casas.

Hacé click para mirar el video y conocer más sobre las medidas de seguridad e higiene que implementamos

Para guiar a nuestros equipos, definimos las siguientes orientaciones generales:

- ✓ Reorganizamos a los equipos en células de trabajo.
- ✓ Cada persona asistió a un entrenamiento de seguridad e higiene.
- ✓ Realizamos un *toolkit* general con todas las indicaciones y otro específico para que los líderes acompañaran a sus equipos.
- ✓ Preparamos un kit de bienvenida: alcohol en gel, tapabocas y toallas desinfectantes.

Además, adaptamos nuestras cervecerías, plantas de gaseosa, centros de distribución y oficinas para proteger la salud de nuestra gente.



Nuevas metodologías de trabajo

La **agilidad se volvió fundamental**: trabajar con equipos dinámicos, multidisciplinarios, autónomos y colaborativos que se adapten al cambio y pongan a las personas en el centro para satisfacer sus necesidades y resolver sus problemas.

Desde el área, en poco tiempo transformamos y adaptamos rutinas, esquemas de trabajo y procesos para acompañar a nuestros equipos en este contexto.

Todo esto fue posible gracias al proceso de transformación digital que veníamos atravesando y a las herramientas tecnológicas con las que contábamos: **ZOOM, Onedrive y Teams, entre otras.**

Esquema de reuniones

Repensamos la frecuencia y el formato de las reuniones de trabajo, más cortas y tácticas, con objetivos claros y herramientas definidas.



Reunión de decisión

2 a 8 asistentes
30-60 min.

Objetivo: decisiones de corto plazo



Reunión de brainstorming

3 a 18 asistentes
30-120 min.

Objetivo: construir colaborativamente.



Reunión de comunicación

2 a 2.000 asistentes
30-60 min.

Objetivo: informar y actualizar.



Reunión de equipo

2 a 15 asistentes
30-60 min.

Objetivo: estar cerca del equipo y dar *feedback*.

- ⌚ Las reuniones no pueden agendarse antes de las 10 am. Tampoco entre las 13 y las 14 hs, para respetar el horario del almuerzo, ni después de las 17 hs.
- ⌚ Implementamos un día sin reuniones para dedicarle tiempo a aprender y a estar con nuestros equipos.

+ Implementamos



Clases de yoga



Entrenamiento funcional



Pura Mente: una plataforma de meditación y *mindfulness* con paquete *premium* ilimitado.

+1.800 sesiones de meditación

+ Enviamos



KITS tecnológicos

crédito de \$10.000 para que cada persona pueda comprar las herramientas necesarias y equiparse en este contexto.



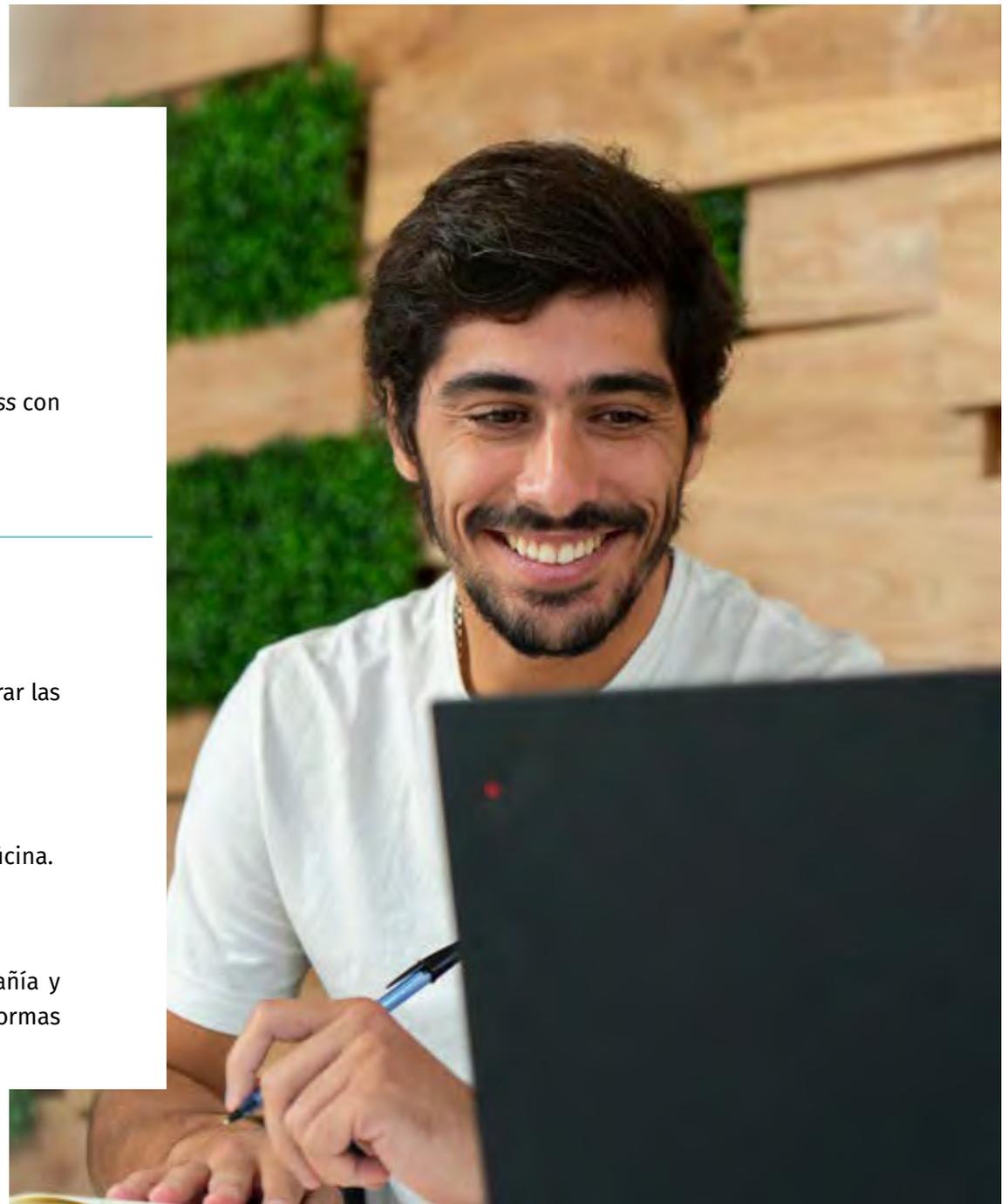
Sillas ergonómicas

para trabajar en casa con la misma comodidad de la oficina.



Productos gratis

es un beneficio para todas las personas de la compañía y ahora les llega a sus hogares a través de nuestras plataformas de *e-commerce*.





Estar cerca en cuarentena

Programa de Asistencia al Empleado (EAP)

Asesoramiento gratuito y confidencial para nuestros colaboradores y su familia disponible las 24 horas, los siete días de la semana.

Encuesta de Salud

Dos veces por semana nuestros equipos deben responder una encuesta de salud física y mental con el objetivo de monitorear los posibles casos de COVID-19 y, al mismo tiempo, cuidar su salud mental.

La primera semana el 60% respondió que se sentía “bien/tranquilo”. **Hoy es el 90%.**



Encuesta anual de clima: ¡Queremos escucharte!

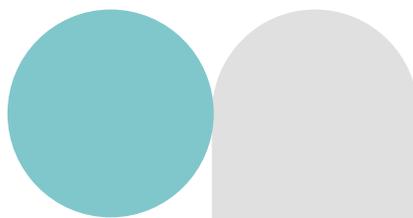
- ☑ **Pulso:** en la primera mitad del año realizamos una medición breve para evaluar el impacto de las acciones que tomamos a partir de la encuesta anual.
- ☑ **Anual:** más de 50 preguntas divididas en 10 dimensiones, con temáticas que van desde la estrategia general de la compañía hasta el ambiente de trabajo.

89% de las personas respondieron positivamente nuestro índice de clima, con lo que logramos un récord

93% recomendaría a nuestra compañía como un buen lugar para trabajar

Encuesta de COVID-19

Para saber cómo se sentían y actuar de manera ágil.





100+ Diversidad e inclusión

Nuestro objetivo es que el 100% de las mujeres y hombres que trabajan en la compañía tengan las mismas condiciones, responsabilidades y oportunidades.

Autenticidad

CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES

Para avanzar en este objetivo creamos Autenticidad, nuestro programa de diversidad e inclusión que busca generar un ambiente donde todas las personas sean respetadas, aceptadas y valoradas logrando así alcanzar su mejor versión.

Queremos construir **espacios de trabajo flexibles, inclusivos, abiertos**, donde las personas puedan aportar desde su autenticidad.

Trabajamos en tres pilares transversales:

- ✓ **RESPECTO:** porque sin respeto, todo lo demás carece de sentido. Sin comentarios, sin chistes, sin nada que atente contra la autenticidad de alguna persona.
- ✓ **SIN ETIQUETAS:** los productos tienen etiquetas, no nuestra gente. Al no tener etiquetas, es cuando podemos ser como elegimos.
- ✓ **ORGULLO:** la mejor manera de abrazar la diversidad es sentir orgullo de ella. Las diferencias existen, reconozcamos que están ahí para ayudarnos a ser mejores y respetémoslas.



Comité de Autenticidad

Creamos un Comité integrado por el presidente de la compañía, y cargos de vicepresidencia, dirección y gerencia que se reúnen mensualmente para darle agilidad a las iniciativas de Autenticidad.

Grupos de trabajo interno

Formamos Grupos de Recursos para Empleados, una comunidad en la que participan personas de manera voluntaria con el objetivo de plantear inquietudes y acciones para fomentar un lugar de trabajo diverso e inclusivo.

- ☑ Women in Beer: enfocado en la igualdad de género
- ☑ Lager: sobre temáticas de diversidad sexual
- ☑ IPA: con foco en personas con discapacidad
- ☑ AMBER: focalizado en la diversidad de edad



Alianzas



Somos auténticos

Para lograr nuestro objetivo de que todas las personas puedan desarrollar su mejor versión, en Autenticidad tenemos cuatro grupos de trabajo:



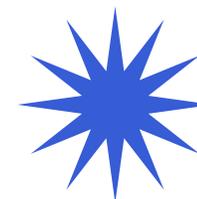
Capacitaciones

Entrenamos y capacitamos a nuestra gente porque este camino que iniciamos implica aprender constantemente.



+600

talleres de aprendizaje



Tour de Autenticidad

Con el objetivo de llevar los conceptos de diversidad e inclusión a todas nuestras operaciones, darles visibilidad a las acciones realizadas y reforzar el rol de cada persona en el día a día, realizamos el Tour de Autenticidad en todos nuestros centros de trabajo.

También dimos charlas en la Federación Argentina de Trabajadores Cerveceros y Afines (FATCA).



+1.700 personas



Todos los centros de trabajo



55 charlas

Campañas internas

Buscamos generar un cambio cultural cuya base es el respeto a todas las personas. Para lograrlo, una de las herramientas en las que nos apoyamos es la comunicación.



#NoEsChiste

Lanzamos esta campaña con el objetivo de visibilizar comentarios ofensivos y transformarlos en oportunidades de aprendizaje.

+40% Récord de engagement, comparada al resto de las campañas internas



#Desestereotipate

En el Mes del Orgullo, invitamos a Maia Debowicz para crear una acción que nos ayudara a derribar estereotipos y transformarlos en oportunidades de aprendizaje



Género

Implementamos iniciativas en pos de la igualdad de género.



El 100% de las mujeres y hombres **reciben la misma remuneración** ante la misma categoría laboral*



El 21% del directorio está compuesto por mujeres

Apoyamos los Principios para el Empoderamiento de la mujeres



2018: Adherimos a los 7 Principios para el Empoderamiento de las Mujeres.

2019: Armamos un plan de acción junto a ONU Mujeres y fuimos una de las 14 empresas reconocidas por haberlo implementado.

2020: Participamos del Premio WEP's Argentina 2019 "Empresas por ellas" y quedamos entre los 31 finalistas.

* Para las categorías gerente/a, jefe/a, empleados/as. Metodología de cálculo: cociente entre el sueldo básico de hombres y el sueldo básico de mujeres. Categorías laborales: gerencias, jefaturas, colaboradores y operarios.

Políticas de género e inclusión

RESPECTO: garantizar que todas las personas puedan prosperar en un lugar de trabajo inclusivo, libre de todas formas de discriminación y acoso.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN: valoramos y respetamos las diferencias que hacen única a cada persona.

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE: fomentamos que nuestros proveedores asuman los mismos compromisos que la compañía.

EQUIDAD SALARIAL: se establece con relación a la media del mercado en función de la antigüedad y la performance individual sin importar género, edad, orientación sexual, etc.

VIOLENCIA DE GÉNERO, DOMÉSTICA Y LABORAL: protocolo de acción para casos de violencia de género, que incluye una licencia de hasta 14 días para las mujeres que atraviesan esta situación, un adelanto de hasta dos sueldos y asistencia psicológica.

Espacio de trabajo



Mejoramos las cinco salas de lactancia que tenemos y asumimos el compromiso de construir una en cada centro de trabajo donde haya una persona gestante.

SOMOS

Taller de formación y mentoreo enfocado en crear dentro de la compañía una comunidad de mujeres que se basa en la sororidad y el empoderamiento.

VOS+ Familia

Porque nuestro objetivo es acompañar a todas las personas de la compañía en los momentos más especiales de sus vidas, definimos políticas con ese objetivo, para que puedan disfrutar más junto a sus seres queridos:

- ✓ Licencia por maternidad extendida
- ✓ Post licencia por maternidad o cuidador primario
- ✓ Licencia por paternidad extendida 45 días
- ✓ Licencia por adopción
- ✓ Reintegro por guardería
- ✓ Programa de madrinas
- ✓ Regalo por casamiento y/o nacimiento

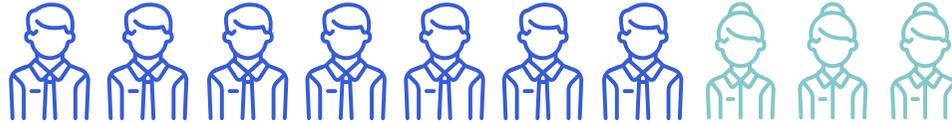
Vitrificación de óvulos

Cubre el 70% del tratamiento para mujeres con más de 32 años y hasta 10 días de licencia para que lo puedan realizar.

Licencia por fertilización in vitro

Ofrecemos 10 días de licencia por año, no necesariamente de corrido, y asistencia psicológica del Programa de Asistencia al Empleado.

Licencias parentales



Hombres **43**

Mujeres **15**

El **94%** de los colaboradores y colaboradoras que ejercieron la licencia parental se reincorporaron y retuvieron su empleo.

Decime feliz día

Blasfemia se sumó a la causa por la igualdad de género con su campaña por el día de la mujer visibilizando las problemáticas generales que las afectan hoy en día.



LGBTIQ+

Creemos que todas las personas debemos aceptar, respetar y valorar todas las formas de diversidad sexual que existen. Para ello, elaboramos un plan.

Compromiso

En el Mes del Orgullo decidimos hacer público nuestro compromiso con las personas LGBTIQ+ por medio de nuestro presidente, porque creemos que debemos asumir un rol activo como agentes de cambio.

- ✓ **Certificamos nuestras oficinas** en CABA como espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual a través del programa BA Convive.
- ✓ **Protocolo de transición de género.** Elaboramos nuestro protocolo de acción para procesos de transición de género junto a Adrián Barreiro, especialista en diversidad e inclusión, con el fin de generar una herramienta para acompañar a las personas que están atravesando este cambio.

Capacitación

Realizamos **charlas con expertos** sobre la temática con el objetivo de comprender la situación que atraviesan las personas LGBTIQ+.

El poder de nuestras marcas

Brahma participó de la Marcha del Orgullo y Budweiser hizo un comercial en el que invitó a que todas las personas en Argentina participen de la marcha en nombre de aquellas que viven en países donde no son aceptadas.

Nuestros compromisos frente a las personas LGBTIQ+



Discapacidad

Queremos proveer accesibilidad y fomentar que nuestro lugar de trabajo sea inclusivo para todas las personas.

Nuestro camino hacia la igualdad



Entrenamiento

Enero y febrero:
Talleres sobre el tema

Junio:
Capacitaciones



Búsqueda laboral

Junio y Julio:
Publicación de búsquedas en Inclúyeme

Cadena de valor
Alianzas con organizaciones referentes en el tema



Concientización

Agosto:
Contratación de personas y soporte para líderes y equipo sobre estas incorporaciones



Adaptación

Certificado de ALPI

Certificaciones

En 2020 certificamos con ALPI nuestras oficinas directas de Pompeya, CSO, Santa Fe, Mar del plata y Estructura Central, y empezamos las obras en las oficinas de Córdoba, Rosario, Planta Zárate y Planta Sur, Planta Manantial, Planta corrientes y Mercado Central.



Concientización

- ☑ Nos asociamos con Inclúyeme y realizamos talleres iniciales y funcionales para el área de recursos humanos.
- ☑ **+80 personas capacitadas.**



Edad

Queremos que todas las personas se sientan relevantes y desafiadas para agregar valor más allá de su edad.

Capacitación



Junto con Diagonal realizamos un ciclo de **charlas abiertas** con el fin de concientizar sobre los sesgos y las dificultades que enfrentan las personas con más de 45 años en el ámbito laboral.

Políticas de selección

Removimos la edad como requisito de todas nuestras búsquedas y entrenamos a nuestros equipos selectores en sesgos inconscientes.

Programa de Reconocimiento

Desarrollamos el programa para aquellas personas con más de 10 años de antigüedad en la compañía con el fin de valorar el tiempo y la experiencia.

[Hacé click para ver el video](#)



¿Cómo es el proceso de selección?

No creemos en los requisitos, sino en las competencias de cada persona, entendidas como las capacidades propias combinadas con el conocimiento, las habilidades y las actitudes.

Por eso, decidimos sacar todos los requisitos de nuestras búsquedas. No importa la edad, la carrera o la universidad. Tampoco si saben o no inglés. Si cierto idioma es necesario para el rol, la compañía financia las clases.



Utilizamos **GUPY**, un sistema que nos permite hacer dinámicas online, realizar un seguimiento de los candidatos en cada etapa e incorporar inteligencia artificial para brindarles la mejor experiencia.



¿Cómo son nuestros programas y cómo los adaptamos?
100% virtuales.

Con el objetivo de reducir nuestros sesgos inconscientes, quitamos el CV del proceso y lo reemplazamos por una ficha online de los candidatos basada en las competencias detectadas en cada etapa gracias al test de *cognisess*, que nos permite evaluar más de 100 comportamientos por medio de distintos juegos interactivos.

Pasantías para personas que están cursando los últimos años de su carrera universitaria y buscan dar sus primeros pasos en el mundo laboral. La última etapa es un *Beer Challenge*, un evento grupal donde los candidatos aprenden nuestro negocio e interactúan mediante diferentes dinámicas.



Ingresaron **57 pasantes**

Trainees: pensado para graduados o estudiantes en el último año. Buscamos desarrollar líderes y brindarles herramientas para obtener una visión integral del negocio. El programa se divide en cuatro verticales: Comercial, Industrial y Logística, Tecnología y *Global Management Trainee Program*.



Se postularon **más de 10.000** personas



Ingresaron **32 Trainees** y **3 GMTs**



MBA Global: apuntado a profesionales argentinos que están estudiando MBAs. Nuestro objetivo es repatriar al talento argentino repartido por el mundo.

 **10 eventos virtuales** con universidades en Estados Unidos y Europa

 **20 espacios de charla con GMBAs** de camadas anteriores

Referentes en empleabilidad: en un contexto tan complejo, quisimos aportar y estar cerca de quienes buscan trabajo, por eso hicimos la primera Feria de Empleo, dos jornadas con el objetivo de brindar herramientas necesarias para insertarse laboralmente. Además, dimos a conocer más de 200 puestos. Participaron:

 **+16.000** personas

 **4.900** vistas en vivo

 **+32.000 visitas** en YouTube

 **+1.000 entrevistas** con una instancia de *feedback*

¿Cómo adaptamos nuestro proceso de selección?

Durante la pandemia nuestros procesos de selección siempre se mantuvieron activos, incluso implementamos una célula de **Hunting**, con el objetivo de conocer a los candidatos proactivamente y entender sus necesidades.

 **+580** ingresos durante 2020

 **+200** estudiantes alcanzados

IBOARDING: Conectando experiencias a lo largo y ancho de nuestro país.

La cuarentena nos dio la posibilidad de ser a-geográficos. Para acompañar a quienes se sumaron a la compañía, hicimos las instancias de inducción y cultura de manera virtual logrando que participen en una misma sesión personas de diferentes centros de trabajo.

Conocé más sobre la selección y rotación de nuestro equipo durante 2020

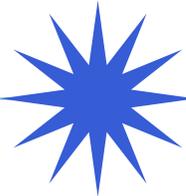
[Haciendo click aquí](#)

Desarrollo de nuestra gente

Estamos convencidos de que el talento se forma y se desarrolla.

Redefinimos las habilidades del futuro y las estructuramos en 3 grandes ejes:

- ☑ **Soñar en grande:** curiosidad, ambición, audacia, innovación.
- ☑ **Desarrollar a las personas:** formar equipos con empatía, inclusión, humildad y comunicación.
- ☑ **Vivir nuestra cultura:** resiliencia, agilidad, aprendizaje continuo, transparencia, excelencia y pensamiento crítico.



Etapas de desarrollo



Evaluación de competencias



Creación del PDP



Reunión de *feedback*



Reunión de *feedback*



Reuniones de OPR



Actualización del PDP

PDP: Plan de desarrollo del empleado / OPR: Organization People Review

Ciclo anual de gente en el marco de Covid-19



Decidimos acelerar mejoras que teníamos pensadas para el proceso, evolucionando hacia un modelo más simple, ágil, eficaz y orientado a las personas.

Al final del ciclo de OPR, a cada persona se le comunica su categoría y se actualiza en conjunto el plan de desarrollo personal.

- ✔ **Mover:** promoción
- ✔ **Excelling:** seguir desarrollándose en su rol actual
- ✔ **Newcomer:** nuevo en la compañía
- ✔ **Under performer:** recuperar

- ✔ **440 líderes** con entrenamiento en sesgos inconscientes previo a las reuniones para garantizar objetividad
- ✔ **177 reuniones** de performance
- ✔ **100%** nuestra gente recibió una evaluación de desempeño

A su vez, incorporamos un nuevo algoritmo para hacer evaluaciones más objetivas y que las y los líderes tengan mayor visibilidad e información. El algoritmo OPR 10x analiza toda la información de una persona y en función de eso propone una calificación.



Aprendizaje y formación

Los valores que buscamos para construir esta cultura de aprendizaje son la colaboración, la experimentación, la mente abierta y la actitud. El poder aprender constantemente es fundamental, por eso la formación de nuestra gente está en el centro de nuestra atención.



Quilmes Campus es nuestra plataforma de aprendizaje continuo, un espacio para que nuestra gente aprenda haciendo, donde el aprendizaje se aborda de forma integral y colaborativa, con referentes especializados y a través de plataformas digitales como *LinkedIn Learning*.

Durante la cuarentena lanzamos Campus #EnRed, una actualización de la plataforma, que nos permitió seguir aprendiendo en conjunto.

CAMPUS #EnRed

Portal de aprendizaje colaborativo: generamos un espacio donde cada persona pueda cargar contenido sobre temas de interés en diferentes formatos.

Charlas Quilmes Campus: encuentros que abordan temáticas variadas como salud mental, bienestar, familia, negocio.



+30 charlas



+3.500 personas participaron con un NPS de 75

Pilares de Aprendizaje

Transformamos nuestro esquema de entrenamientos para crear una nueva experiencia de aprendizaje virtual.

Liderazgo: en el contexto actual, el rol del líder se tornó aún más fundamental. Por eso, con el objetivo de acompañarlos y estar cerca, este año ampliamos la cantidad de entrenamientos en sus diferentes niveles: autoliderazgo, liderando personas, liderando equipos, liderando transformaciones y liderando el futuro.



+1.600 personas capacitadas

Conocimiento Funcional: reforzamos nuestras alianzas con reconocidas instituciones y creamos academias virtuales para cada área.



+15 academias funcionales

con diferentes formatos: podcasts, notas, charlas TED y cursos online, entre otros.



+1.500 personas participaron

Transformación Digital: junto con el área de Tecnología y en alianza con Digital House, creamos:

✔ **Digital Mindset Program:** ofrecimos una serie de webinars abiertos sobre diferentes temáticas claves para entender la transformación digital y empezar a evolucionar nuestro *mindset*. Hablamos de diseño UX, innovación en negocios y habilidades críticas, entre otras.



Participaron **+500 personas**

✔ **Data Analytics Academy:** es un programa de cinco módulos, donde se habla sobre *digital analytics* y *machine learning*, entre otros.



Participaron **+400 personas**



Orgullo por lo que hacemos

Queremos que todas las personas conozcan en profundidad nuestros ingredientes, procesos de elaboración y se conviertan en embajadores internos. Durante la pandemia creamos:



✔ **#Apasionados:** realizamos varios encuentros virtuales con nuestras maestras y maestros cerveceros.



✔ **10 minutos cerveceros:** un espacio en la reunión con nuestro presidente para conversar sobre lo que más nos apasiona: la elaboración de cervezas.



Aprendizaje en tiempos de COVID-19



- ☑ **BECAS #CampusEnRed:** buscamos que cada persona pueda adueñarse de su desarrollo e identificar aquello que desea aprender. Quienes obtienen esta beca deberán reflejar esta cultura a la que estamos evolucionando y, una vez finalizado el estudio, compartir aquello que aprendieron con su área y equipo.



+180 postulados



80% de la cobertura del curso que hayan elegido



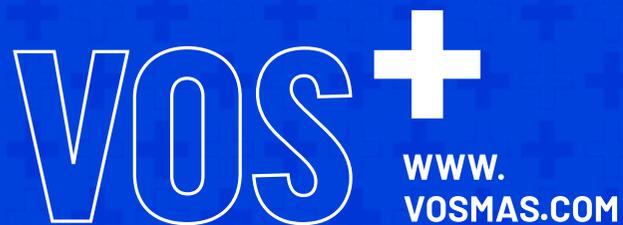
- ☑ **Idiomas:** queremos brindarles a las personas la oportunidad de que aprendan o perfeccionen otro idioma. Por eso implementamos Nulinga, una plataforma 100% virtual y autogestionable. Además, fuimos un paso más, e hicimos extensivo este beneficio a familiares y amigos.



+50% de descuento

[Conocé más](#) sobre la capacitación de nuestros equipos en 2020





A través de la plataforma "VOS+" potenciamos los beneficios a los que pueden acceder nuestros colaboradores, distribuidos en 5 pilares: +bienestar, +familia, +desarrollo, +ahorro y +diversión.



+ BIENESTAR

- ✓ Charlas COVID-19
- ✓ Pura Mente
- ✓ Día de cumpleaños libre
- ✓ Sillas ergonómicas
- ✓ Kit de tecnología

+ FAMILIA

- ✓ Licencia paternidad extendida: 45 días corridos
- ✓ Licencia por fertilización in vitro
- ✓ Licencia por adopción
- ✓ Vitricación de óvulos

+ DESARROLLO

- ✓ Idiomas a través de NULINGA
- ✓ \$ 350.000 en becas para que inviertan en aprendizaje y desarrollo

+ AHORRO

- ✓ Lanzamos la web www.vosmas.com, donde se puede encontrar el detalle de cada beneficio y una cuponera de descuentos amplia en todos los rubros y en todo el país.

+ DIVERSIÓN

#MOVÉ: es el programa que impulsa a dejar la vida sedentaria y divertirse mientras cuidan su salud. Todos los días de la semana lanzamos clases en vivo de gimnasia funcional, yoga y box. También sumamos una Pausa Activa Online y los **#SábadosMovedizos**, con clases especiales de gimnasia y cocina para todos los gustos.

#CREA: un espacio de interacción relacionado con lo artístico e intelectual, ofrece semanalmente contenido profundo y muy interesante sobre distintas temáticas como pintura, música, ciencia, literatura, ecología, tecnología y mucho más.

#JUGÁ: #EGames, una experiencia gamer para todos los apasionados de los videojuegos, con torneos de FIFA20 para PS4 y premios.

[Conocé más](#) sobre todos los beneficios

Campaña Líder Flexible

Entendemos que cada persona es única y por ello tiene necesidades que no siempre se encuadran en el marco de una política. Nuestra filosofía es que no todo tiene que estar redactado en un parámetro, sino que cada líder tiene la autonomía y a su vez la responsabilidad de entender qué es lo que necesita cada uno de sus colaboradores para actuar en consecuencia. Por eso, lanzamos esta campaña que busca facilitar la flexibilidad en el entorno laboral.

Ser buen líder es ser flexible



5 principios:

1

Somos líderes flexibles que inspiramos a las personas a alcanzar su mejor versión. Debemos potenciar a cada persona para que dé lo mejor de sí personal y profesionalmente. Ser buen líder es ser flexible.

2

Nuestra mayor fortaleza es nuestra gente y todos somos distintos. Pensamos en equipo, identificando las necesidades individuales. Nuestra gente y los potenciales empleados valoran la flexibilidad. Es importante conocerlos y ofrecerles experiencias únicas.

3

Somos dueños para dar flexibilidad a nuestros equipos. Hoy no tenemos todo escrito en una política, vos tenés la libertad –y la responsabilidad– de gestionar la flexibilidad en tu equipo: los dueños asumen los resultados como algo personal.

4

Hacemos foco en los objetivos, siempre. Somos juzgados por los resultados de nuestros equipos y podemos alcanzar los mismos resultados, ingresando en distintos horarios, desde distintos lugares, antes o después del acto escolar, del partido de fútbol, etc. Buscamos cumplir con los objetivos, no con el horario de oficina.

5

Somos ejemplos de la cultura de flexibilidad. Hacemos lo que decimos. Tenemos que predicar con el ejemplo. Demos mensajes con nuestras acciones y enseñemos a nuestros equipos (para que ellos enseñen a sus equipos) a gestionar la flexibilidad. Seamos coherentes con lo que decimos.

Soluciones para brindar ayuda

A raíz del COVID-19, tuvimos que reinventarnos y rearmar nuestro plan de negocio. El contexto nos obligó a transformar y cambiar el foco de nuestras iniciativas, siempre pensando en lo mejor para nuestros clientes, consumidores y comunidades en general. Nos preguntamos cómo podíamos ayudar y estar cerca de nuestros clientes, en su gran mayoría puntos de venta que vieron muy afectada su modalidad de trabajo por la llegada de la pandemia, como kioscos, almacenes, bares, restaurantes, clubes y boliches, entre otros.

Empezamos por preguntarles cuáles eran sus necesidades y los escuchamos atentamente. **Las respuestas nos señalaron un camino:**

- ✔ Ofrecer **descuentos, facilidades de pago y financiación** para la compra de nuestras bebidas.
- ✔ Desarrollar, mejorar y difundir **herramientas de delivery y venta online** y capacitaciones al respecto.
- ✔ Contar con **herramientas de higiene y otros materiales** para poder cuidar a sus empleados y a los consumidores.

Como respuesta y con el objetivo de mantener activo todo nuestro ecosistema, diseñamos una estrategia liderada por un equipo multidisciplinario, dividida en tres partes: **resiliencia y resolución, recuperación y reimaginar.**





Resiliencia y resolución



Préstamo Cerveceros

La incertidumbre del momento impactó de manera directa en el volumen de ventas de nuestros clientes. Por eso, para ayudarlos a que puedan seguir operando, en abril lanzamos un beneficio de financiamiento para la compra mensual de productos y nuevos medios de pago digitales.



+ 4.000

puntos de venta aprovecharon este beneficio



Plataforma del barrio

Muchos clientes, kioscos y almacenes tuvieron que cambiar su modalidad de ventas y no contaban con un canal online. Por eso les facilitamos una herramienta nueva de *e-commerce* propio que les permite vender todos sus productos de manera online mediante una aplicación. También los apoyamos con capacitaciones para aprender a usarla y difundirla entre sus clientes.



Cerca de 6.000

comercios se inscribieron en las primeras semanas



Ayudá a un restaurante

El sector gastronómico fue uno de los más afectados por la pandemia del COVID-19. Desde nuestras marcas Quilmes y Stella Artois invitamos a nuestros consumidores a colaborar a través de una plataforma que permite realizar una precompra en el restaurante que elijan mientras que las marcas se comprometieron a duplicar el valor del voucher.



28 influencers

200.000 personas alcanzadas



+10.000

vouchers comprados



Recuperación

Contactless

Desarrollamos la plataforma Contactless para que más de **24.000 restaurantes y bares** puedan brindar una experiencia más segura a todos sus clientes.

Incluye:

- ✓ Menú online digital
- ✓ Expansión de los servicios de *take away* y *delivery*
- ✓ Reservas online
- ✓ Pagos *cashless*

Bromatología en casa

Considerando la reapertura de locales, se estableció una alianza con Bromatología en casa para capacitar bares y restaurantes sobre medidas de bioseguridad.



+ 3.000

bares y restaurantes capacitados



Kit Comercio Seguro

Entregamos elementos de seguridad a los puntos de venta para que nuestros clientes puedan operar de manera segura y los consumidores puedan comprar con tranquilidad.



10.000 kits

con **máscaras, alcohol en gel y afiches** sobre normativas de seguridad



E-commerce

En un mundo cada vez más conectado creamos soluciones tecnológicas para que nuestros consumidores puedan disfrutar las mejores bebidas desde la comodidad de su casa.

En el contexto de la pandemia, las plataformas de e-commerce tuvieron un impacto muy grande y se transformaron en un canal adicional para conectar con nuestros consumidores.



Nuestras plataformas de e-commerce tuvieron un **crecimiento promedio de +600%**



Siempre en casa

Ofrecemos un programa de suscripción mensual de bebidas sin costo de envío.

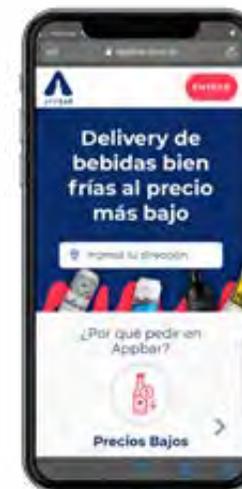
[Conocé más](#)



Craft Society

Creamos una plataforma con la que comercializamos bebidas de todo el mundo y las llevamos a la puerta de tu casa en todo el país de forma segura.

[Conocé más](#)



App Bar

Es nuestro servicio de delivery que entrega bebidas frías en 45 minutos.

[Conocé más](#)

Desarrollo de PyMEs

Estamos comprometidos a contribuir con el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país. En el contexto de la pandemia resultó aún más evidente la necesidad de apoyar las compras locales y de contar con una cadena de valor local desarrollada y sólida. Esto tiene un impacto enorme en la economía y es una gran contribución a la reconstrucción de la Argentina ya que el **90% del empleo del país es generado por empresas PyMEs**.

Desde nuestros orígenes, trabajamos en equipo, crecimos a la par de nuestros socios estratégicos y nuestros más de 5.000 proveedores que son en un 90% PyMEs argentinas y representan el 70% de insumos indirectos (repuestos, materiales, marketing, maquinarias) y servicios comprados.

Para alcanzar este objetivo contamos con la iniciativa **Conectar PyMEs**, que continúa los objetivos de nuestro primer programa de abastecimiento sustentable 'Revuelta PyME' creado en 2017.



+500
nuevas empresas
proveedoras PyMEs
incorporadas

10
jornadas de negocios

U\$S 2 M
en órdenes de compra



Conectar PyMEs

Desarrollamos este programa para **fortalecer el desarrollo de las PyMEs que forman parte de nuestra cadena de valor**, dándoles acceso a herramientas que las ayuden a incrementar su productividad y competitividad, con énfasis en la incorporación de tecnología 4.0, innovación y prácticas sustentables.

A través del sitio web del programa pusimos a disposición módulos de formación con materiales que les permitan participar de nuestros tres pilares:

- ✓ Conexión
- ✓ Capacitación
- ✓ Fortalecimiento

Todo esto a partir de una mirada transversal de género con la que queremos hacer foco en la integración de PyMEs lideradas por mujeres para posibilitar su desarrollo. Y, así, lograr nuestro objetivo de que el 100% de las empresas proveedoras de la compañía estén conectadas, empoderadas y capacitadas.



Módulos Conectar PyMEs



Emprendedores



Encuesta de satisfacción



Flujo de caja



Gestión consciente de agua, desechos y energía



Gestión de personas



Gestión de rutina



Planificación estratégica



Inventario



Productividad y eficiencia



Política de responsabilidad

[Conocé más](#) sobre las herramientas de acceso libre y gratuito



Historias de proveedores PyMEs

Grupo Advance In-Store Marketing

Grupo Advance (In-Store Marketing). Empresa B certificada dedicada a la producción de materiales publicitarios para puntos de venta. Con sede en San Martín, 80% de las personas que emplean provienen de contextos vulnerables.

“Vemos el futuro de la economía, como una economía colaborativa, esa cabeza y ese pensamiento no lo tienen todos. Empezamos a marcar un camino, por eso estamos orgullosos y a nosotros nos sirve mucho trabajar con Cervecería y Maltería Quilmes porque nos ayuda a fortalecer eso” – Gustavo Freistas CEO de Grupo Advance.

www.grupoadvance.com.ar

Guantex Seguridad Industrial

Abastece elementos de protección personal para todas las plantas del país.

“La máquina que implementamos en Cervecería Quilmes en planta Quilmes fue la primera implementación que hicimos dentro de Buenos Aires. Para nosotros fue una experiencia muy linda porque era gestionar un servicio a casi 600 km de casa central, con muchas personas involucradas, con un flujo de productos permanente y bastante grande. Y sin duda que ese conocimiento después nos permitió seguir creciendo en clientes grandes” - Lucas Battistoni Miembro del directorio de Guantex.

www.guantexindustrial.com.ar

Joel SRL Comercialización de bebidas

Se dedican a la distribución de bebidas en San Juan.

“Sentimos que no hay mejor Universidad que lo que te enseña Quilmes; es un valor agregado bastante importante, donde uno siente eso, que todo el tiempo estás mejorando, que todo el tiempo estás aprendiendo, todo el tiempo te estás formando”- Marianela Ruiz Socia gerente de Joel SRL.

www.joel.com.ar



Innovación

Somos una compañía pionera en innovación. Buscamos construir el futuro con la evolución tecnológica como base. Por eso nos enfocamos en aprovechar las oportunidades nuevas con potencial de convertirse en tendencias.



ZX VENTURES

Es el área dedicada a la **creación y desarrollo de negocios con crecimiento exponencial para satisfacer las necesidades de los consumidores**. Invertir, crear y lanzar productos y tecnologías que ofrezcan experiencias únicas con el objetivo de unir a las personas. Nos enfocamos en todas las industrias, desde cervezas artesanales y otras bebidas, hasta proyectos de distribución e incluso *merchandising*.

EKLOS

Es nuestra **Aceleradora de startups y Plataforma de Innovación Abierta** para potenciar proyectos originales y disruptivos en la industria de consumo masivo. Se trata de una red de contención, para que puedan alcanzar el próximo nivel a corto plazo. Ponemos a disposición nuestra experiencia y amplia cadena de valor para colaborar e impulsar tu emprendimiento.

Contamos con 3 programas:



Programa de aceleración

Propuesta para equipos de emprendedores con un proyecto funcionando o un prototipo de negocio que sea una solución disruptiva, que cambie el mercado del consumo masivo. Incluye inversión de capital, mentorías a cargo de referentes de la compañía, participación en el Programa de Mentorías de Endeavor y oportunidades comerciales para startups con métricas de tracción estables para escalar.



Plug & Scale

Esta propuesta apunta a startups o PyMEs que puedan ofrecer soluciones innovadoras, sólidas y aplicables en cualquier punto de la cadena de valor. A cambio, se les facilita el contacto con la compañía para que puedan convertirse en proveedores y desarrollar oportunidades comerciales.



E-Factory

Esta opción es para aquellas startups que cuentan con una posible solución desarrollada, pero aún no validada y aplicable a algún desafío de la industria y/o necesidades del consumidor. En este caso, se facilitan pilotos, mentorías y colaboraciones con la compañía.

Logros de los primeros 3 años:

+450
aplicaciones evaluadas
de las cuales elegimos
5 para acelerar

+60
emprendimientos
nacionales conectados
con la compañía
para el desarrollo de
pilotos y/o contratos
comerciales

+10.000
participantes
alcanzados en **+50**
eventos

Más información en
www.eklos.com.ar

100+ ACCELERATOR

¿Qué es 100+ Accelerator?

Es un programa para **acelerar y fortalecer emprendedores** y traer nuevas tecnologías que nos permitan resolver algunos de los **grandes desafíos de la humanidad** que giran en torno a los siguientes temas:



Agua



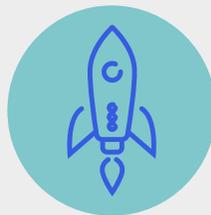
Economía circular



Logística sustentable



Reutilización de subproductos



Fortalecimiento de PyMEs

Además, ofrecemos:

- ✓ 6 meses de entrenamiento para acelerar la colaboración y crecimiento de los emprendimientos de la mano de nuestra compañía y aliados.
- ✓ Posibilidad de recibir hasta U\$S 100.000 para implementar un piloto y validar el impacto y escalabilidad de la solución.
- ✓ Oportunidad de recibir inversiones de AB InBev y sus socios.
- ✓ Acceso a una red de mentores globales que incluye: ONG, inversores de riesgo, emprendedores y los propios expertos y ejecutivos de AB InBev y sus aliados.





Logros



36 startups

de 16 países han participado



Programa remoto y mentoría de/por **Expertos clave**



\$100.000

en inversión para implementación piloto



Demo day con inversionistas

Conocé toda nuestra propuesta en www.100accelerator.com

Haciendo click aquí

Próximos objetivos de **100+ Accelerator**

2021



+50 startups aceleradas



3 socios se unan al programa

2023



+50 desafíos código abierto



+100 startups aceleradas



+25 contratos firmados con socios

2025



+75 desafíos código abierto



+300 startups aceleradas



+50 contratos con socios



+10 alianzas para la inclusión social y la igualdad



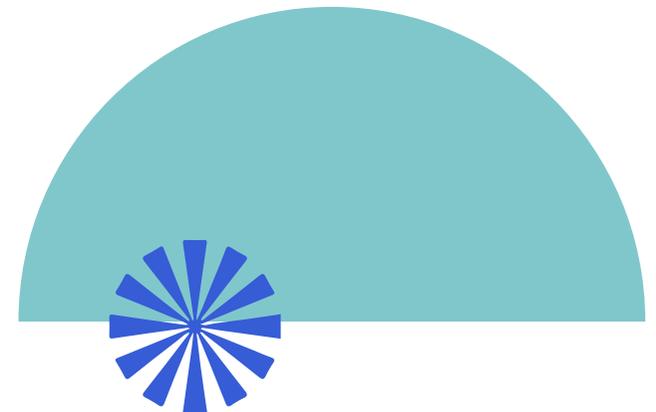
Objetivos 2025 de sustentabilidad alcanzados



05

Negocio responsable

- Gobernanza corporativa
- Nuestros principios
- Integridad del negocio
- Alianzas para alcanzar los objetivos
- Premios, reconocimientos y certificaciones



Negocio **responsable** y gobernanza

Gobernanza **Corporativa**

La reputación, la integridad, el profesionalismo y la honradez son para nosotros valores fundamentales. El respeto por el entorno donde operamos todos los días y por las personas y organizaciones con las que nos relacionamos constituye el centro de nuestra responsabilidad corporativa.

Gestionamos la compañía con los estándares más elevados en materia de gobierno corporativo para garantizar la sustentabilidad, proteger los intereses, asegurar la generación de valor y el uso eficiente de los recursos.



Martín Ticinese

Presidente de
Cervecería y Maltería
Quilmes



Hacé click para visitar
el perfil de LinkedIn.

Nuestros líderes

Son quienes nos impulsan a crear una Argentina mejor y nos motivan para asumir responsabilidades y progresar.



**Agustín
Ginel**

Director Central
de Servicios
Compartidos
Quilmes



**Ariel
Sandler**

Director
de Logística



**Érica
Zamora**

Directora
de Gente



**Eugenio
Raffo**

Vicepresidente
de Negocio No
Alcohólicas y
Nuevos Negocios



**Federico
Espinosa**

Director de
Crecimiento
Disruptivo



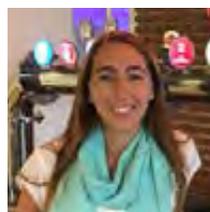
**Federico
Persino**

Director de
Abastecimiento



**Gonzalo
Fagioli**

VP de Asuntos
Corporativos,
Legales y
Compliance



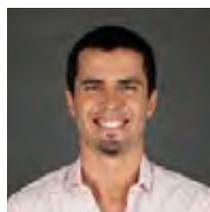
**Jimena
Pérez**

Directora de
Estrategia



**Marcelo
Carranza**

Director
Industrial



**Owen
Dempsey**

Director de
Tecnología



**Paula
Marconi**

Vicepresidenta
de Marketing*



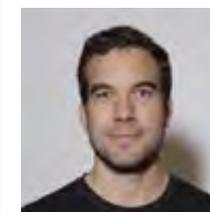
**Rodrigo
Catalá**

Director
de Finanzas



**Tomás
Fracchia**

Vicepresidente
de Ventas



**Tomás
Grazzini**

Director de Ventas
Premium



*En 2021 Eugenio Raffo se convirtió en el nuevo VP de Marketing.

Comité de **Gestión**



Este Comité es el encargado de dirigir los negocios de la compañía y de definir la estrategia a seguir. En sus reuniones mensuales, evalúan temas de triple impacto que forman parte de las áreas clave: consumo responsable, medioambiente y comunidad. El máximo órgano de gobierno corporativo es evaluado a través de los resultados del desempeño económico, ambiental y social de la compañía.

Gestión de **Sustentabilidad**



Los encargados del desarrollo, la evaluación y la aprobación formal de la gestión de sustentabilidad, como de garantizar que todos los temas materiales sean abordados en el Reporte ASG anual son:

- ✓ Mesa directiva - Martín Ticinese (presidente)
- ✓ Área de Asuntos Corporativos - Gonzalo Fagioli (vicepresidente de Asuntos Corporativos),
- ✓ Área de Sustentabilidad - Vanesa Vázquez (gerenta de Crecimiento Inclusivo).

Comité de **Ética**

A través del Código de Conducta establecemos formalmente un conjunto de valores, principios y normas que orientan la actuación de la empresa, y la ayudan a garantizar su sustentabilidad. Para velar por su cumplimiento, contamos con un Comité de Ética y Compliance integrado por el Presidente de la compañía, la vicepresidenta (VP) de Gente, el VP de Legales, Asuntos corporativos y Compliance, el Director de Legales y la Gerenta de Ética y Compliance.



Nuestros principios

La fuerza que nos impulsa son los 10 principios que constituyen nuestra cultura. Cada uno de ellos se basa en la propiedad, la informalidad, la franqueza, la transparencia y la meritocracia. Trabajamos para tener lazos duraderos y nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, porque siempre vamos en busca de más desafíos.

Nos guiamos por 10 principios

SUEÑO

- 1 **Soñamos en grande.** Estamos construyendo una compañía que crece de forma rentable.

GENTE

- 2 Nuestra gente es nuestra mayor fortaleza, **personas excelentes** que son reconocidas y crecen al ritmo de su talento. Los grandes talentos entregan el hoy y transforman el futuro.
- 3 Seleccionamos, desarrollamos y **motivamos personas** que pueden ser mejores que nosotros/as. Somos reconocidos/as por la **diversidad y entrega** de nuestros equipos.

CULTURA

- 4 Somos una compañía de **dueños y dueñas** que lideran con el ejemplo y se responsabilizan por los resultados.



- 5 Siempre **buscamos mejores resultados.** Lideramos cambios, tomamos riesgos y aprendemos con nuestros errores.
- 6 Nos guiamos por nuestros consumidores/as, que serán siempre **la fuente de nuestro crecimiento.**
- 7 Buscamos **atender con excelencia y crear relaciones sólidas** con nuestros clientes/as, que son la conexión con cada consumidor/a.
- 8 Creemos en el **sentido común y la simplicidad.** Operamos con excelencia y eficiencia en todo lo que creamos, siempre orientados hacia nuestros clientes/as y consumidores/as.
- 9 Gerenciamos nuestros recursos como dueños/as. Solamente así es posible **crecer de forma rentable y sustentable.**
- 10 **Nunca tomamos atajos.** La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son esenciales para construir nuestra compañía y nuestra reputación.

Integridad del negocio

Nunca tomamos atajos. **Integridad, trabajo duro, consistencia y responsabilidad** son valores esenciales para construir nuestra compañía.

A partir de este principio se desarrolló el Programa de compliance, que tiene como normas principales el **Código de Conducta**, la **Política Anticorrupción** y la **Política de Protección de Datos Personales**.



Las principales acciones que realizamos son:



Analizamos y hacemos *Due Diligence* a todos los proveedores que clasificamos de riesgo.



Controlamos y revisamos las donaciones realizadas por la compañía a las distintas organizaciones. No aceptamos regalos de ninguna persona u organización que realice o intente realizar negocios con la compañía.



Miramos de cerca todas las interacciones que tenemos con el Gobierno.



Velamos por el buen ambiente de trabajo para todos nuestros colaboradores, en donde reina el respeto y la diversidad.



Resguardamos los datos personales de todos nuestros empleados, proveedores y clientes, cumpliendo con la normativa de Protección de Datos Personales.



Garantizamos el cumplimiento de la legislación sobre defensa de la competencia y sobre anticorrupción.



Realizamos capacitaciones anuales para todos nuestros empleados a fin de que todos conozcan el Código de Conducta y las políticas de Ética y compliance.



Nuestros proveedores están invitados en cada orden de compra que aceptan a cumplir nuestra política de abastecimiento sustentable que incluye los principios rectores de compliance con perspectiva de DDHH.



Contamos con dos medios directos con empleados para comunicarse y reportar cualquier comportamiento indebido: Canal de compliance y la Línea Ética.

El buen ejemplo de la más alta gerencia

La clave para un programa efectivo de compliance es el apoyo y el buen ejemplo desde la más alta gerencia que ayuda a prevenir el fraude y todas las conductas antiéticas. Por eso, realizamos entrenamientos anuales para que todos nuestros empleados:

- ✓ Estén al tanto de la legislación pertinente y las políticas vigentes.
- ✓ Otrorguen apoyo visible al programa de compliance y sus actividades.
- ✓ Adopten medidas correctivas en caso de irregularidades.

Canal de compliance

Este sistema online sirve para realizar consultas sobre el Código de Conducta y demás políticas de compliance, reportar conflictos de interés, solicitar aprobaciones sobre determinadas acciones (contrataciones con el Gobierno, alterar o crear un nuevo programa de mercado, realizar una donación), acceder a documentos y otras políticas, y realizar preguntas sobre Anticorrupción y Competencia.

Entrenamientos compliance 2020:

9 sesiones
307 asistentes
82% NPS

Como todos los años lanzamos el entrenamiento online y obligatorio de compliance, que trató sobre temas de Código de Conducta, Anticorrupción, Ética Digital y Derechos Humanos.



102 colaboradores completaron el training obligatorio online

Línea Ética

Es un canal de comunicación confidencial, anónimo y gratuito para que quienes lo deseen puedan denunciar comportamientos indebidos. Incentivamos a denunciar cualquier actividad que sea o pueda ser una violación a las leyes, reglamentos, código o políticas. En tal caso todos nuestros colaboradores pueden reportar dicha actividad indebida a su jefe/a, al área de Ética y Compliance o a la Línea Ética.

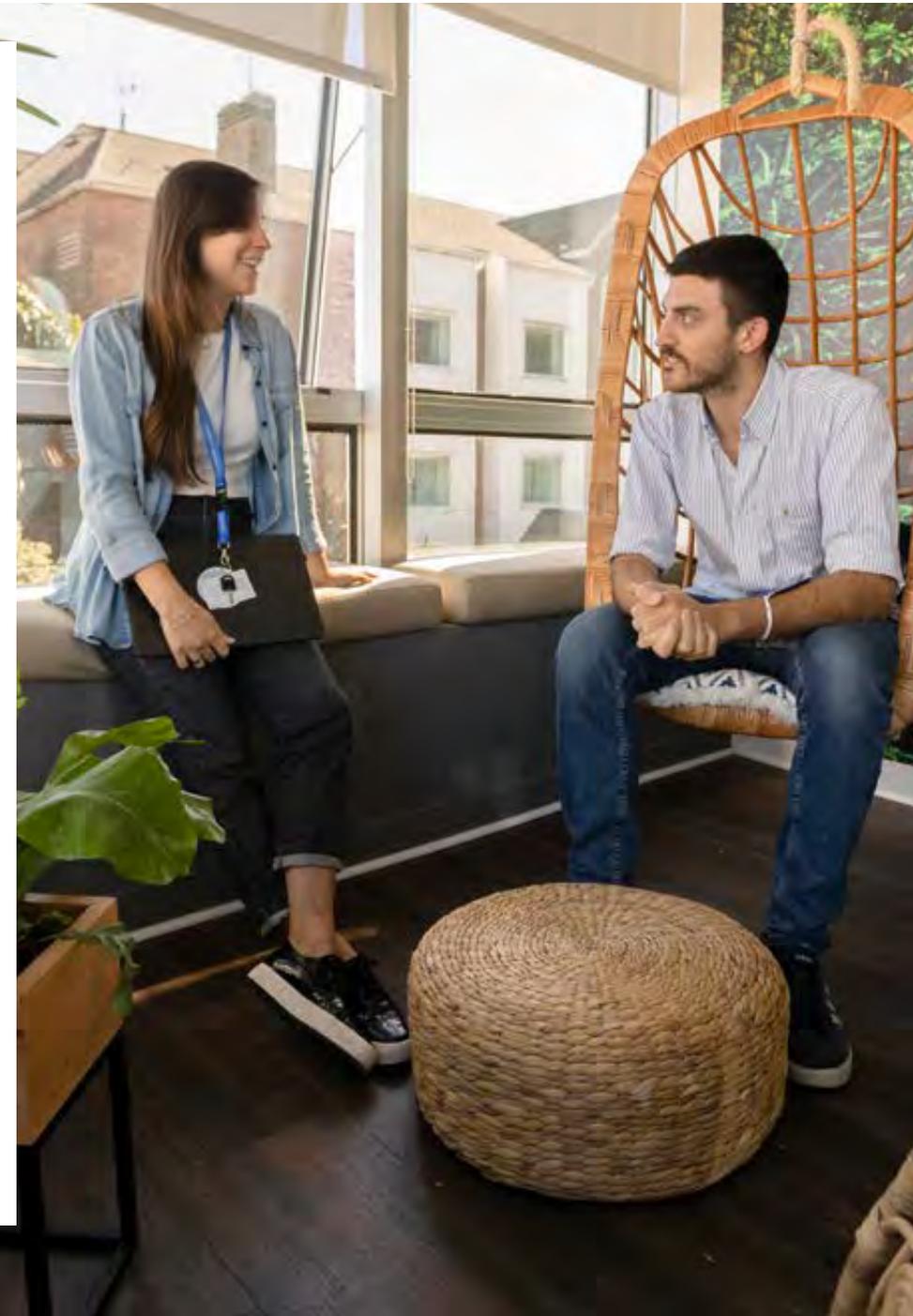
La Línea Ética funciona las 24 horas del día y los 7 días de la semana por medio telefónico gratuito (0800-345-1573) o a través de la [web](#) 🌐. Está disponible para todos los empleados, proveedores y demás aliados comerciales. Es un medio seguro de comunicación operado por una empresa independiente y disponible en cualquier lugar del mundo.



4 tips a la hora de realizar una denuncia en la Línea Ética:

- ✔️ Podés elegir denunciar de manera anónima o dar tu nombre.
- ✔️ La discriminación, el acoso, la corrupción, el robo, la filtración de información confidencial, el fraude y la manipulación de datos son situaciones que **deben denunciarse**.
- ✔️ Todas las investigaciones son realizadas directamente o supervisadas por el equipo de Ética y compliance.
- ✔️ Cero tolerancia a las represalias.

La única forma de hacer negocios es siguiendo políticas claras de ética y transparencia



Políticas vinculadas a **género, diversidad e inclusión**

En 2019 impulsamos políticas internas vinculadas a género, diversidad e inclusión:



Política de respeto (anti-acoso y discriminación): parte de ser una compañía ética es tener tolerancia cero a la discriminación y al acoso, garantizando que nuestra gente sea tratada con respeto. Es la base para garantizar que todas las personas que trabajan en la compañía puedan prosperar en un lugar de trabajo inclusivo, libre de todas las formas de discriminación y acoso.



Política de diversidad e inclusión: porque se valoran y se respetan las diferencias que hacen únicas a las personas que trabajan en la compañía.



Política de abastecimiento responsable: fomentamos que nuestro compromiso con la diversidad e inclusión sea también asumido en toda nuestra cadena de valor. Se prohíbe la discriminación por cualquier motivo, incluyendo motivos de raza, religión, sexo, orientación sexual, edad, convicción política u origen nacional o social.

[Conocé más](#) sobre más sobre nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión

En 2020 desarrollamos la **nueva Política de violencia de género**, en el trabajo y en la casa, con lineamientos sobre cómo actuar en caso de denuncia por violencia de género ya sea en el ámbito laboral o en el hogar.

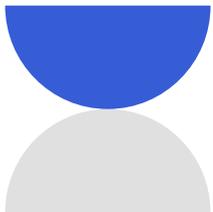




Alianzas para **alcanzar** **los objetivos**

Cámaras y asociaciones en las que Cervecería y Maltería Quilmes es parte:

- ✓ Asociación Industria de Marcas
- ✓ Cámara Argentina de Anunciantes
- ✓ Cámara Argentina de Bebidas sin Alcohol (CADIBSA)
- ✓ Cámara Argentina de Comercio
- ✓ Cámara de Comercio Argentina – Americana (AMCHAM)
- ✓ Cámara de la Industria Cervecera
- ✓ Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- ✓ Consejo Publicitario Argentino (CPA)
- ✓ Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL)
- ✓ Unión Industrial Argentina
- ✓ Unión Industrial de Corrientes
- ✓ Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires
- ✓ Unión Industrial de Quilmes
- ✓ Unión Industrial de Tucumán
- ✓ Unión Industrial de Zárate





Premios, reconocimientos y certificaciones

Premios Eikon 2020



“Plan de ayuda humanitaria. Entre todos lo damos vuelta” ganó en la categoría ‘Campaña General de Comunicación Institucional’ y mención especial de “Innovación”.



“Autenticidad” ganó en la categoría ‘Sustentabilidad de diversidad, inclusión y género’.



“#NoEsChiste: transformemos comentarios incómodos en oportunidades de aprendizaje” ganó en la categoría ‘Comunicación Interna’.

- ✔ **Premio Amcham** - Ciudadanía empresaria 2020 - ganadores del Eje Sociedad- Salud y Bienestar
- ✔ **Premio Conciencia** - 2º lugar en la categoría Protección y Comunidad.
- ✔ **Premio Cámara Franco-Argentina** - primera mención premio de Sustentabilidad.
- ✔ **Premio Cámara Argentino-Británica (CCAB)** - finalistas.
- ✔ **Distinción RSC 2020** - ganadores en la categoría empresas.

Premios Obrar

- ✔ **“Costumbres Argentinas”** ganó el Bronce en la categoría Grandes Empresas
- ✔ **“Plan de ayuda humanitaria: Entre todos, lo damos vuelta”** ganó el Oro en la categoría comunicación Interna, voluntariado, programas de sustentabilidad y activaciones.

Reconocimientos a Draftline

Draftline es nuestro estudio creativo in-house, que busca potenciar la creatividad dentro de la compañía:

Premios Effie 2020

- ✔ Premio Plata
 - #LoDamosVuelta -Categoría: Imagen corporativa
 - Retransmisión -Categoría: Marketing de Actualidad.
- ✔ Premio Bronce
 - Contrato Eterno- Categoría: Real Time Marketing
 - Retransmisión- Categoría: Real Time Marketing.
- ✔ Ojo de Iberoamérica: 2 bronces Ojo especial Covid 19 - institucional y RSE Ojo sustentable.

Índice de contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
GRI 101: Fundamentos 2016						
Contenidos generales						
GRI 102: Contenidos Generales 2016	Perfil de la organización					
	102-1 Nombre de la organización	137				
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	8, 10, 12, 13, 14, 88			Principio 5	Principio 5
	102-3 Ubicación de la sede	Nota 1				
	102-4 Ubicación de las operaciones	9				
	102-5 Propiedad y forma jurídica	137				
	102-6 Mercados servidos	9				
	102-7 Tamaño de la organización	9				
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	127, 128			8, 10	Principio 3
	102-9 Cadena de suministro	9, 35, 89				
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Nota 2				
	102-11 Principio o enfoque de precaución	15, 16, 17				Principio 1
	102-12 Iniciativas externas	16, 71, 137				Principio 1
	102-13 Afiliación a asociaciones	104				
	Estrategia					
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4, 5, 6				
	102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales	16, 17, 18, 19				Principio 1
Ética e integridad						
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	80, 96, 99, 100				Principio 1 y 4	
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	101, 102				Principio 1	

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales	
GRI 102: Contenidos Generales 2016	Gobernanza						
	102-18 Estructura de gobernanza	96, 97, 98					
	102-19 Delegación de autoridad	98					
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	98					
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	18, 19, 123					
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	96, 97, 98			5		
	102-25 Conflictos de intereses	101					
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	98					
	102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	101					
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	98					
	102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	18, 19, 123					
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	123					
	Participación de los grupos de interés						
	102-40 Lista de grupos de interés	18				Principio 1 y 9	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Nota 3			8		
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	18				Principio 1 y 9	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	18, 65, Nota 4				Principio 5	Principio 1 y 9
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	19, 65				Principio 5	Principio 1 y 9

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
GRI 102: Contenidos Generales 2016	Prácticas para la elaboración de informes					
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	137				
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	18, 19, 123, 124, 125, 126				Principio 1
	102-47 Lista de temas materiales	19				Principio 1
	102-48 Reexpresión de la información	Nota 5				
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	18, 19, 123, 124, 125, 126				
	102-50 Periodo objeto del informe	137				
	102-51 Fecha del último informe	137				
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	137				
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	138				
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	137				
	102-55 Índice de Contenidos del GRI	106-121				
102-56 Verificación externa			Nota 6			

Temas materiales

Desempeño Económico

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	9, 16, 17, 35				Principio 1, 2, 3, 7, 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	9, 35				
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Nota 7		8		
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	19, 35		13		
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Nota 8				

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
Impactos económicos indirectos						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124, 125, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 56, 85, 89, 90, 92, 93, 94				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	56-60, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94				
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	85, 86, 87, 92, 93, 94		5, 8, 11		Principio 10
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	56-60, 89, 90, 91, 92, 93, 94		1, 3, 8		Principio 10
Prácticas de adquisición						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 10
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	9, 16, 17, 89				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	9, 89				
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	89		8		
Anticorrupción						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	100, 101, 102				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101, 102				

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	100, 101				
	205-2 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	101				
Materiales						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 27, 28				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27, 28, 29, 30				
GRI 301: Materiales 2016	301-2 Insumos reciclados utilizados	28, 29, 30		8, 12		
Energía						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 22, 23, 24, 25				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22, 23, 24, 25				
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	22, 23, 24, 25		7, 8, 12, 13		
	302-4 Reducción del consumo energético	23		7, 8, 12, 13		
	302-5 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	23		7, 8, 12, 13		
Agua						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 37, 38, 39				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	27, 37, 38, 39				

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido	37, 38, 39		6, 12		
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua.	27, 37		6		
	303-5 Consumo de agua	37		6		
Biodiversidad						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 31, 32, 33, 36, 38				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	31, 32, 33, 36, 38				
GRI 304: Biodiversidad 2016	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	Nota 9		6		
	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	31, 32, 33, 36, 38		6		
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	38		6		
Emisiones						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 22, 23, 24, 25, 26				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 24, 25, 26, 135, 136				
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	26, 136		3, 12, 13		
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	26, 136		3, 12, 13		
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	26, 136		3, 12, 13		

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	26, 119		13		
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	23, 24, 25, 26		13		
Evaluación ambiental de proveedores						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 31, 32, 33, 35, 89, 90				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	31, 32, 33, 35, 90, 100				
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	31, 32, 33, 35				Principio 7
Empleo						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	61, 72, 76, 77, 83				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72, 76, 77, 83				
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	76, 77, 130, 131, 132, 133		5, 8, 10	Principio 2	Principio 3
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	83, 134		3, 5, 8	Principio 2	Principio 3
	401-3 Permiso parental	72		5, 8		Principio 3
Salud y seguridad en el trabajo						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	62, 63, 64, 65				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	62, 63, 64, 65				

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	Nota 10		8		
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.	Nota 11		8		
	403-3 Servicios de salud ocupacional	Nota 12		8		
	403-4 Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad laboral.	Nota 13		8		
	403-5 Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral.	Nota 14		8		
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	Nota 15		3		
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por relaciones comerciales	Nota 12		8		
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral.	Nota 10		8		
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo.	Nota 16		3, 8		
	403-10 Enfermedades profesionales relacionadas con el trabajo	Nota 17		3, 8		
Formación y enseñanza						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	78, 79, 80, 81, 82				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	79, 80, 81, 82, 133				
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	133		4, 5, 8, 10	Principio 3	Principio 3
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	80, 81, 82		8	Principio 4	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	79		5, 8, 10		Principio 3

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
Diversidad e igualdad de oportunidades						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 66, 67, 68, 103				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69, 70, 71, 72, 73, 74, 75				
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	128, 129		5, 8		Principio 3
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Nota 18		5, 8, 10	Principio 1 y 2	Principio 3
No discriminación						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 66, 67, 68, 103				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	69, 70, 71, 72, 73, 74, 75				
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Nota 19		5, 8	Principio 5	Principio 1 y 3
Libertad de asociación y negociación colectiva						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 71, 100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101				
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	100, 101		8	Principio 1 y 2	Principio 3

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
Trabajo infantil						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 71, 100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101				
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	100, 101		8		Principio 1 y 2
Trabajo forzoso u obligatorio						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 71, 100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101				
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	100, 101		8		Principio 2
Evaluación de derechos humanos						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 71, 100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101				
GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	101			Principio 5	Principio 1
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	101			Principio 5	Principio 1

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
Comunidades locales						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 126				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 49-55, 56-60				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	49-55, 56-60				
GRI 413: Comunidades Locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	49-55, 56-60			Principio 6	Principio 7 y 10
Evaluación social de los proveedores						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 124				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	18, 71, 89, 90, 100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	89, 90, 100, 101				
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	100, 101		5, 8	Principio 2, 3 y 6	Principio 1, 2 y 10
Salud y seguridad de los clientes						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	16, 17, 41				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42, 43, 44, 45, 46				
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Nota 20				Principio 5

Estándar GRI	Contenido	Número de página	Omisión	ODS	Principios para el Empoderamiento de las Mujeres	Derechos del niño y principios empresariales
Marketing y etiquetado						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	47, 48				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	47, 48				
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	47, 48		12		Principio 5
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Nota 20				Principio 5
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Nota 20			Principio 5	Principio 6
Cumplimiento socioeconómico						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	18, 19, 125				Principio 1
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	100, 101				Principio 1, 2, 3, 7 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	100, 101				
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Nota 20				Principio 6

Notas

Nota 1

Av. 12 de octubre 100, Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

Nota 2

Durante 2020 ampliamos la Maltería en Tres Arroyos, incorporamos una nueva planta desgerminadora de maíz en Cervecería Corrientes y ampliamos el depósito en Cervecería Zárate.

Nota 3

Porcentaje del total de empleados cubiertos en acuerdos de negociación colectiva: 67,9%

Nota 4

Cada uno de nuestros grupos de interés juega un rol vital dentro de los objetivos que nos hemos planteado, y trabajamos para mantener una relación estrecha y directa con cada uno de ellos, mediante distintas iniciativas, más allá de los vínculos estrictamente comerciales. Buscamos integrar a proveedores, trabajadores, organizaciones sociales, autoridades, consumidores y la comunidad en el trabajo que desarrollamos todos los días. El intercambio con nuestros grupos de interés es esencial para identificar oportunidades de mejora y agregar valor a nuestro trabajo. Para unificar los mensajes y afianzar los vínculos, todas las actividades que llevamos adelante son comunicadas tanto hacia afuera como hacia adentro de la Compañía. Esto nos permite desarrollar con éxito nuestras estrategias y alcanzar los objetivos. Es por eso que todos los años realizamos presentaciones en las diferentes áreas de la Compañía para ampliar el conocimiento de nuestros empleados acerca de todas las acciones que llevamos adelante en materia de Consumo Responsable, Acción Comunitaria y Ambiente.

Nota 5

Las aclaraciones sobre las técnicas de medición y reformulaciones de información se realizan a lo largo del Reporte.

Nota 6

Este documento no fue verificado externamente.

Nota 7

Los resultados no fueron los esperados cuando comenzó el año, fue un replanteo permanente pero lo que se logró es que los equipos trabajen de forma ágil poniendo a las personas en el centro y buscando soluciones juntos, con los diferentes sectores, pero también con todo nuestro ecosistema. En Argentina toda la economía sufrió mucho, con una caída del PBI del 12%. Nuestra compañía y nuestros negocios sufrieron a la par del país. Facturación bruta anual en pesos al cierre del último año fiscal: \$73.134 millones.

Nota 8

Ofrecemos a nuestros directores la posibilidad de sumarse a un beneficio de plan de pensión privada, que busca potenciar la capacidad de ahorro para la etapa posterior al retiro de la compañía, generando un fondo complementario a los beneficios del sistema previsional argentino y además brindar protección económica adicional en caso de fallecimiento o invalidez total y permanente.

El empleado puede optar por aportar 5%, 7% o 9% del excedente de la Remuneración Computable por sobre el Salario Mínimo (según el tope de aportes a la seguridad social). La compañía hace un matching 1:1 sobre los aportes del empleado. Este dinero es invertido en el exterior mediante un Fideicomiso en la Cartera de Inversión que el empleado haya elegido.

Contamos con un 90% de participación en el Plan de Pensión privado optativo para los directivos de la compañía.

Nota 9

No contamos con centros de operaciones ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.

Nota 10

Todas las operaciones de Cervecería y Maltería Quilmes están integradas al sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional, por lo que se trabaja en una mejora continua que lleve a las personas a comprender la importancia de cuidarse a uno mismo y cuidar a los demás. Uno de los ejes principales de este sistema es que todas las personas, sean propios o contratistas estén integrados a las mismas prácticas de seguridad, sean estándares, capacitaciones, protecciones, etc.

Nota 11

Procesos utilizados para identificar los peligros relacionados con el trabajo, evaluar los riesgos y aplicar controles para eliminar los peligros y minimizar los riesgos: Se realizan evaluaciones de riesgo de todas las tareas (sean rutinarias y no rutinarias) siempre analizando la probabilidad, la frecuencia y el impacto. Nuestro sistema de gestión estipula 7 niveles de evaluaciones de riesgo:

- ✔ Evaluación de riesgo general de planta
- ✔ Evaluación de riesgo del sector, puesto de trabajo o equipo
- ✔ Análisis de riesgo ocupacional
- ✔ Análisis de riesgo del proceso
- ✔ Evaluación de riesgo personal
- ✔ Proceso de evaluación de riesgo ante un cambio (gestión del cambio)
- ✔ Evaluación de riesgo continua, basada en la recorrida de campo de los líderes.

Participación y consulta del sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional: se entrena a las personas en todas las herramientas del programa de gestión para ir generando autonomía y construyendo una cultura de seguridad.

Procesos utilizados para investigar incidentes relacionados con el trabajo: se utiliza la metodología de 5 porque para llegar a las causas de los incidentes/accidentes y de esta manera poder replicarlas y compartir los aprendizajes en los distintos centros de trabajo.

Se entrena a los líderes para realizar recorridas de campo y poder detectar los problemas en condición inseguras y comportamientos errados. La finalidad de estas es minimizar los riesgos por condición y logra cambiar la conducta de las personas.

Procesos para que los trabajadores informen los peligros y situaciones peligrosas relacionados con el trabajo: se entrena a todas las personas en la detección de condiciones inseguras, que se registran y se da seguimiento y cierre a través del sistema SAP.

En cuanto a detección de comportamientos inseguros se trabaja para que todos seamos responsables de ellas, por lo que un abordaje positivo de la situación es la manera de ir cambiando las conductas inseguras.

Procesos para que los trabajadores se retiren de las situaciones laborales que creen que podrían causar lesiones: Se fomenta diariamente una cultura de seguridad por la que todas las personas pueden parar cualquier situación en la que piensen que ellos u otra persona está expuesta a un riesgo. El proceso es que luego de detenerla le comunique al líder, posteriormente se hará el análisis de riesgo correspondiente y se definirá como realizar la tarea. Si la persona paro la tarea y se define que no era riesgosa, igualmente se premiará esa actitud y se le explicara técnicamente la decisión tomada.

Nota 12

El sistema de gestión en seguridad se basa en la prevención, por eso a través de distintas herramientas se trabaja en la detección temprana de riesgos, capaci-

tación y asesoramiento de las personas, organización de los primeros auxilios y estar preparados para la emergencias. Dichas tareas son fundamentales en el trabajo diario.

Nota 13

En los distintos centros de trabajo contamos con comités de salud y seguridad integrados por los responsables de recursos humanos, responsables de higiene y seguridad, servicio médico, y representación gremial. Además, cualquier empleado o empleada de la compañía puede plantear sus dudas. Este comité se reúne una vez al mes y sigue una agenda activa. Por la metodología y exposición del comité nos aseguramos que todas las personas tengan se sientan representadas.

Nota 14

Culturalmente intentamos que la seguridad sea un tema de la agenda diaria. Las charlas en campo son las herramientas más efectivas para la fijación de conceptos. De todas formas, según el plan de capacitación anual una persona tiene como mínimo 16 horas de capacitación anual en salud y seguridad, que pasan a ser refuerzo de temas ya conocidos. El personal tercerizado tiene un refuerzo de capacitación con examen anual y según el trabajo realizado se lo capacita en el lugar con el análisis de riesgo correspondiente.

Nota 15

Se realizan campañas de concientización de:

- ✓ Uso correcto del cinturón de seguridad
- ✓ Consumo responsable
- ✓ Uso de pirotecnia (en época de fiestas)
- ✓ Importancia de no usar el celular mientras caminamos
- ✓ Prevención de violencia
- ✓ Para personas que conducen motocicleta se dictan talleres teóricos prácticos de manejo defensivo.

Siempre se intenta reforzar que lo más importante es la salud y seguridad por lo que es importante cuidarse las 24 hs del día.

Nota 16

- ✓ La tasa de frecuencia de accidentes para empleados: 0,011 (baja).
- ✓ En los últimos años no tuvimos fatalidades.
- ✓ Tasa de lesiones relacionadas con el trabajo 0,08
- ✓ Principales tipos de lesiones relacionadas con el trabajo: cortes, atrapamiento, quemaduras

Nota 17

Durante 2020 identificamos el ruido como un peligro relacionado con el trabajo con potencial impacto en la salud de nuestros colaboradores. Esto fue identificado en el marco de la medición anual de riesgos higiénicos, que se analizan con expertos en las materias. Para eliminar este peligro se analiza la fuente y se intenta disminuir como primera opción, de no poder se estudia la posición del puesto de trabajo.

- ✓ Durante 2020 no hubo víctimas mortales como resultado de enfermedades relacionadas con el trabajo.
- ✓ Principales tipos de enfermedades relacionadas con el trabajo durante 2020: hipoacusia y problemas lumbares.

Nota 18

Relación del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral

Gerencia	100%
Jefatura	100%
Empleados/as	100%

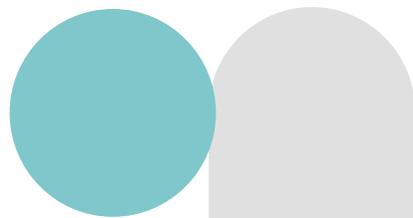
Metodología de cálculo: cociente entre el sueldo básico de hombres y el sueldo básico de mujeres

Nota 19

En 2020 identificamos un caso de discriminación. Se evaluó adecuadamente la situación y la investigación arrojó que se trataba de la primera denuncia que recibía la persona y que podría tratarse de un mal entendido entre las partes. No obstante, como acción correctiva, el denunciado recibió una capacitación específica sobre sesgos.

Nota 20

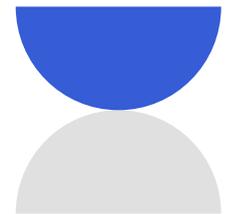
No hemos tenido sanciones en 2020 para reportar.





08

Anexo



100+ Sustentabilidad

Nuestra estrategia

Tenemos el **Sueño de Unir a las personas por una Argentina Mejor** y estamos comprometidos con la preservación del ambiente y la prosperidad de nuestras comunidades para continuar elaborando bebidas durante los próximos 100 años.

- ✓ **Global/Local:** los problemas que enfrentamos son globales y reconocemos que no tienen una única solución. Vamos a alcanzar nuestras metas con soluciones que contemplen el carácter regional y local, respetando la diversidad y creando un impacto positivo en las comunidades donde vivimos y trabajamos.
- ✓ **Colaboración:** los desafíos que enfrentamos son inmensos y no podemos resolverlos solos. Para ello, continuaremos colaborando estrechamente con las autoridades nacionales y los gobiernos locales, las asociaciones civiles, los institutos de investigación, las OSC y otras organizaciones comerciales.
- ✓ **Cultura:** desarrollamos el talento excepcional de 200.000 personas en nuestra familia global de compañías. Tener una cultura de dueños significa que tomamos los resultados de manera personal y nos enfocamos 100% en el crecimiento sustentable de nuestros negocios y de nuestras comunidades.
- ✓ **El poder de nuestras marcas:** la nuestra es una estructura de familia global compuesta por compañías locales con más de 500 marcas que son verdaderos íconos. Vamos a seguir aprovechando la influencia de nuestras amadas marcas para lograr un cambio positivo y generar nuevos hábitos en los consumidores.

Etapas del análisis de Materialidad

- ✓ **Identificación:** en base al análisis de materialidad realizado por Anheuser-Busch InBev, las tendencias del sector a nivel mundial y local y nuestros Objetivos 2025 trabajamos en un listado de temas críticos para la sustentabilidad del negocio.
- ✓ **Priorización:** invitamos a todos a nuestros grupos de interés a priorizar los temas. Esta consulta nos permitió identificar qué temáticas son más relevantes para cada grupo para luego planificar una agenda de trabajo conjunta.
- ✓ **Revisión:** en base a la materialidad se revisa el contenido de este Reporte y convalida con todas las áreas de la Compañía.
- ✓ **Validación:** la Mesa directiva valida los contenidos de este Reporte anual antes de su publicación.

Definición de contenidos de este Reporte

En la tabla a continuación identificamos los estándares GRI que nos permiten rendir cuentas sobre nuestros temas materiales.



Temas materiales de Cervecería y Maltería Quilmes	Definición	Estándar GRI relacionado
Fortalecimiento de la cadena de valor	Nos propusimos lograr al 2025 que el 100% de nuestras empresas proveedoras PyMEs estén conectadas, capacitadas y fortalecidas para apoyar el desarrollo de las economías regionales y locales en todo el país.	GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016 GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016
Agricultura sustentable	Nos proponemos lograr al 2025 que el 100% de nuestros agricultores directos estén conectados, empoderados y capacitados. Promovemos una agricultura regenerativa, enfocada en restaurar el potencial de nuestros suelos.	GRI 304: Biodiversidad 2016 GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016
Agua	Nos proponemos lograr al 2025 que el 100% de las cuencas hídricas en riesgo mejoren la calidad y disponibilidad de agua. Nuestra gestión del agua contempla la eficiencia y el reúso del recurso, como también iniciativas regenerativas con impacto positivo en el riesgo hídrico de la comunidad.	GRI 303: Agua y efluentes 2018
Packaging Circular	Buscamos lograr al 2025 que el 100% de nuestros productos utilicen envases retornables o estén fabricados a partir de materiales mayoritariamente reciclados.	GRI 301: Materiales 2016



Temas materiales de Cervecería y Maltería Quilmes	Definición	Estándar GRI relacionado
Acción por el clima	Ya logramos cumplir nuestra meta de lograr que 100% de la energía eléctrica utilizada provenga de fuentes renovables y reducir un 25% de las emisiones de carbono en toda nuestra cadena de valor, que equivale al consumo de energía de 69.000 casas en un año. Buscamos liderar la transformación energética de la Argentina y contagiar a otros en este camino.	GRI 302: Energía 2016 GRI 305: Emisiones 2016
Consumo responsable	Queremos que el 100% de las experiencias con nuestros productos sean positivas y cero en menores. Por ello, promovemos un consumo responsable de bebidas con alcohol. Nuestro compromiso es lograr Cero en menores, Cero al volante y Cero en exceso, para promover hábitos de vida saludable.	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016
Comunicaciones de marketing y autorregulación publicitaria	La autorregulación publicitaria no solo incluye temas de consumo responsable sino también de derechos humanos, perspectiva de género y comunicación inclusiva.	GRI 417: Marketing y etiquetado 2016
Calidad de productos e innovación	Contamos con 130 años de experiencia en el país y somos una compañía flexible y abierta en constante búsqueda de nuevos negocios disruptivos.	GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016
Integridad del negocio	La integridad, el comportamiento ético y la cultura de “no tomar atajos” son esenciales para nuestro negocio, valores fundamentales y ventajas competitivas. Consideramos que la única forma de hacer negocios es siguiendo políticas claras de ética y transparencia.	GRI 205: Anticorrupción 2016 GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016

Temas materiales de Cervecería y Maltería Quilmes	Definición	Estándar GRI relacionado
Resiliencia humana	<p>Ponemos a las personas en el centro. Nuestro rol como compañía es generar triple impacto: crear valor económico, con mirada social, buscando el desarrollo de las comunidades y cuidando el ambiente.</p>	<p>GRI 201: Desempeño económico 2016 GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 GRI 413: Comunidades locales 2016</p>
Compromiso con los Derechos Humanos	<p>Continuamente evolucionamos y fortalecemos nuestro enfoque de respeto por los derechos humanos. Esta temática es transversal a todo el negocio y contempla la diversidad y la inclusión, el consumo responsable, la promoción de hábitos compatibles con una vida saludable, la no discriminación ni violencia en el trabajo ni el hogar.</p>	<p>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 GRI 406: No discriminación 2016 GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016 GRI 408: Trabajo infantil 2016 GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016 GRI 412: Evaluación de Derechos Humanos 2016</p>
Compromiso con nuestra gente	<p>Tenemos un firme compromiso con el desarrollo, la seguridad y el bienestar de todas las personas que forman parte de la compañía. Trabajamos en programas internos para asegurar que cada quien pueda realizarse dentro de la compañía, desarrolle todo su potencial y se sienta libre de ser como es para que pueda alcanzar su mejor versión.</p>	<p>GRI 401: Empleo 2016 GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018 GRI 404: Formación y enseñanza 2016</p>

Una gran familia

[← Volver](#)

Indicadores de empleados ¹	2019			2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Por tipo de empleo						
Jornada completa	4.841	744	5.585	4.920	800	5.720
Tiempo parcial	33	1	34	38	1	39
Total	4.874	745	5.619	4.958	801	5.759
Por tipo de contrato						
Contrato indefinido o permanente ²	4.073	700	4.695	3.947	756	4.703
Contrato de duración determinada o temporal ³	801	45	924	1.011	45	1.056
Total	4.874	745	5.619	4.958	801	5.759
Por tipo de empleados						
Propios	4.874	745	5.619	4.958	801	5.759

1. Persona que tiene una relación laboral con la organización, de acuerdo con la legislación nacional.

2. Contrato celebrado con un empleado para trabajar a jornada completa o a media jornada por un periodo indeterminado.

3. Contrato celebrado con un empleado que finaliza cuando expira un periodo predeterminado o cuando se concluye una tarea específica para la que se ha calculado una duración.

4. Trabajadores que no son empleados, pero que realizan la operación.

Empleados por tipo de contrato y región	2019			2020		
	Contrato indefinido o permanente	Contrato de duración determinada o temporal	Total	Contrato indefinido o permanente	Contrato de duración determinada o temporal	Total
Buenos Aires	3.339	669	4.008	3.357	725	4.082
Córdoba	202	31	233	192	18	210
Corrientes	244	67	311	251	100	351
Mendoza	217	53	270	222	92	314
Neuquén	57	6	63	47	9	56
Patagonia	8	1	9	3	0	3
Santa Fe	281	23	304	283	13	296
Tucumán	347	74	421	332	115	447

 **Volver**

Categoría laboral y género	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Dirección	83%	17%	75%	25%
Gerencia	69%	31%	66%	34%
Jefatura	65%	35%	67%	33%
Colaborador/a	61%	39%	59%	41%
Operario/a	97%	3%	97%	3%

Categoría laboral y edad	2019			2020		
	Menor de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años	Menor de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Dirección	3%	91%	5%	2%	94%	4%
Gerencia	8%	87%	5%	7%	88%	5%
Jefatura	39%	57%	4%	35%	60%	5%
Colaborador/a	65%	27%	8%	63%	29%	8%
Operario/a	17%	65%	18%	18%	64%	18%

Nuestro equipo

Nuevas contrataciones (cantidad) Región	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Buenos Aires	149	712	861	105	293	398
Córdoba	8	27	35		16	16
Corrientes	5	62	67	6	38	44
Mendoza	5	57	62	3	45	48
Neuquén	2	10	12	2	8	10
Santa Fe	12	39	51	9	5	14
Tucumán	12	86	98	8	50	58
Total	193	993	1.186	133	455	588

Nuevas contrataciones (tasa)* Región	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Buenos Aires	26%	21%	21%	17%	8%	10%
Córdoba	24%	14%	15%	0%	9%	8%
Corrientes	26%	21%	22%	24%	12%	13%
Mendoza	23%	23%	23%	15%	15%	15%
Neuquén	25%	18%	19%	18%	18%	18%
Santa Fe	29%	15%	17%	18%	2%	5%
Tucumán	27%	23%	23%	17%	13%	13%
Total	26%	20%	21%	17%	9%	10%

* Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre.

Nuevas contrataciones (cantidad) Edad	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Menores de 30 años	167	532	699	103	303	406
Entre 30 y 50 años	26	453	479	30	152	182
Más de 50 años	0	8	8	0	0	0
Total	193	993	1.186	133	455	588

Nuevas contrataciones (tasa)* Edad	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Menores de 30 años	39%	48%	45%	24%	26%	26%
Entre 30 y 50 años	9%	15%	15%	9%	5%	5%
Más de 50 años	0%	1%	1%			
Total	26%	20%	21%	17%	9%	10%

*Metodología de cálculo: cantidad de altas / nómina a diciembre.

Rotación de Empleados (cantidad) Región	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Buenos Aires	56	113	169	36	70	106
Córdoba	1	18	19	2	4	6
Corrientes	2	7	9	2	2	4
Mendoza	2	4	6	4	7	11
Neuquén	1	5	6	0	1	1
Santa Fe	6	16	22	2	9	11
Tucumán	6	13	19	1	8	9
Total	74	176	250	47	101	148

Rotación de Empleados (tasa)* Región	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Buenos Aires	10,6%	4,0%	14,6%	6,1%	2,1%	8,2%
Córdoba	2,9%	9,0%	11,9%	7,1%	2,2%	9,3%
Corrientes	10,5%	2,4%	12,9%	8,0%	0,6%	8,6%
Mendoza	9,1%	1,6%	10,7%	20,0%	2,4%	22,4%
Neuquén	12,5%	9,1%	21,6%	0,0%	2,3%	2,3%
Santa Fe	14,6%	6,1%	20,7%	4,0%	3,7%	7,7%
Tucumán	14,3%	3,5%	17,8%	2,1%	2,0%	4,1%

*Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre.

Rotación de Empleados (cantidad) Edad	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Menores de 30 años	51	80	131	26	46	72
Entre 30 y 50 años	21	74	95	21	52	73
Más de 50 años	2	22	24	0	3	3
Total	74	176	250	47	101	148

Rotación de Empleados (tasa)* Edad	2019			2020		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Menores de 30 años	13,5%	7,9%	21,4%	6,7%	4,4%	11,1%
Entre 30 y 50 años	7,2%	2,5%	9,7%	5,9%	1,7%	7,6%
Más de 50 años	8,7%	2,8%	11,5%	0,0%	0,4%	0,4%

Metodología de cálculo: cantidad de bajas / nómina a diciembre.

Aprendizaje

Capacitaciones obligatorias

La diferencia entre hombres y mujeres se debe a que los equipos dentro del convenio, que tienen menos horas anuales de capacitación, están compuestos en su mayoría por hombres.

Cabe destacar que un colaborador puede optar por participar únicamente por los obligatorios o, puede optar por sumarse a todos los trainings listados abajo.

Promedio de horas de formación por empleado para capacitaciones obligatorias	2020	Training Opcional	Horas Anuales
Por género ¹		Charlas Quilmes Campus (32 charlas abiertas)	32
Hombres	12	Data Analytics Academy (5 clases de 4 hs)	20
Mujeres	15	Digital Mindset program (6 encuentros de 2 horas)	12
Por categoría laboral		Apasionados por la Cerveza (2 charlas de 1,5 hs)	3
Directores	16	LinkedIn Learning (hrs promedio por persona)	1,7
Gerentes	16		
Jefes	16		
Empleados (Analistas y coordinadores)	14,5		
Operarios	10		
		Training de acuerdo con el área	Horas Anuales
		Clases de portugués (1,5 hs por semana)	78

[1] Media de horas de formación por mujer: número total de horas de formación proporcionadas a empleadas de sexo femenino/número total de empleadas de sexo femenino. Media de horas de formación por hombre: número total de horas de formación proporcionadas a empleados de sexo masculino/número total de empleados de sexo masculino.

+ BIENESTAR

Menú saludable
Chequeo médico anual
Jornada deportiva
Programa de Asistencia al Empleado
Gympass
Semana Quilmes
Horario flexible
Día de cumpleaños

+ FAMILIA

Programa maternidad
(licencia extendida, soft landing y/o home office)
Kit escolar
Regalo Día de la Niñez
Mini Quilmes
Regalo fin de año
Canasta navideña
Reintegro guardería
Regalo de casamiento
Regalo de nacimiento

+ DESARROLLO

Quilmes Campus:
LinkedIn Learning
Leadership
Functional knowledge
Beer knowledge
Digital & tech journey
Descuentos en universidades

+ AHORRO

Descuentos:
En nuestros bares
Plataforma E-commerce
Bebidas gratuitas (oficinas)
Comedor subsidiado
Transporte subsidiado
Estacionamiento gratuito
Producto gratis mensual
Regalo de cumpleaños
Plataforma de descuentos

Evolución de la intensidad de emisiones de carbono (kgCO₂e/hl)- Alcance 1, 2 y 3

[← Volver](#)

	Volumen producido (hl)				Emisiones de dióxido de carbono (tCO ₂ e)				Intensidad de emisiones de carbono (kgCO ₂ e/hl)			
	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
Acheral	1.606.700	1.807.300	1.701.576	2.048.316	15.674	16.894	13.088	8.425	9,76	9,35	7,69	4,11
Crown Coroplas	0	0	0	0	516	329	186	7	0,00	0,00	0,00	0,00
Manantial	923.270	796.779	845.399	936.091	2.892	2.470	1.979	531	3,13	3,10	2,34	0,57
Mendoza	1.764.570	1.803.950	1.694.803	1.766.517	14.525	15.412	12.696	6.996	8,23	8,54	7,49	3,96
Maltería Tres Arroyos	0	0	0	0	48.683	50.565	26.371	35.253	0,00	0,00	0,00	0,00
Quilmes	3.997.810	4.003.873	3.762.760	3.802.539	39.452	41.928	32.449	18.415	9,87	10,47	8,62	4,84
Pompeya	5.834.960	5.712.400	5.172.695	4.548.362	18.429	19.214	14.073	4.729	3,16	3,36	2,72	1,04
Zárate	5.756.070	5.777.090	5.695.786	5.624.294	68.483	64.823	54.353	30.783	11,90	11,22	9,54	5,47
Maltería Pampa	0	0	0	0	56.596	49.232	40.398	29.949	0,00	0,00	0,00	0,00
Cervecería Argentina	0	0	45.523	996.340	0	0	562	6.192	0,00	0,00	12,34	6,21
Córdoba	773.140	738.054	631.393	707.583	2.661	2.632	1.832	318	3,44	3,57	2,90	0,45
Corrientes	1.705.590	1.629.660	1.460.404	1.742.688	12.317	61.614	7.763	2.884	7,22	37,81	5,32	1,65
Trelew	95.860	95.860	0	0	316	327	0	0	3,29	3,41	0,00	0,00
Total Argentina	22.457.970	22.364.967	21.010.339	22.172.730	280.544	325.441	205.749	144.482	12,49	14,55	9,79	6,52

Emisiones de CO₂ por alcance y región

[← Volver](#)

	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3	Emisiones totales (Alcance 1, 2 y 3)
Acheral	7.444	0	981	8.425
Crown Coroplas	6	0	1	7
Manantial	477	0	54	531
Mendoza	6.183	0	813	6.996
Maltería Tres Arroyos	31.144	0	4.109	35.253
Quilmes	16.276	0	2.139	18.415
Pompeya	4.293	0	436	4.729
Zárate	27.203	0	3.580	30.783
Maltería Pampa	26.459	0	3.490	29.949
Cervecería Argentina	5.472	0	719	6.192
Córdoba	288	0	30	318
Corrientes	2.342	0	542	2.884
Argentina	127.587	0	16.895	144.482

Alcance y lineamientos del **Reporte ASG 2020**

El Reporte Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG) de **Cervecería y Maltería Quilmes S.A.I.C.A. y G.** abarca todas las operaciones de la compañía y las sociedades controladas en Argentina para el ejercicio económico correspondiente al período del **1º de enero al 31 de diciembre de 2020.**

En este Reporte se desarrollan los temas claves para la gestión del negocio identificados en el análisis de materialidad, los **Objetivos de Sustentabilidad asumidos y su alineación con la Agenda 2030 de desarrollo sostenible.** Nuestro principal objetivo al rendir cuentas es dar a conocer los avances que realizamos en cada tema material identificado, comprometiéndonos a publicar anualmente nuestro desempeño.

Número de publicación: 5
Publicación anterior: **Reporte de Sustentabilidad 2017**
Periodicidad: **anual**

Nuestra gestión de Sustentabilidad y el proceso de rendición de cuentas se basan en los siguientes lineamientos:

- ☑ [Guía de estándares GRI \(Global Reporting Initiative\).](#) Este documento se elaboró de conformidad con la opción esencial de los Estándares de GRI e incluye adicionalmente contenidos requeridos para la opción exhaustiva.
- ☑ [Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres](#)
- ☑ [Objetivos de Desarrollo Sostenible \(ODS\) y Metas 2030 de Naciones Unidas. Herramienta SDG Compass -Guide 2015](#) (Pacto Global de Naciones Unidas, GRI, WBCSD).
- ☑ [Derechos del Niño y Principios Empresariales](#) de UNICEF, Save the Children y Pacto Global.
- ☑ [Serie AA1000 de AccountAbility](#) (Principios de AccountAbility AA1000AP 2018/ AA1000SES- Diálogo con los grupos de interés).



Hacé click en cada link para acceder al sitio web.

Contacto

Para realizar consultas o compartir su opinión acerca de nuestro Reporte pueden escribirnos a contacto@quilmes.com.ar

Proceso de elaboración del reporte ASG 2020

Coordinación general

Gerencia de Crecimiento inclusivo de Cervecería y Maltería Quilmes

Curadores de contenido

Cora Blue | www.corablue.com

Facilitadores externos

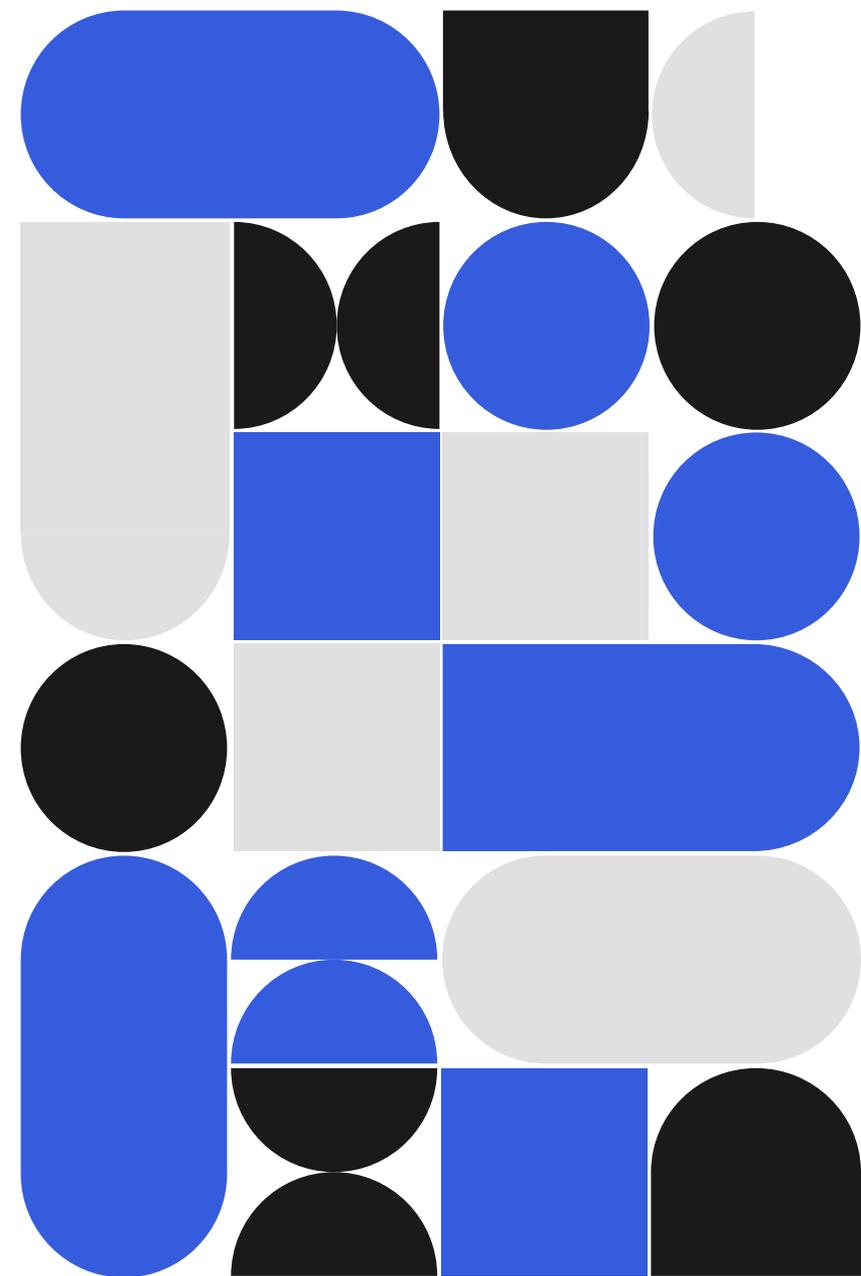
ReporteSocial | www.reportesocial.com

Diseño

Thesia | www.thesia.com.ar

Agradecimiento

Agradecemos a todos los colaboradores y colaboradoras que participaron en este proceso de elaboración del reporte por su trabajo y dedicación, y por ser promotores de buenas prácticas y acciones conscientes en sus áreas.





**CERVECERÍA
Y MALTERÍA
QUILMES**