

Cadena de valor

Nuestro impacto desde el campo al vaso

GRI 102-9

Detrás de cada producto hay un **gran equipo comprometido que enfrenta y supera desafíos**, buscando la calidad y confianza que nos caracteriza. Nuestra cadena de valor es una cadena de personas que día a día se esfuerzan por entregar los mejores productos y experiencias de consumo.

PRODUCTORES AGRO: Nuestras cervezas están elaboradas con cebada uruguaya, que proviene de más de **829 productores agropecuarios locales**.

Impulsamos la agricultura sustentable, capacitando, conectando y empoderando a los productores.

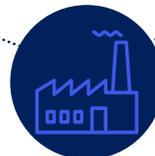
Hemos transformado a la cebada en uno de los principales cultivos de invierno, lo cual nos permite ser **autosustentables** y exportar cebada hacia otros países de la región.



ABASTECIMIENTO: El **78% de nuestros proveedores son uruguayos**. Nos aprovisionamos de materias primas de primera calidad para la elaboración y comercialización de bebidas.



ELABORACIÓN: Operamos **2 malterías, 2 cervecerías** y 1 planta de elaboración de refrescos. El **98,07%** de los subproductos de procesos son reciclados, contamos con plantas de tratamientos de efluentes en las cervecerías de Montevideo y Minas y en las Malterías de Nueva Palmira y de Paysandú.



CONSUMO: Nuestros consumidores se encuentran en el centro del negocio y día a día trabajamos para brindarles la mejor experiencia de consumo.

Expandimos nuestro portafolio de cervezas sin alcohol y de baja graduación alcohólica, así como cerveza sin gluten, con el objetivo de brindar más opciones de consumo y al mismo precio que la cerveza regular.



PUNTOS DE VENTA: Nuestras bebidas se comercializan en bares, restaurantes, almacenes, autoservicios, supermercados y sitios de e-commerce.

Trabajamos para fortalecer a los pequeños comerciantes, capacitarlos en herramientas de gestión y acompañarlos en los tiempos difíciles. Invertimos además en heladeras **más eficientes y con menor huella de carbono**.



POST CONSUMO: El **66%** del volumen que comercializamos de cerveza es en envase retornable.

Nos preocupamos por promover la retornabilidad, mejorar la recuperación y reciclaje de nuestros envases descartables.



DISTRIBUCIÓN: Buscamos reducir nuestro impacto ambiental, invirtiendo en tecnología para acortar y eficientizar las rutas, y apoyando a nuestros operadores logísticos en la adopción de transportes de bajas emisiones de carbono.

Nuestro Centro de Distribución está ubicado en Ruta 1 y trabajamos con **18 distribuidores en todo el país**.

Desarrollo y fortalecimiento de nuestra *cadena de valor*



Buscamos **empoderar, conectar, capacitar y fortalecer** a nuestros proveedores, distribuidores y clientes para apoyar el desarrollo sostenible de las economías, fomentando las buenas prácticas.

Fortalecer a clientes y distribuidores

En FNC seguimos renovándonos para brindarle a nuestros clientes nuevas y mejores herramientas con las que pueden potenciar su negocio.

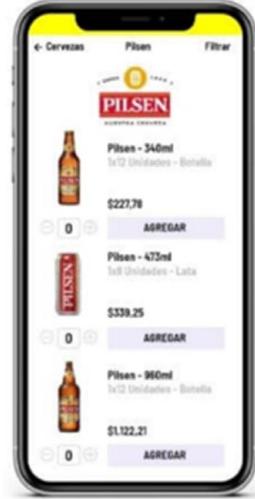
Todos los años realizamos encuestas de satisfacción a nuestros clientes y proveedores y seguimos los resultados del NPS (Net Promoter Score por sus siglas en inglés), una herramienta que mide su lealtad y nos indica cuántos de ellos nos recomendarían.



TEMA MATERIAL: FORTALECIMIENTO Y RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR ✓

KPI	2020	2021	VARIACIÓN
NPS clientes	44%	63%	+19 puntos porcentuales
NPS socios estratégicos	-	49*	

*Este es el promedio de las respuestas a la pregunta: "¿Del 1 al 10 cuánto recomendarías trabajar con FNC?". Solo contempla los meses de mayo a diciembre 2021.



Esta iniciativa implica un cambio importante ya que nuestros vendedores dejan de estar enfocados en las transacciones y podrán concentrarse mucho más en el relacionamiento con los clientes y el desarrollo del punto de venta, identificando las oportunidades de mejora del servicio.

GRI 102-6; 102-10; 203-2

Invertimos en tecnología para mejorar el nivel de servicio a nuestros clientes

En el último trimestre de 2021 lanzamos **Bees**, una plataforma e-commerce que acerca nuestro portafolio a los clientes, ofreciéndoles información en tiempo real y ayudándolos a crecer de la mano de la digitalización.

• **Venta algorítmica:** sugerencias de compra inteligentes y personalizadas para ayudar al usuario a elegir productos y cantidades óptimas según su historia de pedidos y negocios similares.

• **ClubB:** clientes ganan puntos por sus compras digitales, recibiendo un beneficio comercial adicional y mejorando su margen de ganancia.

• **Información en tiempo real:** Bees ofrece información en vivo sobre precios, stock disponible, estado del pedido y de la entrega, permitiendo tomar decisiones informadas y facilitando el trabajo de clientes y equipos comerciales.

• **Experiencia al cliente (CXC):** Implementamos un centro con atención y soporte omnicanal para atender reclamos, consultas y solicitudes, impulsando nuestro compromiso con la experiencia de nuestros clientes.

• **6 personas al servicio de la experiencia al cliente**



35,8% de facturación a través de Bees (sobre el total de la facturación de canal directa)

Superprecios

GRI 203-2

Con el fin de ayudar en un contexto económico complicado, desarrollamos **SUPERPRECIOS**, una plataforma de precios más accesibles para los consumidores específica en refrescos sin azúcar.





Redescubrí tu paraíso

GRI 413-1

Se trata de una campaña global de Corona con el objetivo de incentivar el turismo interno para paliar las consecuencias de las restricciones por el covid-19 en el sector turístico. Asociada al portal de alojamiento Uruguay365, Corona sorteó más de 100 estadias y varios descuentos a los que se accedían cargando en la web de la marca el código que figuraba en los packs de Corona 355.

GRI 102-9; 102-43; 102-44; 204-1

Apoyo a proveedores locales

Estamos comprometidos con seguir creciendo como empresa sostenible y por eso buscamos que todos nuestros procesos estén alineados con este fin. Esperamos que nuestros proveedores compartan nuestro objetivo y por eso realizamos auditorías semestrales (DPO y VPO) fundamentalmente en las etapas de elaboración/ producción y distribución de la mercadería.

Contamos con un total de 695 proveedores.

Las empresas proveedoras locales son tanto de la capital como del interior de Uruguay y las extranjeras provienen de Argentina, Brasil, Bulgaria, Colombia, Estados Unidos e Italia.



TEMA MATERIAL: FORTALECIMIENTO Y RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR

KPI	2020	2021	VARIACIÓN
Porcentaje de proveedores locales*	82%	78%	-5%
Porcentaje de compras a proveedores locales	85%	58%	-32%
NPS proveedores**	Puntaje: 37 puntos	Puntaje: 51 puntos	+14 puntos porcentuales ✓

* Refiere a proveedores locales activos con los que tuvimos interacción en el ejercicio

** NPS (Net Promoter Score, por sus siglas en inglés) es una herramienta que mide la lealtad de nuestros proveedores y nos indica qué porcentaje del total nos recomendarían.

Nueva Política de Abastecimiento Responsable

GRI 408-1; 409-1; 412-1; 414-1

Reconocemos la responsabilidad de la comunidad empresarial de respetar los derechos humanos, y de **acoger prácticas laborales responsables, la sostenibilidad y la integridad empresarial**, y procuramos promover estos valores entre nuestros proveedores y socios comerciales en nuestro empeño por hacer del mundo un lugar mejor.

Por eso en 2021 presentamos la **Política de Abastecimiento Responsable** que define nuestro enfoque y compromiso de respetar los derechos humanos, los estándares laborales, la salud y la seguridad, la gestión ambiental y la integridad empresarial a lo largo de nuestra cadena de valor.



Nos comprometemos a trabajar con proveedores, distribuidores, agentes y contratistas (socios comerciales) que compartan estos valores y adhieran a esta Política en sus operaciones. Además, también esperamos que nuestros socios comerciales garanticen el cumplimiento de esta Política por parte de sus colaboradores, tanto temporales como indefinidos, así como las partes implicadas a lo largo de su propia cadena de suministro en la provisión de bienes o servicios.

Extender el compromiso a nuestras empresas proveedoras

Nuestros Objetivos de Sustentabilidad y la Agenda de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas que apoyamos y promovemos exige involucrar a todos los actores intervinientes en nuestra cadena de valor, entre ellos a nuestros proveedores. Esta es la estrategia a seguir:



Empezar de adentro hacia afuera, avanzado con políticas internas que sumen y comprometan a nuestros **proveedores a la gestión sustentable de las operaciones**.



La base del éxito de la compañía es nuestro capital humano, y no solo aquel que emplea de forma directa, sino también toda la red de trabajo que se conforma a su alrededor. Es por esto último que **confiamos en que nuestros proveedores están alineados con nuestros objetivos y sueños**.

Si bien por el momento no se presentan criterios excluyentes para la selección de proveedores, estamos evaluando la posibilidad de incluir en los contratos (principalmente con operadores logísticos) **una cláusula relativa a la sustentabilidad y la responsabilidad con el impacto ambiental**.

Logros y desafíos

LOGROS 2021

- 🕒 **Fomentamos el desarrollo de empresas proveedoras pyme:** trabajamos para llegar a más empresas proveedoras con nuestra política de pago flexible que permite otorgar un plazo de pago inferior que el estipulado por la política global.
- 🕒 **NPS:** aumentamos 14 puntos porcentuales el indicador de satisfacción NPS proveedores

DESAFÍOS 2022:

- 🕒 Incluir políticas de sustentabilidad y derechos humanos en proceso de alta de empresas proveedoras
- 🕒 Lanzar una plataforma propia de proveedores que mejore la gestión y el manejo de su datos

