
MEMORIA ANUAL

2020-2021



CONTENIDO

| | |
|---|----|
| DATOS GENERALES | 3 |
| DIRECTORIO | 4 |
| 101ª MEMORIA ANUAL | 5 |
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| ESCENARIO ECONÓMICO | |
| ESCENARIO POLÍTICO | |
| CRISIS SANITARIA | |
| CONTRABANDO | |
| LA INDUSTRIA CERVECERA | |
| DESCRIPCIÓN DE NUESTRAS ACTIVIDADES Y NEGOCIOS | 10 |
| VENTAS Y MARKETING | 13 |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | 18 |
| INFORME DEL SÍNDICO | 27 |
| INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE | 29 |
| ESTADOS FINANCIEROS | 34 |

DATOS GENERALES

RAZÓN SOCIAL

Cervecería Boliviana Nacional S.A.
NIT: 1020229024
Matrícula del Registro de Comercio: 12783

DOMICILIO LEGAL

Calle Chuquisaca N° 121
La Paz, Bolivia

DIRECCIÓN CASA MATRIZ

Av. Montes N° 400
Z. Challapampa
Casilla Postal 421
Teléfono: (591-2) 2455455
La Paz, Bolivia
Correo electrónico: gerenciageneral@cbn.com.bo

DIRECCIÓN SUCURSALES

Planta Huari

C. 1° de Mayo esq. C. Federico Bold S/N.
Zona Central
Santiago de Huari

Planta Cochabamba

Av. Centenario Final S/N
Z. Tiquipaya
Cochabamba

Planta Enalbo

Carretera a Vinto S/N
Zona Vinto
Oruro

Planta Santa Cruz

Km 14 Antigua carretera a Cochabamba
Sección La Guardia C
Santa Cruz

Planta Tarija

C. Heroes del Chaco S/N
Zona Industrial
Tarija

Planta Gaseosas Cochabamba

Avda. Villazón Km. 6 y ½ S/N
Zona Chacacollo
Cochabamba

Planta Gaseosas El Alto

Avda. Panamericana S/N
Zona Río Seco
El Alto

AUDITORES EXTERNOS

PRICEWATERHOUSECOOPERS S.R.L.

DIRECTORIO

PRESIDENTE

Tiago Pereira Da Costa De Menezes

VICEPRESIDENTE

Santiago Galliano

SECRETARIO

Julio Cesar Gamarra Roy

DIRECTORES SUPLENTE

Juan Pablo Alvarez Rocabado

Hans Walter Lehm Murillo

SÍNDICO TITULAR

Luis Alípaz Echazú

SÍNDICO SUPLENTE

Antonio Peres Velasco

101ª MEMORIA ANUAL

PERIODO DEL 1 DE ABRIL DE 2020 AL 31 DE MARZO DE 2021

El Directorio de Cervecería Boliviana Nacional S.A., en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 19, inciso a) de los Estatutos de la Compañía y en aplicación del artículo 285, inciso a) del Código de Comercio, somete a consideración de la Junta General Ordinaria de Accionistas, la 101ª Memoria Anual de la Compañía.

Cervecería Boliviana Nacional S.A. fue constituida mediante Escritura Pública N° 213/1920 de fecha 31 de marzo de 1920, su personería jurídica es reconocida mediante Resolución Suprema de fecha 7 de mayo de 1920.

Entre los años 2001 y 2003, como consecuencia de dos procesos de fusión, la Sociedad ha incrementado su patrimonio, incorporando a partir del 1º de agosto de 2001 los patrimonios de Cervecería Boliviana Nacional Santa Cruz S.A., Cervecería Santa Cruz S.A. y Cervecería Bavaria Unión Tarija S.A. y a partir del 1º de enero de 2003 los patrimonios de Cervecería Taquiña S.A. y Envases de Aluminio Boliviano S.R.L. (Enalbo S.R.L.).

En fecha 9 de octubre de 2009, Cervecería Boliviana Nacional S.A. incorporó, mediante un proceso de fusión por absorción a la empresa Bebidas y Aguas Gaseosas de Occidente S.R.L. (ByAGO S.R.L.), con lo cual integró a su patrimonio dos plantas de elaboración y envasado de bebidas gaseosas.

La Compañía tiene por objeto principal la fabricación de cerveza, aguas gaseosas, subproductos, envases de bebidas y cualesquiera otros productos similares, así como actividades industriales y comerciales vinculadas con las descritas precedentemente.

Los estatutos de la Compañía concuerdan con las disposiciones del Código de Comercio y se hallan inscritos en el Registro de Comercio administrado por la Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMPRESA).

| | |
|---|----------------|
| NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT): | 1020229024 |
| MATRÍCULA DE REGISTRO DE COMERCIO: | 12783 |
| PADRÓN DE LA CÁMARA NACIONAL DE INDUSTRIA: | 10034 |
| CAPITAL AUTORIZADO, AL 31 DE MARZO DE 2020: | Bs 300.000.000 |
| CAPITAL PAGADO, AL 31 DE MARZO DE 2020: | Bs 187.574.800 |
| CÓDIGO INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME: | 15530 |

El Capital Pagado está representado por 1.875.748 acciones, con un valor nominal de Bs 100 cada una.

MEMORIA INSTITUCIONAL



El periodo comprendido entre marzo de 2020 y abril de 2021 posiblemente sea uno de los más difíciles que pueda recordar el país en muchas décadas. Abandonando apenas una dura crisis política, el país se vio inmerso de repente en la pandemia global por el Coronavirus.

La irrupción de la enfermedad en el escenario local frenó en seco las actividades comerciales, cerró las fronteras, y enfrentó a un importante porcentaje de la sociedad boliviana a la incertidumbre sobre su futuro.

Cervecería Boliviana Nacional tuvo que adaptarse a un nuevo entorno en el que, por un lado, el mercado de las bebidas se paralizó, pero que al mismo tiempo tuvo que responder a las urgentes necesidades de un país en emergencia.

Hemos puesto todo el esfuerzo institucional, toda la capacidad logística y todo el compromiso de la familia CBN para luchar contra la pandemia. Pusimos como prioridad a nuestra gente y el apoyo solidario a la primera línea de defensa en contra del COVID-19, pero por sobre todas las cosas, brindamos ayuda a quienes más lo necesitaban, porque la solidaridad está en nuestro ADN.

ESCENARIO ECONÓMICO

El 10 de marzo de 2020 Bolivia registra, de manera oficial, el primer caso de Coronavirus en su territorio, un punto de inflexión que marcaría profundas transformaciones sociales, políticas, económicas y que desencadenaría varios cambios estructurales en el país.

12 días después del ingreso de la enfermedad en el territorio boliviano se inicia la primera cuarentena rígida con el cierre de fronteras, suspensión del transporte aéreo y terrestre de pasajeros, el confinamiento de las personas en sus hogares y el cierre de las actividades comerciales no esenciales. La medida, paulatinamente flexibilizada, se prolongó por espacio de seis meses.

Las medidas tomadas por el gobierno transitorio para frenar el avance de la enfermedad golpearon fuertemente la economía, que ya venía de un proceso de desaceleración que se sumó una institucionalidad política dañada desde la crisis política de finales de 2019.

Como parte de las principales medidas económicas para enfrentar la crisis global de la pandemia, en Bolivia se aplicó una política de transferencias de renta bajo la forma de bonos, y una serie de diferimientos del pago de créditos en el sistema bancario.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe había previsto que Bolivia terminaría la gestión 2020 con una contracción del -8,0%. Sin embargo, de acuerdo a la estimación del Banco Mundial, la contracción alcanzó a -7,3%.

En cambio, se espera que la economía boliviana tenga un crecimiento del 4,3% en el año 2021, siempre de acuerdo a las estimaciones del Banco Mundial, aunque estas podrían variar de acuerdo al comportamiento de la pandemia y su impacto en la reactivación del aparato productivo del país.

ESCENARIO POLÍTICO

En términos políticos, el periodo comprendido entre abril 2020 y marzo de 2021 se ha caracterizado por profundos clivajes en la sociedad boliviana, como efecto de la crisis política de octubre-noviembre de 2019.

El gobierno transitorio de Jeanine Añez, tenía la principal tarea de convocar a elecciones para dirimir la aporía política generada por las acusaciones de fraude en las elecciones del 20 de octubre de 2019 y las contraacusaciones de que un golpe de estado interrumpió el Estado de derecho forzando la renuncia del presidente Evo Morales.

Sin embargo, la pandemia ocasionó que el proceso electoral, previsto inicialmente para el 3 de mayo, tuviera que postergarse, primero para el primer domingo de agosto y luego para el 18 de octubre.

Esta última postergación, unida a la decisión de la Presidenta de participar como candidata en el proceso electoral, decisión que tuvo que retirar después, generó una nueva crisis política y social que tenía el agravado escenario de la pandemia.

Finalmente en las elecciones celebradas el 18 de octubre, el Movimiento al Socialismo retoma el control del gobierno central con el 55,11% de los votos, aunque esto no fue una garantía para la paz social en el país.

Las elecciones subnacionales celebradas el 7 de marzo de 2021 en las que se eligieron alcaldes y gobernadores, equilibraron un poco el escenario político. En las cuatro principales ciudades del país y en seis de los nueve departamentos, se impusieron en las urnas alcaldes y gobernadores de oposición al MAS.

CRISIS SANITARIA

La pandemia global de COVID-19 ha encontrado un sistema sanitario colapsado. Ya antes de la llegada de la enfermedad, el déficit hospitalario, la gestión poco eficiente y la baja cobertura de los seguros sociales a corto plazo eran evidentes en Bolivia.

El resultado evidente de este estado de situación ha sido la sobresaturación de los hospitales, la escasez de medicamentos, oxígeno y salas de terapia intensiva.

Desde el inicio de la pandemia, hasta finales del mes de abril de 2021, el acumulado nacional era de 303.732 contagios, de los cuales 40.401 continuaban activos, según el reporte emitido por la Dirección Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud y Deportes el 30 de abril.

La inmunización contra el coronavirus comenzó a principios del mes de marzo y hasta el 29 de abril se habían aplicado 799.322 entre la primera y segunda dosis de las vacunas Sputnik V, AstraZeneca y Sinopharm, de acuerdo al reporte de vacunación masiva hasta esa fecha, 576.819 salubristas y personas de la tercera edad con y sin enfermedad de base recibieron la primera dosis de la vacuna contra la COVID-19 y 222.503 recibieron la segunda dosis.

CONTRABANDO

De acuerdo a los datos de la Cámara de Industria, Comercio y Servicios de Santa Cruz, CAINCO, El valor agregado de la producción de alimentos y bebidas en Bolivia supera los \$us 2.200 millones y contribuye con cerca al 7% a la economía nacional.

Esta contribución es similar al de la minera o el comercio y representa poco más de la mitad del aporte de la industria manufacturera, de acuerdo al empresariado de Santa Cruz.

De acuerdo con un estudio elaborado por Euro Monitor, entre los años 2016 y 2019 el contrabando de cerveza se había incrementado en 39% por ciento, cifra que equivale a 33 millones de litros.

Sin embargo, a partir de las medidas de contención a la pandemia global de COVID-19, el fenómeno del contrabando ha crecido entre 2020 y 2021 hasta alcanzar cifras récord.

Los puntos de ingreso de contrabando de cerveza sobre las fronteras que Bolivia tiene con Brasil y Argentina se han multiplicado y tan solo entre los meses de enero a mayo y solo en la frontera sur, se decomisaron 46 toneladas de bebidas internadas ilegalmente al país de acuerdo al reporte de la Aduana Nacional.

De acuerdo a la Cámara Nacional de industrias, el Estado ha dejado de percibir 110 millones de dólares en tributos aduaneros.

El contrabando golpea directamente a las 60 industrias cerveceras del país y pone en riesgo los 70 mil empleos (entre directos e indirectos) que ellas

generan, de acuerdo a la iniciativa Pasión Cervecera que agrupa a los más importantes fabricantes de cerveza del país.

Cada año ingresan de contrabando al país un promedio de 100 millones de latas de cerveza, de acuerdo a los cálculos de la Cámara Nacional de Industrias.

LA INDUSTRIA CERVECERA

La industria cervecera se encontraba estancada desde el 2015 hasta el 2019 con un índice de crecimiento compuesto cercano a 0%, esto se debe principalmente a que tenemos la cerveza más cara de Latinoamérica por toda la carga impositiva. La cerveza paga un impuesto por mililitro de alcohol tres veces más alto que el promedio de la industria de bebidas alcohólicas, convirtiendo a CBN en la principal empresa industrial en contribución impositiva.

Durante el 2020, se sumaron otros factores que hicieron que la industria cervecera cayera un 25% vs 2019 y que CBN perdiera un 27% de volumen total de ventas contra el año anterior. Entre los factores principales tenemos:

- ✿ Contexto COVID-19: La pandemia trajo consigo la cancelación de los eventos folklóricos más importantes y restricciones en la operación de bares y restaurantes, esto nos quitó nuestra principal ocasión de consumo que estaba en el consumo fuera del hogar (dos tercios de nuestro volumen venía de estas ocasiones de consumo). Como consecuencia, a su vez, el mercado viró a los empaques pequeños y personales como primera opción (calibres menos rentables que nuestras botellas retornables).
- ✿ Contrabando: Las constantes devaluaciones del Peso Argentino (peor devaluación en últimos 20 años) y del Real Brasileño (peor devaluación histórica), generaron el ingreso acelerado de cervezas a muy bajos precios reduciendo demasiado el precio por litro promedio del mercado y dejando a nuestras marcas muy caras (por ejemplo, Paceaña quedó a un precio relativo de 138%). Hoy en día, el contrabando llegó a pesar casi un 20% del mercado que es equivalente a casi 400kHls anuales.
- ✿ Restricciones: A diferencia de la mayoría de los países del mundo, tuvimos constantes restricciones tanto al consumo como a la venta de nuestros productos, desde leyes secas y cuarentenas rígidas estrictas hasta incluso tener nuestros camiones distribuidores retenidos con mercadería. Esto sucede a raíz de la mala percepción que tiene la gente sobre la imagen de nuestra categoría, es por esto, que el desarrollo de planes que vayan a mejorar este factor ya están siendo implementados.

DESCRIPCIÓN DE NUESTRAS ACTIVIDADES Y NEGOCIOS

Cervecería Boliviana Nacional S.A. (CBN S.A.), se constituye en la primera Industria Nacional manteniendo liderazgo en el mercado de cervezas y está consolidada como la mayor exportadora de cervezas del país.

Adicionalmente, cabe señalar que, a partir del mes de noviembre de 2009, se sumó el negocio de gaseosas a través de la fusión por absorción de Bebidas y Aguas Gaseosas de Occidente S.R.L. (ByAGO).

COMERCIALIZACIÓN

La Compañía posee un portafolio de marcas a través de las cuales comercializa distintas variedades de cerveza y también Maltas. Cada una orientada a satisfacer los gustos de nuestros consumidores. Estos productos son comercializados en envases de vidrio retornables de 1.000cc., 710cc, 620cc y nuestra innovación 235cc.

Adicionalmente, se tienen presentaciones en botellas no retornables, latas y barriles de acero inoxidable de 50 y 20 litros.

Por otra parte, CBN S.A. se constituye en el principal exportador de cerveza del país, llegando con sus productos a países como Estados Unidos, España y Chile.

En gaseosas, se comercializan bajo contrato de franquicia y propias las siguientes marcas: Pepsi, Pepsi Light, Seven Up, Mirinda Oriental, Gatorade, Guaraná Antártica y H2O! recientemente incorporada en nuestro portafolio de marcas. Estos productos son comercializados en envases de vidrio retornable y plástico no retornables de distintos calibres.

Para atender de manera eficiente la demanda de cervezas y gaseosas la Compañía dispone de centros de distribución y despacho que están instalados en las siguientes ciudades: La Paz, El Alto, Santa Cruz, Puerto Quijarro, Oruro, Santiago de Huari, Tarija, Cochabamba, Cobija, Guayaramerín, Trinidad, Yacuiba, Sucre y Potosí.

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Durante la gestión Cervecería Boliviana Nacional continuó liderando en seguridad, realizando importantes inversiones, adecuaciones y capacitaciones en cada una de nuestras plantas. Cerrando la gestión 2020 con cero accidentes con baja.

✿ Esta gestión debido a la pandemia incluimos capacitaciones específicas en prevención de COVID-19 y trabajamos en los protocolos específicos en cada una de nuestras fábricas. De igual forma, seguimos trabajando en la cultura de seguridad para sustentar nuestros resultados.

✿ Como puntos trabajados específicamente en COVID-19 tenemos:
Elaboración de protocolos de Bioseguridad, enfocados en procedimientos de bioseguridad para ingresar a nuestras instalaciones

- Toma de temperatura
- Desinfección de áreas de trabajo y áreas comunes
- Adecuación de puestos de trabajo y áreas de alimentación e higiene
- Identificación de síntomas asociados a COVID-19
- Protocolo de traslado del personal a nuestras fabricas

✿ Las principales Campañas de este año fueron:
"Prevención de COVID-19" Se revisó y evaluó el riesgo de contagio y se tomaron medidas preventivas para evitar mayores contagios. Se elaboraron capacitaciones específicas enfocadas en el cuidado en el hogar, uso de EPPs, lavado de manos.

- ❁ “Liderazgo en seguridad”. Alineada con la capacitación de “Cultura de seguridad”, el objetivo es transmitir a cada una de las personas que trabajan en nuestra compañía que la seguridad es un valor que se construye segundo a segundo. El enfoque principal es el comportamiento, fortaleciendo la consciencia en seguridad. Debido a la situación se realizaron de forma virtual
- ❁ “Seguridad en el hogar”. Continuamos reforzando esta capacitación con la finalidad de generar un cambio cultural en nuestra gente, aplicando normas y conocimientos de seguridad en nuestros hogares con compromiso. Se incluyeron temas de COVID- 19 para el cuidado de la salud de las familias
- ❁ “Semana de la seguridad”. Se desarrollaron actividades virtuales en las cuales todas las plantas de Bolivia se dedicaron a revisar los resultados de seguridad, este año el tema principal en todas nuestras plantas fue:

- COVID -19 : Reforzando y analizando los protocolos ya descritos en punto anterior.
- Seguridad en el trabajo: Se analizaron los accidentes más importantes de la zona y se realizaron actividades enfocadas en las medidas preventivas que nos ayudan a evitar eventos similares.

Las herramientas que se reforzaron fueron: cultura de seguridad, reforzando el comportamiento seguro de los trabajadores y los líderes de cada sector, y así reconociendo a las personas que realizan comportamientos seguros, los comportamientos seguros de nuestra gente son fundamentales para lograr nuestro sueño de Cero Accidentes.

A fin de generar un mayor impacto, se realizaron carteleras informativas y panfletos en cada una de nuestras plantas, centros de distribución y salas de venta en todo el país. Así como comunicados virtuales transmitidos vía WhatsApp.

Las campañas transmitidas fueron: “COVID - 19”, “No uso del celular mientras conduzco”, “Uso de cinturón de seguridad”, “Seguridad en el hogar”, Prevención de accidentes con potencial de fatalidad “SIF”

MEDIO AMBIENTE

En cuanto a Medio Ambiente se realizaron varios eventos importantes, entre ellos podemos mencionar:

- ❁ **Día Mundial del Medio Ambiente.** La actividad se enfocó en reconocer el uso eficiente y sostenible de los recursos naturales. Actividad virtual debido a COVID-19. Cada una de nuestras plantas e instalaciones se enfocaron en la sustentabilidad ambiental mediante:
 - El liderazgo de CBN en sostenibilidad continúa moviéndose “fuera de las paredes” de la Planta y en 360° trabajando con nuestras comunidades cercanas. Se realizó una conferencia con el resto de las zonas del mundo para mostrar todo el trabajo realizado con la comunidad en Taquiña como ejemplo a nivel mundial. Así mismo se trabajó con Huari y Sacaba iniciativas que puedan seguir aportando en nuestras comunidades
 - Generando comunicados a través de los medios de comunicación social y la atención de los sectores de interés.
 - Celebrando nuestra contribución a la naturaleza mediante la preservación y protección de RRNN a través del ahorro de agua, el uso de efluentes y energías renovables y la reducción de las emisiones a partir de 2012.
 - Concretando el logro de nuestros Objetivos de un “Mundo Mejor” un año antes de lo esperado.

- ❁ **Día del Agua**, La celebración de este año se realizó de forma virtual enfocándonos en analizar los cambios medioambientales que provocan crisis asociadas a los recursos hídricos en Bolivia.

Se compartió los avances que tuvimos con la reducción del consumo de agua para lograr nuestro objetivo global de Medio Ambiente.

Por otro lado, las plantas reforzaron campañas ambientales y se trabajó con las autoridades y organizaciones para dar apoyo a iniciativas como limpieza de lagunas como por ejemplo el lago Uru Uru y Chojasivi, comunidad aledaña al lago Titicaca

CALIDAD

- ❁ Durante esta gestión todas las plantas obtuvieron el puntaje necesario para sustentar el pilar de calidad de nuestro programa de excelencia industrial, con un valor mayor a 70% (valor mínimo para la nueva estructura del pilar de calidad). Planta La Paz fue la primera en el pilar de calidad en Bolivia con un 76,14% y Santa Cruz en segundo lugar con 76,07%.
- ❁ El 2020, en el primer semestre, Planta La Paz fue ganadora de "La copa del cervecero" de toda la zona de Sudamérica, y a fin de año, volvió a repetir este logro planta La Paz, porque fue ganadora de "La copa del cervecero de todo el año 2020 de la zona SAZ". Estos logros muestran la calidad sensorial de nuestras cervezas en toda Bolivia.
- ❁ El 2020 planta Soft drink El Alto ganó: "La Soft Drink Master Cup, del año y de la zona SAZ". Mostrando que Bolivia también tiene una excelente calidad en sus gaseosas.
- ❁ En las auditorías de Calidad de Pepsico: a) La llamada AIB, que ahora el estándar es mayor a 800 puntos de 1000 puntos y es sin previo aviso, planta El Alto obtuvo el puntaje más alto de Bolivia con 825 puntos sobre 1000 puntos y Sacaba 745 puntos (se elaboró un plan de mejora); b) En la llamada auditoría QAS; planta Sacaba obtuvo el valor más alto de Bolivia, de 98,2% sobre 100% y El Alto obtuvo un puntaje de 92,9%.
- ❁ En Noviembre del 2020 se realizó la semana de la calidad con mucho éxito, aunque no con la misma intensidad que otros años, debido a las restricciones debido a la pandemia, el objetivo fue mostrar a toda la planta, la cultura de calidad que tenemos y que debemos cultivarla todos los días. Se caracterizó por el trabajo de todas las áreas para mostrar con orgullo el proceso cervecero de los productos que elaboramos, dentro de las normas de calidad más rigurosas y poniendo en práctica los principios cerveceros; actividad muy intensa que duró una semana en todas las plantas de Bolivia, donde: operadores, mandos medios y líderes de cada sector expusieron con juegos didácticos, presentaciones, stands y capacitaciones lo que mejor saben hacer.
- ❁ Se elaboraron los siguientes nuevos productos:
 - En división cervezas: Se desarrolló el producto Chicha cebada en planta Cochabamba; y Santa Cruz; Chicha maíz en Cochabamba y en Huari se elaboró y envasó Paceña 235cc. Este año se hace Chicha cebada en planta La Paz y chicha Maíz en La Paz y Santa Cruz
 - En División gaseosas: se hizo el cambio de long finish a short finish, y tapa rosca liner less, por tema de tecnología y costo.

Premios a la calidad:

2021 Monde Selection:

- Paceña Pilsener 620cc ganó la medalla de plata en la competencia Monde Selection.
- Huari Pilsener 620cc, ganó la medalla de plata en la competencia del Monde selection.
- Paceña centenario 350cc (pura malta) fue premiada con la medalla de plata en la competencia de Monde Selection.

VOLUMEN DE VENTAS

El negocio de cervezas a nivel local tuvo un impacto en comparación con el año anterior, debido a la coyuntura de la pandemia del COVID-19. Con un golpe muy fuerte al negocio dadas las restricciones. Por otro lado, aun convivimos con la constante presencia de contrabando en las fronteras, expandiéndose hasta las ciudades dados sus altos márgenes de ganancia y precios bajos al consumidor.

Las Exportaciones cayeron, ya que se continuó dando prioridad al mercado local, sin embargo, se emprendió una campaña de búsqueda de nuevos clientes en el mercado externo.

GASEOSAS

Respecto al negocio de gaseosas, el volumen se vio menos afectado en comparación con el año anterior, este crecimiento se da sin importar los factores externos descritos anteriormente. El mismo fue desarrollado con base a la continuidad de estrategia e impulso que se dio a la fuerza de venta directa a nivel nacional.

ACTIVIDADES EN PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

El portafolio de CBN goza de un indiscutible liderazgo en el mercado Boliviano de bebidas. A través de más de 15 marcas, nacionales e internacionales, satisfacemos las distintas necesidades de nuestros consumidores y consumidoras.

Durante la gestión 2020-2021 realizamos, como todos los años, varias actividades y campañas a través de acciones innovadoras y modernas, con el objetivo de aumentar nuestra participación en el mercado y la rentabilidad del negocio, además de mejorar la salud de las marcas conectándonos con nuestros consumidores.

PACEÑA

Tratar de hacer un resumen de lo realizado durante el 2020- 2021, sería casi imposible luego de todo lo vivido no solo por la empresa sino también por Bolivia y el mundo en general.

La pandemia del COVID-19 siguió dando sus latigazos este año, con nuevas olas de contagios, restricción de horarios, disminución de la actividad económica y temor en la población en general.

Paceña entendió que no puede vivir ajena a la realidad y que era la oportunidad de decir "Presente, aquí estoy a tu lado", y lo hizo con una serie de acciones y eventos en beneficio de la comunidad y de los consumidores.

Paceña es la cerveza líder dentro de su rubro, pero hoy quiere demostrar que también lo es en solidaridad.

A continuación, vamos a enumerar acciones y eventos que se llevaron a cabo, que nos llenan de orgullo y que son aterrizadas a la nueva realidad que vive el país:

Modelos de mujer:

La mujer boliviana es luchadora, emprendedora y no conoce límites para lograr sus sueños. Muestra con orgullo la tricolor allí donde se encuentre y es la embajadora de nuestra cultura. Para mostrar eso se llevó a cabo la campaña "Modelos de mujer", donde se ejemplificó con siete casos de mujeres destacadas, su inspirador trabajo y empeño. Por otro lado, se realizó la campaña "Mujer segura" junto a la institución financiera de desarrollo Pro Mujer, con quienes se habilitó una línea gratuita para asesorías referidas a casos de violencia de todo tipo, que brotaron más a causa del encierro resultante de la cuarentena rígida.

Pasión cervecera:

En junio de 2020 Pasión Cervecera Boliviana nació con la convicción

de que la cerveza es un símbolo de unión. Por este motivo se conformó la alianza de siete productores de cerveza (Paceña, Bendita, Prost, Madera, La Artesana, San Miguel y El Salar) con el objetivo de promover la reactivación de toda la categoría y de crear una cultura cervecera exploradora, variada y responsable.

Una de las primeras acciones de esta alianza fue desarrollar un pack de venta conjunto, además de ofrecer el portafolio de productos de todas las marcas a través de Tiendas Ya! la cadena de retail más grande de Bolivia.

Megafestichela:

El estar encerrados no fue la excusa perfecta para no disfrutar en casa. Bajo este concepto, Paceña llevó a cabo una serie de eventos musicales transmitidos por televisión y redes sociales. El consumidor estaba acostumbrado durante años a disfrutar de manera presencial, grandes conciertos musicales en vivo.

Estos shows musicales están pensados para levantar el ánimo y dar esperanza a nuestros consumidores y, además, reactivar el rubro artístico tan golpeado por el distanciamiento social.

Fechas como año nuevo o carnaval, orgullo de los bolivianos, fueron fechas clave para acompañar a nuestros consumidores con nuestros artistas y variedad de estilos musicales.

Moderación:

El descenso en cada una de las olas de COVID -19 ha traído reencuentros, juntas masivos, apertura de restaurantes, discotecas y todo esto, ha generado consecuencias.

Consideramos oportuno lanzar una campaña de consumo responsable que, a través de la apetitividad de nuestros productos y sus combinaciones, enseñamos la importancia de tomarse las cosas con calma.

Paceñita 235

En plena crisis económica, derivada por las consecuencias del Covid19 y ante la necesidad continuar desarrollando un consumo responsable, Paceña lanza al mercado un formato de 235 mL, la medida justa para disfrutar en casa.

Con un precio para todo bolsillo, de 6bs y con el plus de un precio de 5bs si practican la retornabilidad, llevando las botellitas al punto de venta.

Para impulsar este lanzamiento, se realizaron activaciones dirigidas a consumo dentro del hogar, tales como: Promociones, packs, material de merchandising. Megacombo parrilleros y heladeritas fueron nuestros embajadores para entrar a los hogares junto a este nuevo producto.

HUARI

Huari, la segunda marca de cerveza más importante del país, cuyos orígenes se pierden entre historias y leyendas de un mágico lugar en medio del altiplano boliviano:

Las Serranías de Azanaque; donde la pureza del agua y la pasión de nuestros maestros cerveceros, se juntan para crear una cerveza de la más alta calidad y de sabor único para los amantes de la cerveza.

Su atributo principal, Pureza de Origen, dicta las iniciativas de la marca, las cuales tienen como intención la revalorización y el rescate de lo nuestro.

Huari tiene 3 pilares principales: 1. Labores de origen, que busca revalorizar las labores que forman parte de la identidad boliviana. 2. Medio Ambiente, siendo el origen nuestro principal diferencial, estamos conscientes de que debemos cuidarlo. 3. Identidad Alimentaria, la plataforma que busca rescatar los ingredientes y técnicas culinarias de origen, que son las que nos

epresentan, distinguen y nos ponen a la altura de gastronomías más desarrolladas en el mundo.

Las acciones de marca demuestran cada una de las plataformas mencionadas.

Durante todo el 2020 trabajamos en paralelo con las 3 plataformas, dándole foco a la plataforma de comidas en nuestras actividades:

Orígenes Huari Festival Virtual de Comidas

En el 2020, como principales aliados de la gastronomía boliviana, lanzamos por segunda vez nuestro festival gastronómico “Orígenes Huari”, que promueve los ingredientes y las recetas de origen. Adaptado al contexto actual y en alianza con Red Uno, plataformas de “delivery” y restaurantes logramos lanzar un festival de más de cuatro horas con la presencia de artistas internacionales y nacionales donde nuestro consumidor pudo disfrutar en casa platos preparados exclusivamente para el evento maridados con Huari en sus diferentes variedades. El evento fue tan exitoso que se desarrolló una nueva forma de hacer contenido entretenido para nuestro consumidor además de un formato de festival que después fue replicado por otras marcas.

Huari Trigo

Huari es una cerveza que te invita a descubrir nuevas experiencias en el paladar, hecha para maridar con las comidas. Por eso desarrollamos diferentes variedades y perfiles de sabor. En Marzo 2020 lanzamos la nueva variedad de Trigo, con un toque de naranja del oriente boliviano. En nuestra búsqueda por resaltar los ingredientes de origen, en esta ocasión le dimos el protagonismo al oriente, uniendo así la leyenda de Huari con lo exótico de los cítricos de las zonas bajas del país.

En un contexto de pandemia y restricciones tuvimos que adaptarnos para el lanzamiento de un nuevo producto, acciones como “sampling” masivo a través de plataformas de “delivery”, acciones especiales con chefs y restaurantes y un comercial de televisión, lograron posicionar a la tercera variedad de nuestro portafolio.

Causa Huari

La culminación de un proyecto de más de cinco años en la comunidad de Santiago de Huari, donde rescatamos una labor de origen en peligro de extinción. Empezamos trabajando con cinco las últimas cinco tejedoras de la comunidad y a través de la estandarización de procesos, apoyo en infraestructura y capacitación constante logramos multiplicar ese número por diez. En marzo del 2021 le contamos al país lo logrado en la comunidad, en alianza con Unitel producimos cuatro mini documentales donde nuestras tejedoras contaron su historia, creamos alianzas con casas de moda nacionales para asegurar un mercado seguro para ellas que se vio representado en un desfile de moda con prendas hechas con los tejidos de Huari y recolectamos firmas para lograr la declaración del tejido boliviano como Patrimonio Cultural de Bolivia. El impacto en la percepción en la gente fue muy bueno y logramos posicionar Huari como una marca genuina y que se preocupa por la comunidad.

CHICHA TAQUIÑA

Después de más de dos años de investigación de mercado y formulación de líquido, en julio de 2020 lanzamos Chicha Taquiña, una bebida inspirada en la chicha tradicional cochabambina al mejor estilo de Taquiña, elaborada con maíz boliviano y endulzada con chankaka.

Este nuevo producto se convirtió en una de las innovaciones más importantes de la compañía atrayendo a nuevos consumidores por su sabor y precio.

Chicha Taquiña se presenta en dos variedades: Chicha Taquiña Maíz, 100% maíz, con un líquido turbio característico de las chichas tradicionales y Chicha Taquiña con Cebada que tiene un mix de 70% maíz y 30% cebada que además pasa por un proceso de filtración que le da un aspecto cristalino y brillante.

Los resultados superaron las expectativas iniciales, logrando volumen de ventas y conocimiento del producto, posicionándose como la tercera marca más importante de nuestro portafolio.

Chicha Taquiña tiene como pilar el uso de ingredientes bolivianos, por lo que trabajamos en una causa de marca para incentivar la producción de maíz. Durante la pandemia ayudamos a productores locales brindando apoyo, soporte y activación económica con el cultivo de maíz.

TAQUIÑA

Taquiña es la cerveza tradicional de Cochabamba, en 2020 reforzamos los calibres disponibles en el mercado volviendo a tener el calibre en lata 354mL, un calibre muy solicitado por nuestros consumidores durante la pandemia.

Una de las plataformas más importantes de la marca es la presencia en fútbol de la mano de Wilstermann, renovamos nuestro auspicio hasta junio de 2022.

ICE

Para que nuestros consumidores puedan seguir disfrutando de la refrescancia de cerveza ICE, llevamos nuestra cerveza hasta la puerta de los hogares bolivianos a través de un servicio especial de delivery.

BICERVECINA EL INCA

El Inca, continuó reforzando el consumo en familia, para compartir en almuerzos, así como la preparación del tradicional batido con Bicervecina en el desayuno o a media mañana/tarde.

Adaptandonos al contexto actual, decidimos expandir el portafolio de El Inca a lata 354 cc. Un calibre que esperamos que permita la expansión de la marca en el consumo en el hogar.

MALTÍN

Maltín es la bebida natural a base de malta, con vitaminas y minerales que te llenan de energía y nutrientes para vivir al máximo.

Durante todo el 2020 trabajamos varias acciones, de las cuales podemos destacar

 **Promo Tik Tok**
Durante el Q4 del 2020, Maltín se sumerge en esta red social con una promo que permitía mostrar el talento de la comunidad tik tokera con cuatro increíbles retos. Esta red social tuvo un auge durante el 2020 y Maltín supo aprovechar esta oportunidad, que finalmente resultó en un incremento de volumen del 68% en el primer mes de promo.

 **Gamers**
El año 2019 se comenzó a explorar una nueva audiencia, los video juegos, plataforma con alto crecimiento y audiencia joven en el país.

Durante el 2020, mantuvimos los esfuerzos en este segmento, se lanza el Team Maltín sumando 6 gamers referentes como imagen de la marca y del segmento. Este año decidimos sumarnos como auspiciadores de una de las plataformas con mayor resonancia en el país. Liga Pro Gaming Powered By Maltín, la plataforma que busca levantar el nombre de Bolivia a nivel internacional con toda la energía de nuestra marca para los gamers.

 **Guía Random**
El año 2021, Maltín decide introducirse en nuevas ocasiones de consumo ligadas principalmente al hogar y apalancadas en nutrición. Confirmamos que Maltín tiene excelentes beneficios gracias a las vitaminas B1, B3 y B9, el calcio y el hierro que contiene, aportando a la salud de todos los bolivianos. Es así que con la primera fase de la campaña, Guía Random para padres ocupados, comenzamos a poner los esfuerzos de comunicación en madres y padres jóvenes, que buscan el bienestar de toda su familia, sugiriéndoles opciones de recetas, meriendas, desayunos prácticos y actividades divertidas para realizar en casa.

GUARANÁ ANTARCTICA

Guaraná Antarctica es la bebida gaseosa pionera mundial en el sabor guaraná, con origen en la Amazonía brasilera y que se lanzó al mercado boliviano en mayo de 2016.

ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En CBN trabajamos para cumplir nuestro sueño

“UNIENDO A LA GENTE POR UN MUNDO MEJOR”

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cervecería Boliviana Nacional (CBN) es una compañía cuyos compromisos con la sociedad y su entorno están enmarcados con una perspectiva integral.

Nuestro trabajo está alineado a realizar acciones que aporten a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que son un llamado global para adoptar medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad, a través de nuestras metas de sostenibilidad y consumo responsable.

Hace más de una década, nuestra compañía dio un salto cualitativo al elaborar un Programa de Responsabilidad Social como paraguas institucional con el objetivo de profundizar la relación de la compañía con la comunidad y su entorno. Este programa definió concentrar su tarea en tres pilares: Consumo inteligente, Medio ambiente y Comunidad.

Sin embargo, desde el inicio de la pandemia COVID 19, CBN en el marco de su programa de Responsabilidad Social, ha priorizado las acciones en el apoyo solidario a la lucha contra la pandemia.

De manera particular ha concentrado sus esfuerzos en quienes luchan en primera línea en contra de la enfermedad. En este sentido, desplegó toda su capacidad logística e involucró a todas sus áreas de trabajo para beneficiar a la población boliviana.

A continuación presentamos el resumen de actividades realizada en el marco del programa, correspondiente a la gestión 2020 y al primer trimestre de 2021, que resume las acciones y logros de la compañía en sus tres pilares.



CONSUMO INTELIGENTE

Elaboramos nuestras cervezas para ser disfrutadas, responsablemente, por mayores de edad y nos comprometemos a promover el consumo inteligente; desalentados el consumo excesivo de este.

MEDIO AMBIENTE

Estamos comprometidos por utilizar un enfoque sostenible en el uso de los recursos naturales esenciales. Nuestro compromiso con el medio ambiente consiste en esforzarnos por hacer más con menos.

COMUNIDAD

Trabajamos con un enfoque de gestión social, haciendo contribuciones significativas por el bienestar de las comunidades con las que nos relacionamos, en coordinación con los gobiernos locales y nacionales.

GESTIÓN 2020

ABRIL

- ❁ Cervecería Boliviana Nacional (CBN), como parte de su labor de apoyo a quienes combaten a la enfermedad en primera línea, entregó 22.488 unidades de gaseosas y Maltín a las Fuerzas Armadas, la Policía Boliviana y a las casas de acogida de todo el territorio Nacional.
La acción formó parte del plan estratégico de la compañía ante la emergencia sanitaria desatada por el coronavirus. La ayuda fue entregada en las dependencias de cada institución a nivel nacional.
- ❁ También pusimos a disposición de esta cruzada solidaria nuestra flota de camiones, para la distribución de productos a los “Mercados Móviles”, coordinamos la logística con el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz con el objetivo de apoyar la distribución alimentos que se cultivan en los distritos rurales del municipio: de Zongo, Hampaturi, y de los valles del área metropolitana, hacia los barrios de la ciudad para evitar aglomeraciones en los centros de abasto.
- ❁ Para apoyar al sector gastronómico durante la cuarentena rígida, a través de la marca Huari, mediante una alianza con la aplicación Click-Pay y la Red Enlace, se lanzó la plataforma de cupones a través de la cual se busca dar estabilidad económica para proteger la fuente de trabajo de miles de bolivianos.
Esta plataforma permitió que, los clientes que tengan la posibilidad económica, puedan pagar por su consumo de manera adelantada y así inyectar efectivo a los emprendimientos. Como una forma de añadir valor a las ofertas, la compañía, se ofreció bebidas complementarias en cada combo.

La Secretaría Municipal de Desarrollo Económico del gobierno autónomo municipal de La Paz, se adhirió a esta iniciativa en el marco de las estrategias de concentración entre el sector público y privado para apoyar al rubro gastronómico y de esta forma inyectar capital a estos establecimientos. Dicha plataforma contó con alrededor de 300 restaurantes registrados.
- ❁ Con el objetivo de ayudar a las comunidades más afectadas por la pandemia, CBN entregó 10 toneladas de alimentos perecederos de primera necesidad como azúcar, arroz, aceite, leche y enlatados, que beneficiaron a 570 familias, en los municipios de Santiago de Huari, La Guardia, y Taquiña. La entrega de las donaciones se realizó en coordinación con los gobiernos municipales de cada región.
- ❁ Asimismo se destaca la solidaridad de los trabajadores del Sindicato de planta en Santa Cruz, que realizaron una colecta interna, para entregar alrededor de 500 canastas con harina, fideo, azúcar, arroz, aceite, huevos entre otros insumos de primera necesidad, a los vecinos de los barrios colindantes a la planta de Santa Cruz, complementando la donación realizada por CBN.
- ❁ En coordinación con el Banco Nacional de Bolivia S.A., se desarrolló una forma rápida y eficiente de delivery gratuito de bebidas no alcohólicas. Mediante este servicio los consumidores tuvieron la opción de pedir todo el portafolio de gaseosas, maltas, bicervecina y cerveza sin alcohol, a través del sitio www.cbn.digital y pagar en línea a través de su celular con un código QR desde la App Móvil del BNB, la cual se vinculó a la facturación de CBN.
- ❁ Entre 2018 y 2021, CBN coordinó el servicio de atención veterinaria para beneficiar a las seis comunidades del municipio de Santiago de Huari: Hualca, Sullca, Yucasa, Chahuara, Mallcocha y Cochoca, beneficiando a 300 familias que reciben asistencia técnica para

mejorar el cuidado de su ganado.

- ❁ Comprometidos con el desarrollo de nuestras comunidades pagamos los sueldos del plantel docente de la unidad educativa José Luis Johnson que atiende a una comunidad estudiantil de 200 alumnos en la localidad de Huari, en el departamento de Oruro. El beneficio se extenderá para la gestión 2021.

MAYO

- ❁ CBN, entregó ocho toneladas de alimentos a las familias que conforman el Sindicato Agrario Taquiña y OTB Taquiña, del departamento de Cochabamba. Las canastas familiares incluyeron insumos de primera necesidad, como azúcar, arroz, fideo, aceite, avena y achocolatado.
- ❁ Como parte de compromiso asumido CBN, para hacer frente a la pandemia, se realizó la entrega de 190 mil ítems en equipo de bioseguridad destinados para trabajadores del sector salud de diferentes regiones del país. El lote de materiales de protección personal comprendió de trajes de bioseguridad, guantes de látex, guantes de nitrilo, alcohol medicinal, barbijos N95, gorras quirúrgicas, lentes de seguridad, y barbijos quirúrgicos.
- ❁ CBN en coordinación con PepsiCo, entregó 8.700 litros de gaseosas que fueron distribuidas entre 30 instituciones como los Servicios Departamentales de Salud, Fuerzas Armadas, Policía Boliviana, que están en la primera línea de la lucha contra el COVID-19. La entrega de los productos se realizó en las puertas de las instituciones definidas, través de la flota de logística de la compañía.
- ❁ El Comando Departamental de la Policía, la Unidad de Tránsito y la 8va división de las Fuerzas Armadas fueron las primeras tres instituciones que se beneficiaron con 3.900 litros de gaseosas en la región cruceña. Cochabamba y el sur del país se beneficiaron con 2.400 litros de gaseosas que se destinaron a 14 instituciones y las ciudades de La Paz y Oruro se beneficiaron con 2.400 litros de gaseosa que se destinaron a otras 13 instituciones.
- ❁ Continuando con el apoyo al personal de primera línea, y realizamos la donación de 8 mil litros de gaseosas y Maltín a tres municipios del departamento de Potosí.

La Villa Imperial recibió cerca de 5 mil litros de gaseosas y Maltín, los cuales, se distribuyeron entre la Empresa Municipal de Aseo (EMAPA), las casas de acogida, la Guardia Municipal de la Alcaldía de Potosí, la Unidad Operativa de Tránsito, el Comando Departamental de la Policía, el Hospital Bracamonte y las Fuerzas Armadas. Asimismo se distribuyó cerca de 3 mil litros de gaseosas entre las Fuerzas Armadas en Tupiza y Villazón, Unidad Operativa de Tránsito y la Guardia Municipal de la Alcaldía de Tupiza.

- ❁ Para dar respuesta rápida a la crisis sanitaria en el departamento de Beni, CBN donó 20 toneladas de alimentos no perecederos, en coordinación con la línea aérea de Amazonas. El donativo estaba compuesto por paquetes de arroz, azúcar blanca, fideo, sal yodada, harina de trigo y aceite de soya.

Los productos fueron trasladados desde el departamento de Santa Cruz hasta el aeropuerto Teniente Jorge Henrich Arauz de Trinidad en tres vuelos solidarios. La donación fue recepcionada por los representantes del Centro de Operaciones de Emergencia Departamental (COED) del Beni.

- ❁ El Sindicato agrario Taquiña recibió la donación de alimentos de primera necesidad no perecederos, que beneficiaron a 250 familias golpeadas por la crisis económica de la pandemia COVID -19.
- ❁ Velando por la seguridad de la población que asiste a realizar sus compras a los mercados populares de la ciudad de La Paz, CBN donó 2 cámaras de desinfección para fortalecer las medidas de bioseguridad en los centros de abasto.

JUNIO

- ❁ Para brindar apoyo a los meseros y bartenders, que se vieron afectados por la pandemia del COVID-19, se adaptó el curso de capacitación para hacerles entrega de vales de consumo de alimentos. Se logró capacitar alrededor de 1.900 bartenders y meseros que, a través de curso online gratuito, repasaron temas relacionadas atención al cliente, consumo responsable de bebidas alcohólicas y aprendieron sobre medidas de bioseguridad.

Se reconoció a los mejores 1.000 resultados con vales de consumo de Bs. 350 en supermercados y los participantes que obtuvieran una nota mínima de 80% beneficiados y con un certificado de participación a todos los participantes.

- ❁ CBN, junto a Pepsi, Huari y Paceña organizaron la primera versión del DELIVERY FEST para reactivar la economía del sector gastronómico del país y promover el consumo de restaurantes bolivianos. Las plataformas de YAIGO y Pedidos Online fueron los delivery oficiales de esta versión que llegaron a diferentes partes de las ciudades, con todas las medidas de bioseguridad propuestas por el SEDES.

Esta primera versión logró generar un movimiento económico de 884.950 Bs en 311 restaurantes del país, con un reporte de ventas de 17.699 combos.

- ❁ Incentivando el cultivo de flores, tubérculos y verduras en las comunidades, CBN invirtió en el proyecto de riego tecnificado del sindicato agrario Taquiña, beneficiando de esta forma a más de 3.200 familias que tienen como principal fuente de ingresos la agricultura.

JULIO

- ❁ Las Fuerzas Armadas y la Policía Boliviana, que día a día resguardan la salud de la población ante la COVID-19, recibieron 60.600 barbijos. La donación se distribuyó en más de 90 localidades del país como Guayaramerín, Riberalta, Tupiza, Porco, Betanzos, Bermejo, Yacuiba, Villamontes y Caraparí y también se incluyó al personal del Servicio Departamental de Salud (SEDES), los miembros del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), las gobernaciones, las alcaldías, las intendencias municipales, los guardias municipales, el equipo médico y el grupo de aseo.

- ❁ Ayudando a reforzar la atención de enfermos críticos con COVID -19 en el país, CBN entregó dos ventiladores de alta gama para terapia intensiva de la marca Mindray que permiten al personal de salud preparar y ofrecer tratamiento de ventilación exclusivamente para terapia intensiva.

AGOSTO

- ❁ Resguardando la salud de los consumidores y con el fin de apoyar el cumplimiento las condiciones adecuadas para la reapertura, CBN, apoyó con 17.000 materiales de bioseguridad a restaurantes del sector gastronómico. Esta donación se distribuyó a diferentes sectores del rubro.

- ❁ La primera entrega de 150 kits de material de bioseguridad se realizó a la región cruceña. Los mismos contenían: 1.800 Barbijos N95, 900 lentes de seguridad, 600 Litros de alcohol líquido al 70%, 1.800 ml de alcohol en gel, haciendo un total 5.100 unidades.

En una segunda fase después de una rigurosa evaluación del protocolo de bioseguridad diseñado para la atención al público, de parte del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, CBN realizó la entrega de 150 kits de material de bioseguridad que contenían: 1.800 Barbijos N95, 900 lentes, 600 litros de alcohol líquido y 1200 ml de alcohol en gel. Lo que hizo un total de 5.100 unidades.

Dando continuidad a la acción solidaria de la CBN con su entorno, se entregó un tercer lote de 150 kits de materiales de bioseguridad, esta vez en la ciudad de Cochabamba, mismos que contenían: 1.800 Barbijos N-95, 900 lentes de seguridad, 600 litros de alcohol líquido al 70%, 1.800 mililitros de alcohol en gel, haciendo un total 5.100 unidades.

- ❁ CBN, en alianza con la empresa de productos naturales Irupana, desarrollo un cereal en base a los ingredientes de nuestros productos cerveceros, la producción de cereales para su distribución en una primera fase al personal que trabaja en primera línea y en una segunda fase a comunidades afectadas por la pandemia. Este compromiso comenzó con la donación de 10.000 packs de 500 gramos de cereales por unidad. Los ingredientes utilizados en la elaboración fueron: cebada, fibra, proteínas, calcio y vitamina C, entre otros, que garantizan un cereal de grano 100% natural.

- ❁ Para ayudar a las familias en situación vulnerable, que ante la enfermedad o la falta de empleo viven en una situación precaria, CBN, en coordinación con el Gobierno Municipal de Santa Cruz de la Sierra donó 6 toneladas más de alimentos no perecederos.

Los paquetes donados estaban compuestos por alimentos esenciales de la canasta familiar como el arroz, azúcar, fideo, sal yodada, harina de trigo y aceite.

SEPTIEMBRE

- ❁ Celebrando el día del consumo responsable, con el afán de incentivar el estudio, CBN entregó 5,8 millones de megas a universitarios, promoviendo el consumo inteligente para que las experiencias de los consumidores con la cerveza sean siempre positivas. Participaron 2.600 jóvenes de 63 instituciones de educación superior a nivel nacional.

Se evaluó a los participantes a través de un test adaptado a situaciones cotidianas que experimentan los jóvenes al momento de consumir bebidas alcohólicas en su entorno. Si el estudiante lograba un puntaje de 100/100 en su primer intento, era acreedor de un paquete de megabytes equivalente a 50 Bs.

Se llegó con el mensaje de los tips de consumo inteligente a través del delivery fest a 30 Mil personas, quienes recibieron una cartilla informativa, y un magneto para el refrigerador. El personal de la compañía participo completando el test y en el cierre de las acciones denominado "Happy hour", donde 463 personas se conectaron para repasar los mensajes y el compromiso de la compañía sobre el consumo inteligente.

❁ En el marco de acciones de responsabilidad Corporativa y contribuciones significativas para el bienestar de las comunidades con las que se relaciona, CBN entregó un segundo estanque de agua en la localidad de Huari, comunidad del Ayllu YUCASA, ubicado a 122 km de Oruro, en la Zona de Santiago de Huari, Provincia Sebastián Pagador. El nuevo estanque de YUCASA tiene la capacidad de almacenar 300.000 litros de agua y permite una mejora sustancial en el sistema de micro riego de las parcelas del Ayllu y beneficios para la productividad de sembradíos.

❁ Para facilitar las compras y velando siempre por la comodidad y satisfacción de nuestros consumidores, CBN lanzó su tienda 100% virtual denominada "Mi Tienda CBN" a través del sitio oficial www.mitiendacbn.com.bo, una opción más para que los puntos de venta como tiendas, restaurantes, micro mercados, almacenes, mayoristas, y todo el que esté registrado en la base de datos pueda utilizar la plataforma las 24 horas al día los 7 días a la semana, y autogestionar su compras en línea del portafolio de productos de la compañía.

OCTUBRE

❁ En línea a la innovación de nuevas tecnologías de la información, CBN lanzó la plataforma digital Delivery Bolivia (www.deliverybolivia.com.bo), que apunta a fortalecer la relación entre consumidores y puntos de venta

La plataforma es una alternativa gratuita que apunta a brindar un servicio efectivo para el comercio entre restaurantes, supermercados y negocios, que se suman a esta ola digital para enfrentar la pandemia COVID - 19.

❁ Dando continuidad al compromiso de la CBN con su entorno, realizo la producción de agua gasificada para ayudar a los bomberos, voluntarios y a las comunidades que realizaron enormes esfuerzos para controlar los incendios en el departamento de Santa Cruz y la región Chiquitana. Poniendo a disposición una donación de 300 mil latas de agua que fueron transportadas en 5 flotas hasta las comunidades afectadas. Se realizó la entrega a las dependencias correspondientes de cada región del departamento de Santa Cruz, Chuquisaca y Tarija y los sectores más damnificados en la Chiquitania, que fueron las que reportaron mayores focos de incendio durante estos desastres naturales.

En apoyo a la economía circular CBN se comprometió además a gestionar la recuperación de envases en coordinación con el Centro de Operaciones de Emergencia Departamental (COED) de cada comunidad con la recompra de las latas. Para esta tarea se instalaron basureros de acopio en las comunidades, donde se hizo la recompra de 10 latas a Bs. 1.

NOVIEMBRE

❁ A fin de garantizar la reactivación económica con fuentes de trabajo, CBN a través de una campaña conjunta con la marca Pepsi, entregó un total de 20.000 ítems de bioseguridad en todo el país.

Estos fueron entregados a tiendas de barrio del eje trocal de Bolivia, como una forma de fomentar el uso de productos de bioseguridad en estas regiones.

❁ Se realizó la donación de 2.185 ítems de materiales de protección personal (barbijos, guantes, mandiles, protectores faciales, alcohol) e insumos para la desinfección de ambientes (desinfectantes de ambientes – amonio cuaternario, dispensadores de alcohol en gel y jabón líquido) a la Secretaria de Desarrollo Económico del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GMLP)

DICIEMBRE

- ❁ Contribuyendo a la diversificación de productos agrícolas en las familias campesinas y garantizando la seguridad alimentaria de la región con el fin de producir alimentos, CBN inauguró el primer vivero en la Planta Taquiña, en la ciudad de Cochabamba, que mediante una entrega paulatina y subvencionada de plantines y semillas, pretende potencializar los cultivos y el uso eficiente de la tierra. Con esta acción se resalta la importancia de la protección del medioambiente en la región.

Este proyecto agrícola se suma a las múltiples ayudas que ha realizado CBN pese a las dificultades y desafíos que planteó la emergencia sanitaria declarada por la expansión de la pandemia del COVID-19 en Bolivia.

- ❁ Un histórico convenio firmado entre la CBN y el Gobierno Autónomo de Cochabamba por la compra de 60.000 toneladas de maíz, benefició alrededor de 11.200 familias del Valle Alto, Pocoata, Qollpasiaco, Aiquile y los municipios aledaños. Insumo destinado a la producción de la tradicional Chicha Taquiña.
- ❁ La flota de transporte de CBN modernizó sus vehículos para hacerlos sustentables y reducir la emisión de CO2. Una flota de 50 camiones ultralivianos permitirá a CBN optimizar el transporte de carga entre los diferentes centros de distribución de productos con una Logística Verde que apunta a la protección del medioambiente.
- ❁ CBN, realizó la entrega de juguetes a los niños del Sindicato Agrario Taquiña y la OTB Taquiña Norte en Cochabamba, comunidad de Huari en Oruro. Más de 1.500 niños fueron beneficiados. La entrega de los juguetes se realizó en coordinación con las comunidades y los trabajadores de la compañía.

GESTIÓN 2021

ENERO

- ❁ En consonancia con las campañas contra el COVID-19 para ayudar a diversos sectores sociales y personal de salud y seguridad, CBN en una rigurosa búsqueda de ítems de producción local, que garantizan la generación de empleos productivos en un momento de profunda recesión económica, entregó más de 75.000 piezas de equipo de protección personal, entre ellos, 6.070 trajes de bioseguridad, 27.000 barbijos KN-95 y 42.000 guantes de nitrilo a 13 municipios de todo el país.

Cabe resaltar que los trajes de bioseguridad de producción nacional, que se donó al personal de primera línea en todo el país fueron avalados por el Ministerio de Salud y cuentan con certificación del Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), una medida que apunta a fortalecer la producción nacional como medio para reactivar la economía del país hoy afectada por la pandemia del COVID-19.

FEBRERO

- ❁ CBN entregó el tercer estanque de agua en el municipio de Huari, comunidad del Ayllu Chahuara, ubicada a 122 km de Oruro, en la el municipio de Santiago de Huari, Provincia Sebastián Pagador.

El estanque de Chahuara tiene la capacidad de almacenar 300.000 litros de agua que permitirá una mejora paulatina en el sistema de micro riego de las parcelas del Ayllu y beneficios para la productividad de sembradíos, en consecuencia, de sus cosechas.

MARZO

- ❁ Velando por el bienestar de todos los bolivianos, como una forma de apoyo a la cruzada

nacional por la vacunación CBN donó al Estado 500 conservadores térmicos con control digital de temperatura, equipos que permitirán garantizar la cadena de frío requerida para el transporte y la conservación de las vacunas contra el virus que genera la COVID-19.

Entre marzo de 2020 y abril de 2021 Cervecería Boliviana Nacional destinó 4,9 millones de bolivianos en apoyo solidario a la lucha contra la pandemia. Un total de 345.180 ítems formaron parte de las donaciones.

🌸 El Medidor de Reputación Corporativa Merco ha reconocido a Cervecería Boliviana Nacional como la empresa líder en cuatro categorías distintas de este ranking que mide los logros de las empresas en cuanto a su reputación, su responsabilidad, su gobierno corporativo, entre otros aspectos.

Es la quinta vez que CBN ocupa los primeros lugares del ranking de la institución más prestigiosa en evaluar el renombre empresarial en más de 15 países.

Los cuatro primeros lugares obtenidos por la CBN en el Ranking Merco, que miden el desempeño durante la gestión 2020 fueron:

- Primer lugar; EMPRESA CON MEJOR REPUTACIÓN 2020
- Primer Lugar; EMPRESA CON RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO CORPORATIVO 2020
- Primer Lugar; CATEGORIA BEBIDAS 2020
- Primer Lugar; EMPRESA MAS RESPONSABLE COVID 2020

CBN, ocupa los primeros lugares del ranking de Mejor Reputación Corporativa del país, un trabajo que está basado en una metodología multistakeholder compuesta por seis evaluaciones y más de veinte fuentes de información para cada medición. Los resultados fueron objeto de una revisión independiente por parte de KPMG, una de las firmas globales de auditoría de mayor prestigio, que trabaja según la norma ISAE 300.

.....

El Presidente agradece especialmente al Directorio y a todo el personal por el esfuerzo, dedicación y capacidad mostrados en la presente gestión. Con toda seguridad, la continuidad de este esmero en el desempeño permitirá que CBN S.A. continúe consolidándose como empresa líder en su rubro, así como fundamental contribuyente a la economía y al desarrollo nacional. Finalmente, el Presidente desea agradecer especialmente a los Señores Accionistas por la confianza y el apoyo que una vez más han demostrado a la presente gestión administrativa.

El Directorio.

INFORME DEL SÍNDICO



La Paz, 22 de julio de 2021
CBN/ 064 -21

Señores accionistas de la
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.
Presente.-

De mi mayor consideración:

En el marco de la normativa vigente, a saber, artículo 332 y siguientes del Código de Comercio y artículo 56 de los Estatutos de Cervecería Boliviana Nacional S.A., realicé la fiscalización interna y permanente de **CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.** con el consiguiente examen del Balance General al 31 de marzo de 2021, de los correspondientes estados de ganancias y pérdidas, del estado de cambios en el patrimonio de los accionistas, de los flujos en efectivo, de la Memoria Anual y de los estados financieros de la sociedad anónima.

En tal sentido - en mi condición de Síndico de la empresa - elevo a Ustedes opinión sobre el contenido del balance, de los estados y de la Memoria, incidiendo en que los referidos documentos son responsabilidad de la Gerencia y del Directorio.

La empresa en el afán de sobreponerse a los contratiempos que surgieron por la crisis sanitaria y las restricciones del consumo, logró prolijamente cumplir las disposiciones estipuladas en los Estatutos y en la normativa legal vigente.

Subrayo - asimismo - que los estados reflejan la situación financiera y patrimonial de Cervecería Boliviana Nacional S.A. y me adhiero al dictamen de los auditores externos.

Por lo expuesto, sugiero a la Junta Ordinaria de Accionistas la aprobación de los mencionados estados financieros y la memoria anual al 31 de marzo de 2021.

Atentamente,



LUIS FÉLIX A. ALÍPAZ ECHAZÚ
Síndico
CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.

**ESTADOS FINANCIEROS
AUDITADOS AL 31 DE
MARZO DE 2021**





INFORME DE AUDITORÍA EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

1° de julio de 2021

A los señores Accionistas y Directores de
Cervecería Boliviana Nacional S.A.
La Paz

Opinión

Hemos auditado los estados financieros de Cervecería Boliviana Nacional S.A. (la Sociedad), que comprenden el balance general al 31 de marzo de 2021, el estado de ganancias y pérdidas, el estado de evolución del patrimonio neto y el estado de flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, así como las notas explicativas a los estados financieros que incluyen un resumen de las políticas contables significativas.

En nuestra opinión, los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera de la Sociedad al 31 de marzo de 2021, así como sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Bolivia (NCGA).

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Bolivia (NAGA). Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección "Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros" de nuestro informe. Somos independientes de la Sociedad de conformidad con el Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores junto con los requerimientos de ética que son aplicables a nuestra auditoría de los estados financieros en Bolivia y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Párrafos de énfasis

- Contexto económico

Llamamos la atención sobre la Nota 35 a los estados financieros, la cual menciona el contexto económico actual relacionado con la pandemia del COVID-19. A la fecha, no se puede determinar los posibles efectos, si los hubiere, en las actividades de la Sociedad. Nuestra opinión no ha sido modificada en relación con este tema.

- Estados financieros consolidados

Llamamos la atención sobre la Nota 2 a los estados financieros, la cual indica que estos estados han sido preparados para cumplir con las disposiciones legales a las que está sujeta la Sociedad como ente independiente (presentación ante la Junta General Ordinaria de Accionistas, la Fundación para el Desarrollo Empresarial "FUNDEMPRESA" y el Servicio de Impuestos Nacionales). Por lo tanto, no incluyen la



consolidación de los estados financieros de la empresa subsidiaria de la Sociedad, inversión que se encuentra valuada a su valor patrimonial proporcional. Para evaluar la situación financiera del conjunto económico que conforman la Sociedad y su empresa subsidiaria, se debe recurrir a estados financieros consolidados, preparados de acuerdo con la Norma de Contabilidad N° 8 del Colegio de Auditores de Bolivia. Nuestra opinión no ha sido modificada en relación con este tema.

Responsabilidades de la Gerencia y de los responsables del gobierno de la Sociedad en relación con los estados financieros

La Gerencia es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros adjuntos de conformidad con las Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Bolivia, y del control interno que la Gerencia considere necesario para permitir la preparación de estados financieros libres de incorrección material, debido a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros, la Gerencia es responsable de la valoración de la capacidad de la Sociedad de continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si la Gerencia tiene intención de liquidar la Sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno de la Sociedad son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la Sociedad.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros en su conjunto están libres de incorrección material, debido a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Bolivia siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios podrían tomar basándose en los estados financieros.

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Bolivia (NAGA), aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en los estados financieros, debido a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debido a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas o la elusión del control interno.
- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Sociedad.

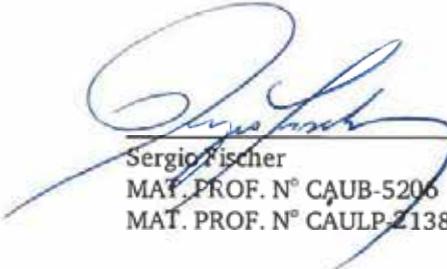


- Evaluamos la adecuación de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Gerencia.
- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización, por la Gerencia, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que la Sociedad deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros, incluida la información revelada, y si los estados financieros representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.

Comunicamos a los responsables del gobierno de la Sociedad sobre, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a los responsables del gobierno de la Sociedad una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y comunicado con ellos acerca de todas las relaciones y demás cuestiones de las que se puede esperar razonablemente que pueden afectar a nuestra independencia y, en su caso, las correspondientes salvaguardas.

PricewaterhouseCoopers S.R.L.


(Socio)
Sergio Fischer
MAT. PROF. N° CAUB-5206
MAT. PROF. N° CAULP-2138



CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.
BALANCE GENERAL AL 31 DE MARZO DE 2021 Y 2020

| | <u>2021</u> | <u>2020</u> |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|
| | <u>Bs</u> | <u>Bs</u> |
| ACTIVO | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | |
| Disponibilidades | 232.390.848 | 1.092.927.930 |
| Créditos comerciales | 592.220.595 | 641.823.288 |
| Créditos diversos | 26.813.474 | 39.523.343 |
| Instrumentos financieros | 9.971.624 | - |
| Existencias | 300.488.433 | 286.608.399 |
| Gastos pagados por anticipado | 1.388.185 | 157.708.066 |
| Otros activos | 14.854.955 | 17.380.513 |
| Total del activo corriente | 1.178.128.114 | 2.235.971.539 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | | |
| Préstamos a empresas relacionadas | - | 2.088.094 |
| Inversiones permanentes | 17.253.679 | 10.545.062 |
| Activo fijo | 1.855.204.018 | 1.997.504.973 |
| Activos mantenidos para la venta | 7.981.925 | 3.257.553 |
| Activo por impuesto diferido | 23.971.691 | 14.354.514 |
| Activos intangibles | 6.051.211 | 2.758.988 |
| Otros activos | 4.825.164 | - |
| Total activo no corriente | 1.915.287.688 | 2.030.509.184 |
| TOTAL ACTIVO | 3.093.415.802 | 4.266.480.723 |
| PASIVO | | |
| PASIVO CORRIENTE | | |
| Deudas comerciales | 810.885.680 | 882.004.967 |
| Préstamos financieros | 119.393.833 | - |
| Instrumentos financieros | 31.728.895 | 35.376.409 |
| Deudas sociales y fiscales | 380.638.181 | 609.412.521 |
| Restitución del capital por pagar | 3.389.045 | 3.195.573 |
| Otras deudas | 99.647.353 | 89.860.003 |
| Total pasivo corriente | 1.445.682.987 | 1.619.849.473 |
| PASIVO NO CORRIENTE | | |
| Previsión para indemnizaciones | 135.252.768 | 136.939.951 |
| Previsiones | 8.442.372 | 10.784.955 |
| Total del pasivo no corriente | 143.695.140 | 147.724.906 |
| TOTAL PASIVO | 1.589.378.127 | 1.767.574.379 |
| PATRIMONIO NETO | | |
| Capital pagado | 187.574.800 | 186.862.400 |
| Prima de fusión | 47.505.837 | 47.505.837 |
| Ajuste de capital | 533.112.375 | 525.862.424 |
| Reserva legal | 279.581.200 | 280.293.600 |
| Reserva por operación de cobertura | 9.544.498 | (15.072.505) |
| Ajuste reservas patrimoniales | 221.870.907 | 217.271.545 |
| Resultados acumulados | (73.714.009) | 6.750.932 |
| Utilidad del ejercicio | 298.562.067 | 1.249.432.111 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 1.504.037.675 | 2.498.906.344 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO | 3.093.415.802 | 4.266.480.723 |


Hans Lehmann
Director Financiero


Gerardo Böhrt
Representante Legal

CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.
 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS
 POR LOS EJERCICIOS TERMINADOS EL 31 DE MARZO DE 2021 Y 2020

| | <u>2021</u> | <u>2020</u> |
|---|---------------------------|-----------------------------|
| | <u>Bs</u> | <u>(Reclasificado)</u> |
| | | <u>Bs</u> |
| INGRESOS | | |
| Ventas netas | 2.535.550.913 | 3.516.664.767 |
| (-) COSTO DE VENTAS | | |
| Costo de ventas | <u>(1.158.757.597)</u> | <u>(1.120.173.222)</u> |
| Utilidad bruta en ventas | 1.376.793.316 | 2.396.491.545 |
| (-) GASTOS DE OPERACIÓN | | |
| Comercialización | (564.427.285) | (570.445.183) |
| Administración | <u>(112.366.284)</u> | <u>(155.939.782)</u> |
| Utilidad de operaciones | 699.999.747 | 1.670.106.580 |
| OTROS INGRESOS (EGRESOS) NO OPERACIONALES | | |
| (Gastos) financieros | (62.205.375) | (15.594.219) |
| Ajuste por inflación y tenencia de bienes | (2.066.968) | (3.465.123) |
| Diferencias de cambio | (802.272) | (15.248.764) |
| Resultados varios | <u>(46.066.985)</u> | <u>(23.533.775)</u> |
| Utilidad antes de impuestos | 588.858.147 | 1.612.264.699 |
| Impuesto a las utilidades de las empresas | (299.913.257) | (359.192.170) |
| Impuesto diferido | <u>9.617.177</u> | <u>(3.640.418)</u> |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | <u><u>298.562.067</u></u> | <u><u>1.249.432.111</u></u> |


 Hans Lehm
 Director Financiero


 Gerardo Böhr
 Representante Legal

CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.

ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE MARZO DE 2021 Y 2020

1 - NATURALEZA Y OBJETO

CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A. fue constituida mediante Escritura Pública N° 213/1920 de fecha 31 de marzo de 1920 y su personería jurídica fue reconocida mediante Resolución Suprema, del entonces Ministerio de Fomento e Industria, de fecha 7 de mayo de 1920.

Entre los años 2001 y 2003, como consecuencia de dos procesos de fusión, la Sociedad incremento su patrimonio, incorporando, a partir del 1° de agosto de 2001 los patrimonios de la Cervecería Boliviana Nacional Santa Cruz S.A., Cervecería Santa Cruz S.A. y Cervecería Bavaria Unión Tarija S.A. y a partir del 1° de enero de 2003, los patrimonios de Cervecería Taquiña S.A. y Envases de Aluminio Boliviano S.R.L. (Enalbo S.R.L.)

En fecha 9 de octubre de 2009, la Sociedad incorporó mediante un proceso de fusión por absorción a la empresa Bebidas y Aguas Gaseosas de Occidente S.R.L. (ByAGO S.R.L.), con lo cual esta, se integró a su patrimonio de plantas de elaboración y envasado de bebidas gaseosas.

La Sociedad tiene por objeto principal la fabricación de cerveza, aguas, gaseosas, subproductos, envases de bebidas y cualquier otro producto similar, así como actividades industriales y comerciales vinculadas con las descritas precedentemente.

Para el desarrollo de sus negocios, la Sociedad cuenta con: plantas de fabricación de cervezas, bebidas gaseosas, envases de aluminio y centros de distribución en las siguientes locaciones:

Fabricación de cervezas

Plantas de fabricación:

- Planta Montes (La Paz)
- Planta Santa Cruz (Santa Cruz)
- Planta Huari (Oruro)
- Planta Taquiña (Cochabamba)
- Planta Astra (Tarija)

Centros de distribución:

- Distribución El Alto (La Paz)
- Distribución Sucre
- Distribución Cobija (Pando)
- Distribución Potosí
- Distribución Puerto Suarez (Santa Cruz)
- Distribución Guayaramerin y Trinidad (Beni)
- Distribución Yacuiba (Tarija)

Fabricación de bebidas gaseosas

Plantas de fabricación:

- Planta El Alto (La Paz)
- Planta Sacaba (Cochabamba)

1 - NATURALEZA Y OBJETO (Cont.)

Centros de distribución:

- Distribuidora de Santa Cruz (Santa Cruz)
- Distribuidora de Oruro (Oruro)

Fabricación de envases de aluminio

- Planta ENALBO (Oruro)

La Sociedad se constituye en el principal exportador de cerveza del país, llegando sus productos a países como Chile, España y Estados Unidos.

Las marcas de cerveza que se fabrican son: Pilsener, Huari, Ducal, Taquiña, Brahma, Corona, Imperial, Becks, Bock, Báltica y Stella Artois.

Las marcas principales que se producen en bebidas gaseosas son: PEPSI, 7up, Oriental, Mirinda, Guaraná Antártica, Gatorade y H2OH.

La Sociedad ha definido que ciertas marcas sean producidas exclusivamente por determinadas plantas; por consiguiente, existen transferencias de marcas entre plantas.

Mediante Acta de Junta General Extraordinaria de Accionistas de la Cervecería Boliviana Nacional S.A., celebrada en fecha 25 de julio de 2019, se aprueba la reducción de Capital Social fijando un nuevo importe de Capital Autorizado, Capital Suscrito y Pagado.

Mediante Acta de Junta General Extraordinaria de Accionistas de Cervecería Boliviana Nacional S.A., celebrada en fecha 6 de noviembre de 2020, se aprueba el aumento de capital.

2 - BASES DE PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

2.1 Normas de contabilidad

Los estados financieros al 31 de marzo de 2021 y 2020 han sido preparados de acuerdo con normas de contabilidad generalmente aceptadas en Bolivia y dichas normas ha sido aplicadas de manera consistente de una gestión a otra.

La preparación de los estados financieros de acuerdo con normas de contabilidad generalmente aceptadas en Bolivia requiere que la Gerencia de la Sociedad realice estimaciones y suposiciones que afectan los montos de activos, pasivos, así como los montos de ingresos y gastos de cada ejercicio. Estas estimaciones fueron realizadas en cumplimiento con las mencionadas normas contables. Asimismo, los resultados reales podrían ser diferentes de las estimaciones inicialmente realizadas. La Gerencia considera que las estimaciones efectuadas son razonables.

Los estados financieros han sido preparados para dar cumplimiento a las disposiciones legales a las que está sujeta la Sociedad como ente independiente (presentación ante la Junta General Ordinaria de Accionistas, la Fundación para el Desarrollo Empresarial "FUNDEMPRESA" y el Servicio de Impuestos Nacionales - SIN) y, por lo tanto, no incluyen la consolidación de los estados financieros de sus empresas subsidiarias, inversiones que se presentan valuadas a su valor patrimonial proporcional según se expone en la Nota 10. Para evaluar la situación financiera y los resultados de las operaciones consolidadas de la Sociedad y su empresa subsidiarias, se debe recurrir a estados financieros consolidados preparados según la Norma de Contabilidad N°8 del Colegio de Auditores de Bolivia.

2 - BASES DE PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS (Cont.)

2.2 Ejercicio económico

De acuerdo con disposiciones legales bolivianas, el cómputo de los resultados de operación de las empresas industriales se efectúa en forma anual entre el 1° de abril y el 31 de marzo del siguiente año.

2.3 Uso de estimaciones

La preparación de los estados financieros, de acuerdo con Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Bolivia, requiere que la Gerencia de la Sociedad realice estimaciones para la determinación de saldos de activos, pasivos, ingresos, gastos y para la revelación de activos y pasivos contingentes a la fecha de cierre de los estados financieros. Si más adelante ocurrieran cambios en las estimaciones o supuestos debido a variaciones en las circunstancias en las que estuvieron basadas, el efecto del cambio será incluido en la determinación de la utilidad o pérdida neta del ejercicio económico en el que ocurra el cambio.

2.4 Consideración de los efectos de la inflación

Hasta el 10 de diciembre de 2020, los estados financieros han sido preparados en términos de moneda constante, reconociendo en forma integral los efectos de la inflación, siguiendo los lineamientos establecidos en la Norma de Contabilidad N° 3 (revisada y modificada) y la Resolución CTNAC N° 01/2008 del 11 de enero de 2008 del Consejo Técnico Nacional de Auditoría y Contabilidad del Colegio de Auditores de Bolivia que resuelve la reposición del ajuste por inflación de estados financieros, determinando que a partir del 1° de enero de 2008, cualquiera sea el tipo de actividad, se utilice la Unidad de Fomento a la Vivienda (UFV) como índice de actualización, mientras no se cuente con un índice general de precios oficial y de emisión diaria.

A partir del 11 de diciembre de 2020, el Consejo Técnico Nacional de Auditoría y Contabilidad del Colegio de Auditores de Bolivia, (CAUB) mediante la Resolución CTNAC N° 03/2020, resuelve suspender el ajuste integral por inflación de estados financieros, de acuerdo con la Norma de Contabilidad N° 3 (NC 3) "Estados Financieros a Moneda Constante" (revisada y modificada en septiembre de 2007). Para reiniciar la reexpresión monetaria, el Consejo Técnico Nacional de Auditoría y Contabilidad del CAUB necesariamente deberá pronunciarse, de acuerdo a lo establecido en la NC 3. Dicha Resolución tiene vigencia a partir del 11 de diciembre de 2020 y no se permite su aplicación anticipada. La Sociedad registró de forma excepcional, al 31 de marzo de 2021, el ajuste por inflación de los rubros no monetarios, con la finalidad de dar cumplimiento al artículo 38° del Decreto Supremo N° 24051, esta reexpresión genera una variación inmaterial sobre los estados financieros a esa fecha.

Para fines comparativos, de acuerdo al boletín informativo N° 3 de abril de 2021, emitido por el CTNAC, habiéndose suspendido el ajuste por inflación, las cifras de los estados financieros y de las notas explicativas al 31 de marzo de 2020, se presentan sin reexpresión de moneda al 31 de marzo de 2021.

2.5 Consistencia y comparabilidad

Los principios y prácticas contables han sido aplicados consistentemente en la preparación de estos estados financieros con relación a la gestión anterior.

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES

3.1 Saldos en moneda extranjera

Los saldos de activos y pasivos en moneda extranjera se convirtieron a bolivianos al tipo de cambio vigente al cierre de cada ejercicio. Las diferencias de cambio generadas en la gestión fueron imputadas a los resultados del ejercicio, el detalle de la cotización oficial al 31 de marzo 2021 y 2020 se muestra a continuación:

| <u>Tipo de moneda</u> | <u>Moneda</u> | <u>2021</u> | <u>2020</u> |
|-----------------------|---------------|-------------|-------------|
| Dólar estadounidense | US\$ 1 | 6,96 | 6,96 |
| Euro | EUR 1 | 8,042 | 7,558 |
| Pesos mexicanos | MXN 1 | 0,334 | 0,281 |
| Pesos argentinos | ARS 1 | 0,075 | 0,106 |
| Libras esterlinas | GBP 1 | 9,418 | 8,499 |

3.2 Disponibilidades

Las disponibilidades se valúan a su valor nominal y no existen restricciones para su uso, excepto por lo mencionado en la Nota 36.

3.3 Créditos comerciales y diversos

Los créditos comerciales y diversos se presentan a su valor nominal, deduciéndose la previsión para cuentas incobrables. Los créditos diversos incluyen saldos restringidos que se exponen en la Nota 36. Para la determinación de la previsión para cuentas incobrables, excepto por los saldos con empresas relacionadas, se considera a todas las deudas con antigüedad mayor a 90 días sobre las cuales se constituye una previsión del 100%.

3.4 Gastos pagados por anticipado

Los gastos pagados por anticipado se presentan a su valor nominal.

3.5 Existencias

Las existencias están valuadas de la siguiente forma:

- Las materias primas y materiales, a precio promedio ponderado.
- Los repuestos y suministros, a su costo de adquisición. Dichos costos no difieren sustancialmente a valores reexpresados a valores de cierre de ejercicio.
- El costo de los productos terminados y productos en proceso comprende los costos de producción valuados a valores históricos del ejercicio, sobre la base del consumo de materias primas y materiales, la mano de obra incurrida y los gastos directos e indirectos de fabricación. Dichos costos no difieren sustancialmente del costo reexpresado a valores de cierre del ejercicio. Los costos de los productos terminados, en su conjunto, no superan sus valores netos de realización.
- Los materiales en tránsito están valuados al costo de adquisición.
- Los productos terminados, a precio promedio ponderado

El valor de los inventarios considerado en su conjunto no excede su valor neto de realización.

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

Previsión por obsolescencia

La obsolescencia de bienes de cambio se ha constituido para cubrir inventarios obsoletos y excesivos de materia prima, materiales indirectos y accesorios que se estima que no se utilizarán o comercializarán en el futuro.

3.6 Instrumentos financieros

Materias primas

La Sociedad ha establecido una política general de gestión de riesgo con una estrategia para realizar operaciones de cobertura (hedging) con el propósito de mitigar, mediante el uso de instrumentos derivados, el riesgo relacionado con el precio del aluminio y paraxylene que fluctúa por los cambios en los mercados internacionales de las materias primas.

De no realizar operaciones de cobertura (hedging), la Sociedad se expondría a la posibilidad de que cambios en el precio del aluminio y paraxylene, materia prima esencial para la fabricación de latas de cerveza, afectasen adversamente los activos y pasivos de la Sociedad o sus futuros flujos de efectivo y costos de producción.

Las actividades de gestión de riesgo del precio del aluminio y paraxylene consisten principalmente en la participación de la Sociedad en una parte de la operación de cobertura (hedging) contratada por Taurus Investment SPC. Mediante esta operación, la Sociedad contrata el precio que pagará por el componente de aluminio y paraxylene que proyecta utilizar en cada uno de los meses futuros.

La exposición de la Sociedad respecto a dichos contratos se limita a la diferencia entre el valor de los precios fijados en el contrato y los precios del mercado del aluminio y paraxylene, aplicado sobre volúmenes referenciales. Los contratos de futuros propician operaciones de cobertura económica que tendrán efecto entre abril de 2021 y 2022, y reducen la exposición de la Sociedad a la volatilidad de los precios de dichas materias primas.

La operación se ha definido como cobertura de flujo de efectivo, por lo que los cambios en el valor razonable del instrumento de cobertura, en tanto la cobertura sea considerada efectiva, se compensa por el cambio en la reserva de cobertura de flujos de efectivo, el efecto ha sido imputado a la línea "Reserva de operación de cobertura" del patrimonio neto, calculada de acuerdo con lo establecido en la NIIF N° 9, párrafo 6.5.11; inciso a) El componente separado de patrimonio asociado con la partida cubierta (reserva de cobertura de flujos de efectivo) se ajustará para que sea el menor de (en términos absolutos): i) el resultado acumulado del instrumento de cobertura desde el inicio de la cobertura; y el cambio acumulado en el valor razonable (valor actual) de la partida cubierta (es decir, el valor presente del cambio acumulado en los flujos de efectivo futuros esperados cubiertos) desde el inicio de la cobertura.

Flujo de efectivo

Dólares Estadounidenses:

Con el objetivo de cubrir el riesgo relacionado con el flujo de efectivo en moneda extranjera, la Sociedad, firmó un contrato marco para la compra de dólares a futuro. Al 31 de marzo de 2021, el mismo alcanza a un monto total de US\$ 69.476.000, cuyos vencimientos operarán a partir del 31 de marzo de 2021 y hasta el 31 de marzo de 2022, y sus tipos de cambios convenidos oscilan entre Bs 7,45 a Bs 8,02.

Al 31 de marzo de 2020, el mismo alcanza a un monto total de US\$ 67.580.000, cuyos vencimientos operarán a partir del 30 de abril de 2020 y hasta el 31 de marzo de 2021, y sus tipos de cambios convenidos oscilan entre Bs 7,3 a Bs 7,7.

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

Los activos originados en los instrumentos derivados mencionados han sido valuados a su valor neto de realización, mientras que los pasivos han sido valuados a su costo de cancelación estimado.

El cambio de valor de los instrumentos financieros derivados designados como cobertura eficaz de riesgos de flujo, ha sido imputado a la línea "Reserva por operación de cobertura" del patrimonio neto.

Pesos Mexicanos:

Con el objetivo de cubrir el riesgo relacionado con el flujo de efectivo en moneda extranjera, la Sociedad, firmó un contrato marco para la compra de pesos mexicanos a futuro. Al 31 de marzo de 2021 el mismo alcanza a un monto total de MXN 66.779.000, cuyos vencimientos operarán a partir del 2 de abril de 2021 hasta 4 de abril de 2022, y sus tipos de cambios convenidos oscilan entre US\$ 0,0397 a US\$ 0,0509.

Al 31 de marzo de 2020, el mismo alcanza a un monto total de MXN 60.979.000, cuyos vencimientos operarán a partir del 2 de abril de 2020 hasta 6 de abril de 2021, y sus tipos de cambios convenidos oscilan entre US\$ 0,0476 a US\$ 0,0509.

El cambio de valor de los instrumentos financieros derivados designados como cobertura eficaz de riesgos de flujo, ha sido imputado a la línea "Reserva por operación de cobertura" del patrimonio neto.

3.7 Préstamos a empresas relacionadas

La Sociedad cuenta con préstamos otorgados a empresas relacionadas. Los saldos de los préstamos se encuentran valuados a su valor nominal más los intereses devengados al cierre del ejercicio.

3.8 Inversiones permanentes

La participación en el Banco Nacional de Bolivia S.A en la que la Sociedad no ejerce control, se valúan aplicando el tratamiento contable de acuerdo a lo establecido en la Norma Contable 7 párrafo 1.4. Que a su vez aplica lo establecido en la decisión 6 del consejo técnico equivalente a la Norma Contable 3. Que se presenta a su valor nominal y se encuentran reexpresados a cierre de gestión.

Los certificados de aportación que se mantienen en Cooperativas telefónicas se presentan a sus valores de mercado y están reexpresados a cierre de gestión.

La participación en Cerveya S.R.L. es de 99,999% en la que la Sociedad ejerce control, se presentan a su valor patrimonial proporcional.

3.9 Activo fijo

Los activos fijos se presentan valuados a su costo de adquisición y están reexpresados en función a la variación de la Unidad de Fomento de Vivienda (UFV) entre esta fecha y la de cierre.

Los costos de las renovaciones, mejoras y adiciones son incorporados al activo si prolongan su vida útil. Los desembolsos por reparaciones y mantenimiento menores, que no extienden la vida útil de los bienes, se registran directamente al costo o gastos de operación, según corresponda.

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

3.9 Activo fijo (Cont.)

Las botellas están valuadas al costo de adquisición, reexpresado en función de la variación en la cotización oficial de la Unidad de Fomento a la Vivienda (UFV) según lo mencionado en la Nota 2.4. Las roturas y faltantes en planta se reconocen en resultados en el momento que se constatan. Los préstamos de botellas con baja probabilidad de recuperación se dan de baja con cargo a resultados.

Las canastillas plásticas están valuadas al costo de adquisición, reexpresado en función de la variación en la cotización oficial de la Unidad de Fomento a la Vivienda (UFV), según lo mencionado en la Nota 2.4 anterior. Los préstamos de canastillas plásticas con baja probabilidad de recuperación se dan de baja con cargo a resultados.

Las paletas están valuadas al costo histórico, reexpresado en función de la variación en la cotización oficial de la Unidad de Fomento a la Vivienda (UFV) según lo mencionado en la Nota 2.4. Las roturas y faltantes en planta se reconocen en resultados en el momento que se constatan.

Con excepción de la maquinaria y equipo, las depreciaciones de los activos fijos se calculan por el método de la línea recta, a partir del mes de su incorporación, aplicando tasas que se encuentran dentro de los límites permitidos por las leyes tributarias y que se consideran adecuadas para extinguir los valores al final de la vida útil estimada de los bienes.

Las obras en curso se presentan a su precio de adquisición más todos los costos directamente relacionados con la ubicación del activo y su puesta en condiciones de funcionamiento según lo previsto por la gerencia.

La depreciación de la maquinaria y equipo de cervezas y gaseosas se calcula a partir del mes de su incorporación o tasación, en función a las unidades efectivamente producidas en el periodo, sobre la base de los hectolitros (Hl) de producción originalmente estimada. La depreciación de la maquinaria y equipo de envases de aluminio se realiza sobre la base de la capacidad total de producción originalmente estimada. En ambos casos, se consideran las diversas categorías de maquinaria y equipo existentes. La vida útil remanente de las diversas categorías de maquinaria y equipo en ningún caso excede en promedio el equivalente a doce años de producción estimada.

A continuación, se describen las tasas anuales utilizadas para la depreciación bajo el método de línea recta y unidades de producción:

| <u>Descripción</u> | <u>Vida útil</u> |
|--|---------------------------------|
| Edificios | 40 años |
| Herramientas | 4 años |
| Muebles y útiles de oficina | 10 años |
| Vehículos | 5 años |
| Equipos de computación | 4 años |
| Equipos de comunicación | 10 años |
| Botellas | 5 años |
| Canastillas plásticas | 10 años |
| Paletas | 10 años |
| Maquinarias y equipos de cervecería | Hl de producción estimada |
| Maquinaria y equipo de planta de envases | Unidades de producción estimada |

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

3.10 Activos mantenidos para la venta

Los activos mantenidos para la venta son activos que provienen de las garantías ejecutadas por créditos vencidos de los clientes. Tales activos se valúan al valor de la garantía recibida que es menor al valor de mercado; por su naturaleza estos activos no se deprecian.

3.11 Activos intangibles

Los activos intangibles se presentan a sus costos de adquisición y están reexpresados de acuerdo a lo indicado en la Nota 2.4.

La amortización es efectuada por el método de la línea recta, aplicando una tasa anual del 20% (5 años) para extinguir el valor del activo intangible.

3.12 Otros Activos

Los otros activos se encuentran valuados a su valor nominal.

3.13 Deudas comerciales

Las deudas comerciales representan obligaciones ciertas hacia terceros y se presentan a su valor nominal.

3.14 Préstamos financieros

Los préstamos financieros han sido valuados de acuerdo con la suma de dinero recibida, neta de los costos de la transacción, menos las amortizaciones realizadas a la fecha de cierre, más los resultados financieros devengados en base a la tasa de interés pactada para cada uno de los créditos obtenidos por la Sociedad.

3.15 Deudas sociales y fiscales

Las deudas sociales y fiscales representan las obligaciones ciertas con el Servicio Nacional de Impuestos, Afps, Caja Nacional de Salud y empleados y se presentan a su valor nominal

3.16 Otras deudas

Las otras deudas representan las obligaciones de dividendos por pagar a los accionistas y otras obligaciones con terceros y se encuentran valuadas a su valor nominal.

3.17 Previsiones

El Directorio y la Gerencia de la Sociedad entienden que las deudas y provisiones para reclamos, controversias judiciales y otras contingencias registradas en los presentes estados financieros son suficientes para atender un eventual efecto adverso de tales reclamos y controversias y hechos contingentes desfavorables sobre su situación patrimonial y los resultados de sus operaciones, en función de los elementos de juicio, etapas procesales y cuestiones de hecho y derecho conocidas hasta la fecha de aprobación de los presentes estados financieros.

3.18 Previsión para indemnización

En cumplimiento a disposiciones legales vigentes, la Sociedad constituye una previsión para cubrir el pasivo con el personal al cierre de cada ejercicio por indemnizaciones por tiempo de servicio, equivalente a un sueldo por año trabajado en base a la rotación del personal, esta previsión es clasificada como no corriente.

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

3.18 Previsión para indemnización (Cont.)

En fecha 1° de mayo de 2009, el Gobierno de Bolivia emitió el Decreto Supremo N° 110, en el cual se garantiza el pago de la indemnización por tiempo de servicio de las trabajadoras y trabajadores luego de haber cumplido más de noventa (90) días de trabajo continuo, producido el retiro intempestivo de que fueran objeto o presentada su renuncia voluntaria, toda vez que el pago de la indemnización por tiempo de servicios constituye un derecho adquirido.

En fecha 26 de mayo de 2010, el Gobierno de Bolivia emitió el Decreto Supremo N° 522, que tiene por objeto establecer el procedimiento para el pago obligatorio del quinquenio en el sector privado a simple requerimiento de la trabajadora o el trabajador que haya cumplido cinco (5) años de trabajo de manera continua.

3.19 Patrimonio neto

La Sociedad reexpresa su patrimonio neto a moneda constante, utilizando para tal efecto la variación del índice de la Unidad de Fomento de Vivienda (UFV). La contrapartida de dicha actualización se carga a los resultados del ejercicio en la cuenta "Ajuste por inflación y tenencia de bienes".

El ajuste de reexpresión de las cuentas "Capital pagado" y "Prima de fusión" se registra en la cuenta patrimonial "Ajuste de capital", el saldo acreedor de esta cuenta puede ser capitalizado.

El ajuste de reexpresión de las cuentas de reservas patrimoniales se registra en la cuenta patrimonial "Ajuste de reservas patrimoniales"; el saldo acreedor de la cuenta puede ser capitalizado o ser utilizado para compensar pérdidas.

El ajuste de reexpresión de los "Resultados acumulados" queda expuesto bajo esa denominación.

3.20 Reserva legal

De acuerdo con lo dispuesto por el Código de Comercio, la Sociedad debe constituir una reserva legal, destinando a tal fin un mínimo del 5% de las utilidades líquidas obtenidas de cada ejercicio económico hasta alcanzar el 50% del capital social pagado. La Sociedad ha constituido la totalidad de la reserva legal requerida, por lo cual no requiere constituir una reserva adicional.

3.21 Ingresos y gastos

Para la contabilización de los ingresos y gastos del ejercicio se ha utilizado el método del devengado, el cual dispone que estos se reconocen independientemente si fueron cobrados o pagados.

La Sociedad determina el resultado del ejercicio tomando en cuenta los efectos de la inflación. No se han ajustado los rubros individuales del estado de ganancias y pérdidas de acuerdo a lo establecido en la Norma de Contabilidad N° 3, esta omisión no origina una distorsión general significativa en los rubros individuales de dicho estado.

3.22 Impuesto sobre las utilidades de las empresas

La Sociedad está sujeta al Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE), por lo que debe aplicar el 25% a la utilidad neta, determinada de acuerdo con Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Bolivia, con algunos ajustes determinados de acuerdo con la Ley Tributaria y sus decretos reglamentarios. De acuerdo con la legislación tributaria vigente, el Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE) es considerado como pago a cuenta del Impuesto a las Transacciones (IT).

3 - PRINCIPIOS Y PRÁCTICAS CONTABLES (Cont.)

3.23 Impuesto diferido

El impuesto diferido es aquel Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas que se espera pagar o recuperar producto de las diferencias entre el valor en libros de los activos y pasivos de los estados financieros y el valor fiscal de los mismos, bajo lineamientos utilizados para el cálculo del resultado tributario utilizando el método del pasivo basado en el balance.

Los pasivos por impuesto diferido son reconocidos para todas las diferencias temporarias imponibles y los activos por impuesto diferido en la medida que sea probable que haya rentas gravadas disponibles en contra de las cuales las diferencias temporales deducibles puedan ser utilizadas, dichos activos y pasivos son registrados utilizando la tasa vigente del Impuesto Sobre las Utilidades de las Empresas reconociendo el mismo como gasto o ingreso en el estado de resultados según corresponda.

CBN

Cervecería Boliviana Nacional