

Nuestra *gente*



Tenemos un firme compromiso con el desarrollo, la seguridad y el bienestar de todas las personas que hacen FNC.



764 personas: 593 hombres y 171 mujeres



Mejoramos el resultado de la Encuesta de clima con **90% de satisfacción** de nuestra gente. *3 puntos porcentuales más que el año pasado*



1º puesto en la encuesta de reputación Empleo Soñado por cuarto año consecutivo

Conocé más sobre lo que fue nuestro equipo durante 2021

Diversidad e *inclusión*

Desde hace 3 años trabajamos en el programa interno Autenticidad que a través de sus tres pilares: **RESPECTO, ORGULLO y SIN ETIQUETAS** busca generar un ambiente donde todas las personas sean respetadas, aceptadas y valoradas.

Los ejes de trabajo son nuestros programas de **género, LGBTQ+, discapacidad y socio eco.**

El **Comité de Autenticidad**, integrado por el Gerente general y todo el equipo de dirección, se reúnen mensualmente para darle agilidad a las iniciativas de Autenticidad.



Autenticidad fue reconocido en Cumplimiento Avanzado en premio DERES (Red de Empresas por el Desarrollo Sostenible) por la práctica que contribuye con los ODS 5, 8 y 10 “Programa por la diversidad e igualdad de oportunidades”.

Igualdad de género

GRI 102-15; 405-1

Implementamos iniciativas en pos de la igualdad de género. Retener, acompañar y desarrollar a nuestras personas durante toda su carrera, **con especial foco en los momentos críticos (ingreso, maternidad, paternidad, vuelta al trabajo, etc)**



- 43%** mujeres en jefaturas
- 46%** mujeres fuera de convenio
- 15%** mujeres dentro de convenio
- 100%** de las mujeres y hombres reciben la misma remuneración ante la misma categoría laboral
- Contratamos a las primeras mujeres autoelevadoristas en la operación**

Conocé nuestras políticas de género e inclusión 



Apoyamos los Principios para el Empoderamiento de las mujeres (WEPs)

Desde 2020 apoyamos formalmente los WEPs y durante el año, desde **Women in Beer**, el comité con representación de todas las áreas, formado por hombres y mujeres de diferentes sectores y jerarquías trabajamos en mejorar y potenciar los resultados del diagnóstico de brechas de género de ONU Mujeres.

Logros en Maltería para la inclusión de mujeres:

- Concientizamos a líderes sobre **ambientes psicológicamente seguros** a través de entrenamientos, charlas y comunicaciones.
- Formamos parte de **Comité de diversidad e inclusión a nivel regional**
- Mantuvimos **reuniones quincenales** de escucha activa con las mujeres operadoras en las que se abordaron aspectos de ergonomía, modificando equipos pesados y gracias a las cuales colocamos vestuarios femeninos provisorios.



Contratamos las primeras 2 mujeres en operación quienes recibieron entrenamientos para desempeñarse en la función.



Aprendizaje constante

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

Durante 2021 invitamos a **Collete Spinetti**, activista uruguaya reconocida por su labor en el colectivo de las mujeres trans, a una charla virtual con todos nuestros equipos con la finalidad de intercambiar acerca de la **igualdad de género**, así como también para poner sobre la mesa la inclusión y diversidad.

También realizamos talleres de género para eliminar sesgos junto a Brava, quienes trabajan para **impulsar y construir la equidad de género**, y en consulta con ONU mujeres.

Potenciar la voz de **nuestras marcas**

Buscamos generar un **cambio cultural cuya base sea el respeto a todas las personas**. Para eso, nos apoyamos en nuestras marcas y sus acciones, que tienen el propósito implícito de concientizar, reflexionar y educar acerca de diversidad e inclusión a quienes forman parte de nuestra cadena de valor.

Trabajamos con perspectiva de género en la comunicación de las marcas buscando cambiar el estereotipo que asocia el consumo de los productos solo con hombres, y adaptando nuestro portafolio para que satisfaga a todas las personas por igual⁸.

⁸ En todas las investigaciones de mercado que se realizan, no importa cuál sea la marca y la categoría se incluyen todos los géneros en el mismo nivel de representación de forma de tener siempre una mirada completa y asegurarnos de no dejar a nadie en el camino.



En 2021 Pilsen consagró un acuerdo de **apoyo de cinco años con el espacio que gestionan de forma compartida cinco colectivos feministas en la plaza Las Pioneras.**

Cotidiano Mujer, Las Puñadito, Encuentro de Feministas Diversas, Colectiva Elefante y Fundación Plemmu, los colectivos que conforman este espacio, y Pilsen trabajarán en conjunto para sensibilizar a través de talleres y diversas actividades.



Pilsen también tuvo una presencia relevante durante el carnaval promoviendo un carnaval más inclusivo. Desarrolló un taller llamado **“Imaginar el futuro del carnaval”** en plaza **Las Pioneras**, una apuesta a largo plazo establecida por la marca con el objetivo de impulsar acciones que fortalezcan las perspectivas feministas y la igualdad dentro de la expresión cultural.



Mirá el video



Cerveza Patricia *se compromete con la comunidad LGBTQ+* por los próximos 20 años

“Lo que importa es lo de adentro” es la esencia de Cerveza Patricia desde hace 20 años. Es una forma de hablar de nuestra cerveza y de su calidad, pero también es una forma en que la marca ve la vida, intentando inspirar a la gente a vivir de una forma auténtica. Gran parte de la sociedad vive de esta forma, pero particularmente hay una comunidad, la comunidad LGBTQ+, que se moviliza día a día por estos valores y derechos. Y si bien se ha logrado mucho, aún hay mucho por hacer para que culturalmente sea aceptado.

Por eso, Cerveza Patricia *afianza su compromiso con la comunidad LGBTQ+ ofreciendo apoyo económico y colaboración* por las próximas dos décadas para acercarse, fortalecer y ayudarles a que sigan creciendo en los diferentes ámbitos de la sociedad.

Conocé más



Esta es otra “Publicidad Orgullosa”, y nos llena de Orgullo que sea una más



Alcance de la campaña:

740.000 personas

alcanzadas, más de 6 marchas del Orgullo en términos de volumen de gente.

20 veces más comentada que una campaña promedio, ¡abrimos debate!

7 de cada 10 comentarios positivos, la conversación fue de apoyo a la comunidad

Discapacidad

Queremos **proveer accesibilidad** y fomentar que nuestro lugar de trabajo sea inclusivo para todas las personas. Tenemos el objetivo a 2022 de aumentar la dotación de personas en nuestros equipos a un **20% con el fin de generar representatividad**. Para lograrlo contamos con:

Socios estratégicos



Nuestra cadena de valor



Socio-eco

Brindamos oportunidades de formar parte de la compañía y de tener una experiencia laboral a toda persona con ambición de crecer. **Realizamos pasantías de inserción laboral y cursos de empleabilidad para alumnos y egresados de colegios de contexto crítico.**



Aprendizaje y formación



FNC 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*.

Tenemos 4 pilares de aprendizaje:



LIDERAZGO



FUNCIONALES



DIGITAL & TECH

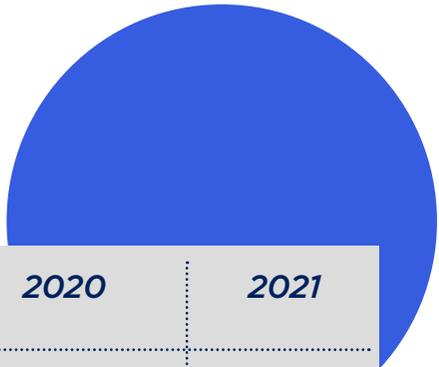


CONOCIMIENTO CERVECERO

A comienzos del año el equipo de *peop/e* realiza reuniones con cada líder para entender las necesidades de capacitación de las personas de sus equipos. A partir de los resultados de estas consultas y sumando las necesidades puntuales de la compañía arman los planes de formación.

A lo largo del año tenemos el proceso de **CICLO DE GENTE** para evaluar y potenciar a nuestros colaboradores.

Conocé más 



PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO	2020	2021
<i>Por género*</i>		
Hombres	60	65
Mujeres	50	55
<i>Por categoría laboral**</i>		
Directores	40	45
Gerentes	40	45
Jefes	50	55
Empleados	60	65
Operarios	100	105

* **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.

** **Media de horas de formación por categoría laboral:** Número total de horas de formación proporcionadas a cada categoría laboral/Número total de empleados en cada categoría. Nota: Las categorías laborales deben derivar del propio sistema de recursos humanos de la organización.

Selección de *nuestros talentos*

A la hora de seleccionar talentos, siempre *la prioridad es la promoción interna* y recién cuando se realizaron todos los movimientos posibles salimos a buscar afuera al perfil correspondiente.

La selección externa se realiza a través de la herramienta GUPY donde se genera el requerimiento de la vacante y los candidatos interesados se postulan. Esta búsqueda se publica en nuestras redes sociales y se comparte con universidades.



Ingresaron **41 personas** a la compañía durante 2021



Vos+

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.

Nuestros colaboradores gozan los siguientes beneficios:

+ bienestar

- ⦿ Seguro de vida
- ⦿ Emergencia médica SEMM
- ⦿ Carné de salud in company, vacunación gratis
- ⦿ Desayuno saludable (frutas, yogurt, cereales, yerba)
- ⦿ Nutricionista
- ⦿ **Días libres:** cumpleaños, cumpleaños de hijo/as, mudanza.
- ⦿ Viernes corto
- ⦿ Masajes laborales
- ⦿ Sillas ergonómicas
- ⦿ Kit de tecnología
- ⦿ Programa de asistencia profesional al empleado (asesoramiento psicológico, legal y contable- financiero entre otros)
- ⦿ Cobertura médica en MP con precio especial

+ familia

- ⦿ Programa maternidad (licencia extendida y soft landing)
- ⦿ Kit escolar para niños entre 3 y 17 años
- ⦿ Guardería
- ⦿ Regalo de nacimiento y de casamiento
- ⦿ Licencia paternidad 45 días corridos
- ⦿ Licencia por fertilización in vitro
- ⦿ Licencia por adopción
- ⦿ Vitricación de óvulos

+ desarrollo

- ⦿ Quilmes Campus
- ⦿ LinkedIn Learning
- ⦿ Beneficios en universidades de Uruguay y Argentina
- ⦿ Idiomas a través de NULINGA
- ⦿ \$ 350.000 en becas para que inviertan en aprendizaje y desarrollo

+ ahorro

- ⦿ **Descuentos:**
 - En nuestros bares
 - Plataforma E-commerce
 - Bebidas gratuitas (oficinas)
- ⦿ Descuento en el comedor
- ⦿ Producto gratis mensual
- ⦿ Regalo de cumpleaños y fin de año, canasta navideña
- ⦿ Aguinaldo doble en diciembre

Todas nuestras personas pueden encontrar el detalle de cada beneficio y una cuponera de descuentos amplia en todos los rubros y en todo el país en www.fncvosmas.com



Logros 2021

Great Place to Work:

- 🕒 4° puesto en el ranking general
- 🕒 4° puesto en el ranking mujeres

Desafíos 2022

- 🕒 Club de líderes.
- 🕒 Pipeline Mujeres en el liderazgo (SOMOS UY)
- 🕒 Mantener el primer puesto en la encuesta de reputación Empleo Soñado + Llegar al podio en GPTW
- 🕒 On boarding- mejorar el programa de reconocimiento interno

