



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

DE  
RES

EMPRESAS  
POR EL  
DESARROLLO  
SOSTENIBLE

Alineadas en sus objetivos

# La Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE) renueva su apoyo a DERES

EL APOYO DE ANDE A DERES VIENE DE VARIOS AÑOS ATRÁS Y CONTINÚA, DADO QUE AMBAS ORGANIZACIONES MANTIENEN EN COMÚN SUS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y DE CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD. ACTUALMENTE TAMBIÉN PONEN ÉNFASIS EN IMPULSAR A LAS PYMES DEL PAÍS

**E**l presidente de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE), el Cr. Martín Dibarboire, valora el trabajo realizado en el proyecto “Reconocimiento a la Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las PyMEs” en el año 2018 y da cuenta de los apoyos que la Agencia llevó adelante para esta edición.

**La ANDE resolvió apoyar a DERES estos últimos años, ¿por qué?**

En 2018, La Agencia Nacional de Desarrollo ha apoyado a DERES como organización que agrupa a empresas que trabajan por un desarrollo sostenible y lo seguirá haciendo en este año 2019, porque tenemos objetivos comunes respecto de los ODS y porque nos identificamos con la importancia del tema para todas las empresas, no importando su tamaño o rubro al que se dediquen; todos podemos contribuir como sociedad

## SE APELA A LA INTERACCIÓN DEL GOBIERNO, EMPRESA Y SOCIEDAD CIVIL

a un desarrollo verdaderamente sostenible.

Ya reconocímos la trayectoria ininterrumpida de DERES, que lleva años trabajando en responsabilidad social empresarial, pero ahora también asume la importante tarea de liderar un proceso entre privados, con el apoyo y colaboración del sector público, como la ANDE en este caso.

Se trata de impulsar los ODS y, en particular, apoyar el cumplimiento de al menos algunos de esos objetivos, a través del logro de los objetivos propios de las empresas. Así lo han hecho, interactuando con más de 50 empresas de todo tipo y tamaño.

Justamente, el desarrollo sostenible es la iniciativa en la cual, explícitamente, se apela a la interacción de gobierno, empresa, sociedad civil y ciudadanía. La evolución y crecimiento del trabajo de DERES en estos últimos años ha demostrado con casos concretos, el interés y motivación de sus socios por apropiarse de los principios y objetivos que los ODS plantean.

Este proyecto ANDE, que fue denominado “Programa de Gestión de los ODS en el sector privado” y que se enmarcó en el



LA CEREMONIA GENERÓ EXPECTATIVAS, A SALA LLENA



apoyo al Reconocimiento DERES a las Mejores Prácticas Empresariales que contribuyen a los ODS, tiene el objetivo de reconocer a aquellas empresas que expresan su compromiso con los ODS, trabajando en uno o más ODS, definiendo metas e indicadores específicos, según se expresa en cada iniciativa. En esta edición, especialmente con el apoyo de ANDE, se trabajó en llegar a las PyMEs del país, promoviendo su participación en las diversas actividades del proyecto.

Esto es muy bueno de por sí, pero si además ponemos en valor lo que implica que empresas de las características que agrupa DERES, estén trabajando fuer-

## ¿Cuál ha sido el apoyo de la Agencia en la edición 2018?

Primero que nada, hay que decir

temente en temáticas como lo medioambiental, la equidad de género, el consumo responsable, la discapacidad y las empresas, entre otras, creemos que se trata de un cambio cultural y un avance cualitativo más que trascendente para todo el país. Felicitamos a DERES y a todos sus socios por eso.

que apoyamos a DERES, basados en los puntos de encuentro entre lo que ha propuesto dicha organización y el Plan Estratégico 2018-2020 de la Agencia, en concordancia con el compromiso que el gobierno tiene con los ODS, reflejando, por ejemplo, en los dos “Informes Nacionales Voluntarios” presentados ante la Organización de Naciones Unidas (ONU), así como los múltiples programas y acciones



LAS PYMES COMO PRIORIDAD EN LA AGENDA DE ANDE

realizados en todo el territorio nacional.

En los hechos, se realizaron dos talleres para empresas donde se las acompañó en el proceso de identificación y preparación de las prácticas a ser reconocidas, así como también en el establecimiento de los indicadores para la medición del impacto generado y de los beneficios producidos por la implementación de dichas prácticas.

Asimismo se han realizado talleres para los evaluadores, de manera de alinear las expectativas y criterios de análisis de las propuestas, así como la elaboración de recomendaciones a las empresas participantes.

Por último, un taller PyMEs y ODS (previo al evento de entrega de reconocimientos) con participación de más de veinte PyMEs, siendo su objetivo promover el acercamiento a los ODS desde la mirada de las PyMEs, apuntando a integrar estos objetivos a sus estrategias de gestión.

## LAS PYMES RECIBIRÁN APOYO TÉCNICO Y SEGUIMIENTO EN SUS PROGRAMAS

Las PyMEs que recibieron un reconocimiento en esta edición recibirán apoyo técnico de implementación de programas y seguimiento, que les permita mejorar su gestión en diversas áreas, como incentivo para darle continuidad al trabajo que realizan en el marco de los ODS. Dicho seguimiento es dirigido por DERES, con el apoyo del equipo técnico de ANDE.

El aporte económico de la ANDE consistió en un compromiso de hasta un máximo de \$ 1:200.000.

## ¿Van por un año más, entonces? ¿DERES contará con la ANDE en 2019?

Sí, tal como decía al inicio, continuaremos apoyando a DERES este año con la intención de profundizar y mejorar lo realizado en 2018.

De hecho, justamente, en este mes de junio, las PyMEs cuyas prácticas fueron reconocidas en 2018, recibirán la asistencia técnica que fue comprometida como parte de dicho reconocimiento.

En 2019, por intermedio de un nuevo convenio ya firmado, DERES contará con un apoyo económico de \$ 1:800.000 por un lapso de doce meses.

Marca País

# Re Botella Salus: compromiso con el cuidado del ambiente y el reciclaje

ALINEADO A SU COMPROMISO CON EL CUIDADO DE LA NATURALEZA, SALUS LANZÓ RE BOTELLA, UN ENVASE ELABORADO CON PLÁSTICO RECICLADO Y 100% RECICLABLE. ADEMÁS, INVITA A LOS URUGUAYOS A UTILIZAR LA APP ¿DÓNDE RECICLO? PARA CLASIFICAR Y SABER DONDE DEPOSITAR LOS RESIDUOS

Como desde hace 127 años, el cuidado del medio ambiente es una prioridad para Compañía Salus. La agenda de sustentabilidad está completamente incorporada al quehacer diario de la empresa e integrada a su ADN.

Salus trabaja en el desarrollo de políticas de conservación desde sus inicios, por medio de diversos programas enfocados al cuidado de la Reserva Natural Salus. Allí se protegen ecosistemas y diferentes especies de fauna y flora, consideradas de conservación prioritaria.

La Reserva Natural Salus, ubicada en un lugar emblemático para los uruguayos, como las Sierras de



INTERVENCIÓN DEL CARTEL EN LA RAMBLA A INICIATIVA DE LA INTENDENCIA DE MONTEVIDEO

SALUS REALIZÓ  
UNA INTERVENCIÓN  
URBANA EN PLAZA  
TROUVILLE

Minas, es un ejemplo de contribución directa a la preservación de un entorno natural ideal para el nacimiento del agua Salus.

Como una muestra más de este compromiso, en el marco del mes del Medio Ambiente, Salus presentó Re botella, un envase que además de ser 100% reciclable, está elaborado parcialmente con plástico reciclado, promoviendo así su reutilización. La producción de este nuevo envase es más sustentable ya que en lugar de utilizar materias primas nuevas, se reciclan materiales para darles un segundo uso. Re botella estará

disponible paulatinamente en toda la línea de aguas Salus desde este mes de junio.

Este lanzamiento supone una nueva iniciativa en la que Salus se propone continuar trabajando para incorporar cada vez más material reciclado en sus botellas. Desde Salus se promueve el concepto de reutilización, esto supone una lógica de economía circular, por la que se incorpora este material nuevamente al proceso productivo, generando un aporte positivo al medio ambiente.

## Dónde reciclo

Salus trabaja para proyectos destinados a mejorar las tasas de re-

ciclado de plástico y hacer posible su reutilización. Por este motivo, buscando involucrar al ciudadano en la gestión sustentable y reducción de residuos, Salus junto a la ONG Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE) y DATA crearon la aplicación móvil "Dónde Reciclo". Esta plataforma permite a sus usuarios aprender a clasificar residuos desde sus casas y encontrar ubicaciones donde depositarlos de acuerdo a su ubicación. La aplicación es gratuita y se encuentra disponible en App store y Google play.

En el mes del Medio Ambiente, Salus dio apoyo a diversas actividades vinculadas a la promoción de hábitos responsables con el

medio ambiente, con orientaciones sobre cómo clasificar los residuos y dónde depositarlos.

Entre las actividades, se realizó la intervención del clásico cartel "Montevideo" ubicado en la rambla frente a Kibón, bajo el #MontevideoRecicla impulsado por la Intendencia de Montevideo; y la intervención urbana en Plaza Trouville para concientizar a la población sobre la importancia de reciclaje. En dicha plaza se instalaron diez letras que forman la palabra Montevideo, realizadas con botellas Salus. La obra fue realizada y supervisada por el artista uruguayo Sebastián Barcelona junto al equipo de Barcelona Oriental, Fabián Grauer y Emilia-

no Vargas, y el Municipio CH y su comisión de medio ambiente. La obra puede ser visitada hasta el 5 de julio, día en que se retirará para ser reciclada en la Planta Géminis, de la Intendencia Municipal de Montevideo.

## Nueva imagen

Este año, como muestra de su vínculo estrecho con los uruguayos, Salus lanzó su nueva imagen inspirada en un lugar icónico para los uruguayos: las Sierras de Minas. Sus formas, colores, flora y fauna hacen de ellas un paisaje armónico que miles de uruguayos

SE INCORPORA CADA  
VEZ MÁS MATERIAL  
RECICLADO EN SUS  
BOTELLAS

visitán y disfrutan. En estas sierras tiene origen el agua mineral natural Salus.

Entre otras modificaciones, se incluyeron en las etiquetas históricas de la Leyenda del Puma, el sabor único de Salus, la hidratación saludable y el milagro de la naturaleza. En el marco de este lanzamiento, la compañía firmó con el Ministerio de Turismo y el Instituto Uruguay XXI un convenio en el que la Reserva Natural Salus se adhirió a la Marca País Uruguay Natural, para reforzar su compromiso con la calidad de vida de los uruguayos.



Propósito 2030: buenos negocios y un mejor futuro

# Conectando el desarrollo sostenible con el éxito comercial duradero

ASÍ SE TITULA UN ARTÍCULO QUE DELOITTE PUBLICÓ EN ENERO DE 2017 (\*\*), QUE LES RECOMIENDO ACCEDER Y ANALIZAR Y QUE INTENTARÉ INTRODUCIR A USTEDES EN ESTAS BREVES LÍNEAS. LA CONVICCIÓN ES QUE LOS NEGOCIOS TIENEN UN ROL IMPORTANTE EN EL DESARROLLO DE LAS SOCIEDADES

Mariella de Aurrecoechea (\*)

**L**os que estamos convencidos de que los Objetivos de Desarrollo Sostenible dan un marco comprensivo e integrado para trabajar juntos en pos de un futuro mejor hacia el año 2030, también estamos convencidos de que los negocios tienen un gran papel en esta agenda y pueden lograr un gran impacto en el logro de los mismos.

Nos hacemos eco de las afirmaciones de Ban Ki-Moon, Secretario General de las Naciones Unidas, cuando dijo que: "La nueva agenda es una promesa para los líderes de todo el mundo, una agenda para las personas, para terminar con la pobreza en todas sus formas".

Pero esa nueva agenda implica no hacer más de lo mismo. Sintéticamente, Deloitte llama a estas modificaciones sustanciosas en el comportamiento de las empresas: "Propósito 2030".

## SE DEBE INSPIRAR, DESCUBRIR, EMBEBER, DEMOSTRAR, EVALUAR

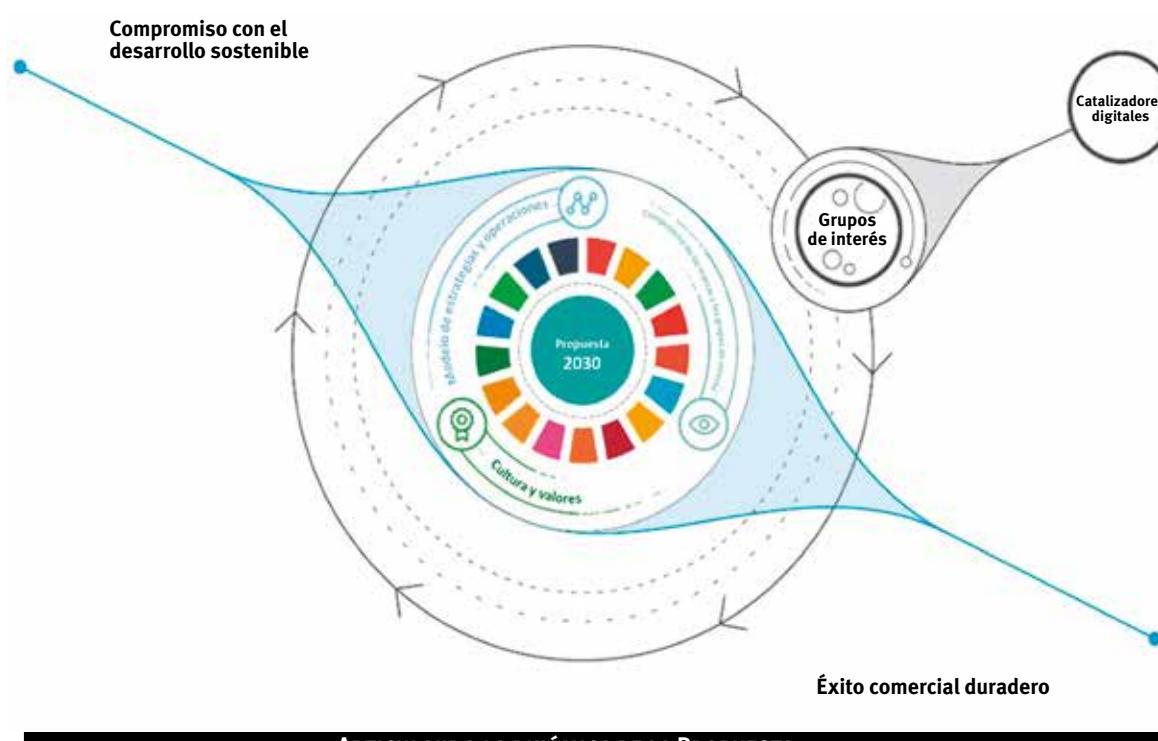
"El propósito da respuestas a preguntas claves de qué es la empresa y por qué existe más allá de generar utilidad, a través de un conjunto articulado de valores compartidos. Pero, más que solo palabras, el propósito debe guiar el comportamiento, influir en la estrategia y trascender a los líderes", Punit Renjen, Global CEO de Deloitte.

## Los pasos

¿Cuáles son los pasos que las empresas debemos dar a efectos de alcanzar nuestro Propósito 2030?

Para optimizar el éxito comercial y su impacto positivo en el mundo, las empresas deben poner al Propósito 2030 en el corazón de su negocio a través de: inspirar, descubrir, embeber, demostrar, evaluar.

El primer paso es inspirar a los líderes para que reconozcan la importancia y entiendan los beneficios del propósito. Este primer paso ofrece la doble oportunidad de direccionar los desafíos que el mundo enfrenta, así como los requerimientos estratégicos y comerciales que los negocios persiguen.



## ARTICULANDO LA DINÁMICA DE LA PROPUESTA 2030

### GESTIÓN DE RIESGOS

No hay duda de que la sustentabilidad del negocio es cada vez más importante para los líderes empresariales.

Los riesgos que atentan contra la sustentabilidad, tanto económicos, ambientales, como de gobernanza empresarial, están progresivamente más presentes en las inquietudes a gestionar; o deben estarlo.

Pero debemos visualizar a dichos riesgos como un motor importante en la creación de valor para los negocios y potenciar la rentabilidad de los mismos.

Ental sentido, es necesario preguntarse: ¿cuán integrados están los riesgos de sustentabilidad en el proceso de gestión de riesgos?, ¿cómo se incorporan las prioridades e iniciativas de sustentabilidad en la estrategia de negocio?, ¿qué información se brinda a los distintos grupos de interés para demostrar el desempeño?, ¿los medios y medidas de comunicación de dicho desempeño son efectivos, tanto interna como externamente, o qué hacer para lograrlo?

Las medidas para gestionar estos riesgos contribuyen a la mejora de

resultados en todo el continuo de la cadena de generación de valor, desde la reducción de costos hasta la diferenciación de la compañía en el mercado, además de mejorar el valor y la reputación de la marca, atraer talento y conectarse responsablemente con el resto de sus grupos de interés.

Lo principal es tener en cuenta realmente que gestionar los riesgos de sostenibilidad ayuda indiscutiblemente a las organizaciones a aprovechar, con confianza, ventajas competitivas.

A través de este proceso, los líderes determinan cuán apartados están de la ruta 2030 y cuáles son los beneficios y oportunidades que mantienen sin potenciar.

El segundo paso es descubrir y articular un Propósito 2030 que destape el verdadero impacto positivo que será la razón de ser de la existencia de la empresa.

Ese proceso de descubrimiento intentará establecer claramente si el propósito que fijemos está/ es: conectado con los objetivos sociales, ambientales o económicos de la agenda; conectado con el modelo de negocio (claramente debe existir una alineación entre el propósito y las actividades de la empresa), transformacional (debe dar ímpetu a la empresa para que sea motivador de cambio y evolución), distintivo (debe diferenciar a la empresa de los competidores), inspirador (debe ser un llamado a la acción).

Pero para generar impacto genuino, las empresas deben

embeber dicho propósito en el proceso de toma de decisiones y cambio de comportamiento.

Los negocios deben demostrar los avances para que los grupos de interés puedan entender dicho propósito y continuar comprometiéndose con la organización.

Finalmente, el progreso debe ser evaluado para asegurar respuestas y mejora continua. Esto implicará: revisar el imperativo original, áreas de foco y métricas clave; integrar las métricas como parte de las estructuras de reporte; reportar en un formato accesible y que comprometa. Este proceso no es sencillo ni automático. Deberá ser tomado como proceso, como ruta, como viaje hacia el Propósito 2030.

### Reglas a seguir

En este viaje hacia el Propósito 2030, no nos debemos olvidar las siguientes reglas: autenticidad,

balance y enfoque consistente.

La autenticidad se refiere a que el propósito debe ser vivido a través de las actividades de la empresa. Es imposible que los grupos de interés crean en el propósito si la compañía no trabaja activamente persiguiéndolo.

Además, las intervenciones necesitan balancear el corto y el largo plazo, balancear lo que aparecerá como ganancia financiera de corto plazo con aquella que estará direccionalizada a lograr el desarrollo sostenible.

Por último, se requiere un enfoque consistente, ya que el proceso debe trascender los cambios en la gobernanza de las organizaciones y en el liderazgo.

### Áreas funcionales

Existen tres áreas funcionales centrales que las empresas debemos considerar y modificar para lograr nuestro Propósito: la estrategia y el modo operacional; la cultura y

valores; y la marca y el compromiso de interés.

En cuanto a la estrategia y el modelo operacional, estos tienen que ser modificados para que el propósito sea alcanzado. Las empresas debemos repensar la forma en que hacemos nuestras actividades. El desafío no es menor y debemos priorizar los alcances de estas modificaciones que impactarán en las siguientes áreas: estrategia, gobernanza, estructura, gente, procesos, tecnología, instalaciones, reporte.

Sobre el fomento de la cultura y los valores, hay que decir que debe existir un compromiso con el talento, que asiente las bases para que los colaboradores se sientan orgullosos de su trabajo.

Respecto a la marca y el compromiso con los grupos de interés, la empresa debe comunicar cómo se compromete con los cambios, hacerse visible a los clientes, a los inversores y al resto de los grupos de interés, tanto

## NECESITAMOS MÁS LÍDERES COMPROMETIDOS CON ESTOS PROCESOS

en las comunicaciones internas, externas como en las relaciones que establece. En otras palabras, el Propósito 2030 debe estar incluido en la estructura del negocio y ser reconocido por los grupos de interés como parte de la marca de la empresa.

Lo cierto es que necesitamos más líderes comprometidos con estos procesos. La elección no es blanco o negro. Es conectar lo que hacen las empresas con el porqué de su existencia, es dar a los negocios la oportunidad de alinear el core de su negocio con una contribución positiva hacia la humanidad.

Desde DERES estamos trabajando firmemente en diversas acciones para potenciar a las empresas en esta búsqueda.

(\*) Mariella de Aurrecoechea, además de ser Vicepresidente de DERES, es socia responsable de Risk Advisory y del área de RSE de Deloitte Uruguay.

(\*\*) Para quienes tengan interés de acceder al artículo referido: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/purpose-2030-good-business-better-future.html>

Sustentabilidad: un tema estratégico

# Temas claves del negocio que deben pasar de la periferia a la estrategia

EL INSTITUTO DE COMITÉ DE AUDITORÍA DE KPMG PRESENTÓ UN ESTUDIO SOBRE CÓMO LOS DIRECTORES Y LA ALTA GERENCIA VALORAN MÁS EL MEDIOAMBIENTE, LA SOCIEDAD Y EL GOBIERNO CORPORATIVO, PERO ¿EN QUÉ GRADO INTEGRAN ESOS TEMAS EN SUS PROCESOS CLAVE O MODELOS DE NEGOCIO?

**Mario Amelotti (\*)**

Comité Ejecutivo de DERES

**E**n la actualidad mucho se discute sobre el tema de sustentabilidad y de la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la gestión de las empresas. Existe un compromiso importante de la comunidad internacional y de diferentes actores sociales por alcanzar los objetivos de la llamada “Agenda 2030”, y parece razonable pensar que las empresas se planteen un modelo de negocio a largo plazo en el que no solo se tenga en cuenta la rentabilidad, sino también el cuidado del planeta y el velar por la justicia social y la inclusión de las personas.

Nos debemos cuestionar en este momento, si estas afirmaciones de modelo de negocio empresarial son declaraciones “políticamente correctas” o están basadas en evidencias, es decir en estudios que, de alguna manera,



AJUSTAR PLANES Y ESTRATEGIAS EN FUNCIÓN DE LAS NUEVAS DEMANDAS

## LOS DIRECTORIOS DEBEN LIDERAR LOS TEMAS ESG Y PONERLOS SOBRE LA MESA

nos permitan concluir que los diversos grupos de interés de las empresas ven este tema de la misma manera, y si en definitiva está realmente considerado en el centro de la estrategia de la empresa y, por lo tanto, es un factor de atención y foco por parte de los directores y alta gerencia de las organizaciones.

Hay temas que parecen claros; en un mundo donde todas las organizaciones compiten por el talento, la pregunta de ¿cómo soy más atractivo para atraer el mejor talento?, se responde fácilmente: no solo el factor económico es tomado en consideración por los aspirantes para la elección de las organizaciones a la hora de trabajar, sino que tienen en cuenta otros factores. Hoy, las personas tienen mayor conciencia y valoran más los temas vinculados al cuidado del medioambiente y al ambiente de trabajo (equidad de género, respeto, etc.), factores que son tan determinantes, o más, que la mera consideración económica.

¿Hay otros aspectos a considerar además del tema antes mencionado?, ¿qué opinan otros grupos de interés? Vamos a

presentar a continuación, el resultado de una encuesta llevada a cabo por el Instituto de Comité de Auditoría de KPMG, sobre cómo los directores y la alta gerencia de las organizaciones ven la importancia de los temas de ESG (medioambiente, sociedad y gobierno corporativo, por su sigla en inglés), y si las compañías integran –o no– a los mismos en sus procesos claves de negocio. El Instituto de Comité de Auditoría de KPMG encuestó a 900 miembros de directorios, alta gerencia y líderes de negocios de 41 países alrededor del mundo. (\*\*)

De las respuestas obtenidas, surgen tres mensajes claves a señalar:

Primero, los mayores inversores institucionales enfatizan la importancia de los aspectos de ESG en la performance de las empresas y los consideran factores claves en la creación y preservación de valor a largo plazo, aunque solo el 50% de los miembros encuestados creen que el foco en ESG tiende a mejorar la performance y la posición competitiva de la empresa. En sí, ESG está en el “radar”, aunque más de la mitad de los encuestados entiende que el elemento principal para las empresas de focalizarse en ESG es el riesgo reputacional y el consiguiente impacto en la marca, así como en las expectativas de los clientes, empleados y otros grupos de interés claves.

El desafío, entonces, no es solo cómo expandir la conversación de estos temas más allá de los riesgos, sino también incluir el

del retorno que produce para la empresa tener o desarrollar buenas prácticas en materia de medioambiente, justicia social y adecuado gobierno corporativo.

Segundo, las iniciativas de

ESG aparecen más en la periferia que integradas a la estrategia y procesos claves de negocios. Esto tal vez no sorprende en la medida en que la mitad de los encuestados no ve una correlación



ESC: MEDIOAMBIENTE, SOCIEDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

directa entre los temas de ESG y la performance de sus empresas a largo plazo. En tal sentido, se podría mostrar esa correlación para que los líderes desarrollen una perspectiva más integral al respecto.

Finalmente, dada la importancia que los inversores le asignan al manejo de los ESG, los directorios tienen un rol clave y, a nuestro entender, deben liderar en poner estos temas sobre la mesa para que formen parte de la estrategia de largo plazo en las organizaciones. Según citan específicamente algunos de los encuestados del mencionado estudio, existe un espacio significativo para avanzar en la supervisión, que los directorios pueden ejercer en relación a la aplicación de los temas ESG, en primer lugar, para hacer de ellos una prioridad estratégica y, además, para mejorar la medición, el seguimiento y la comunicación de los esfuerzos que las empresas realizan en esta materia.

## EL DESAFÍO ES EXPANDIR LA CONVERSACIÓN MÁS ALLÁ DE LOS RIESGOS

Un último tema no menor, en un mundo complejo donde cada vez más las empresas integran sus cadenas de valor con proveedores estratégicos en asociaciones a largo plazo, es que los temas de sustentabilidad antes planteados deben cubrir a toda la cadena; entendemos que las empresas líderes deben tener un rol principal y activo con sus proveedores en esa visión estratégica a largo plazo.

En definitiva, queda claro que los temas aquí expuestos justifican su inclusión en la estrategia de negocio de las empresas, porque así lo están requiriendo distintos grupos de interés, que según sus decisiones, pueden afectar significativamente el valor de las empresas, y en definitiva su sustentabilidad.

Entiendo que el camino ya está trazado y muchas empresas han avanzado en incluir este modelo integrado en su estrategia. Otras no y el tiempo urge.

(\*) Mario Amelotti es Socio Director de KPMG y es integrante del Comité Ejecutivo de DERES.  
(\*\*) Fuente: KPMG-ACI Global Pulse Survey ESG, risk and return-April 2018

Diversas áreas de impacto

# Mejorando la calidad de vida y hacia un futuro más pleno y más saludable

NESTLÉ ES CONSCIENTE DE QUE INFLUYE EN MILES DE MILLONES DE VIDAS EN EL MUNDO: DE LAS PERSONAS Y FAMILIAS QUE CONSUMEN SUS PRODUCTOS, DE LAS COMUNIDADES CON LAS QUE TRABAJA Y QUE OBTIENEN SUS INGREDIENTES, Y DEL ENTORNO GLOBAL EN EL QUE NOS ENCONTRAMOS

**N**estlé impulsa su Propósito de mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable, en forma alineada con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible. Sus tres áreas de impacto en el mundo son los consumidores y sus familias, las comunidades y el planeta.

Teniendo identificadas esas tres áreas centrales, la compañía ha definido 36 compromisos públicos para atender los asuntos más importantes que también ayudan a alcanzar sus metas, algunos de los cuales destacamos a continuación.

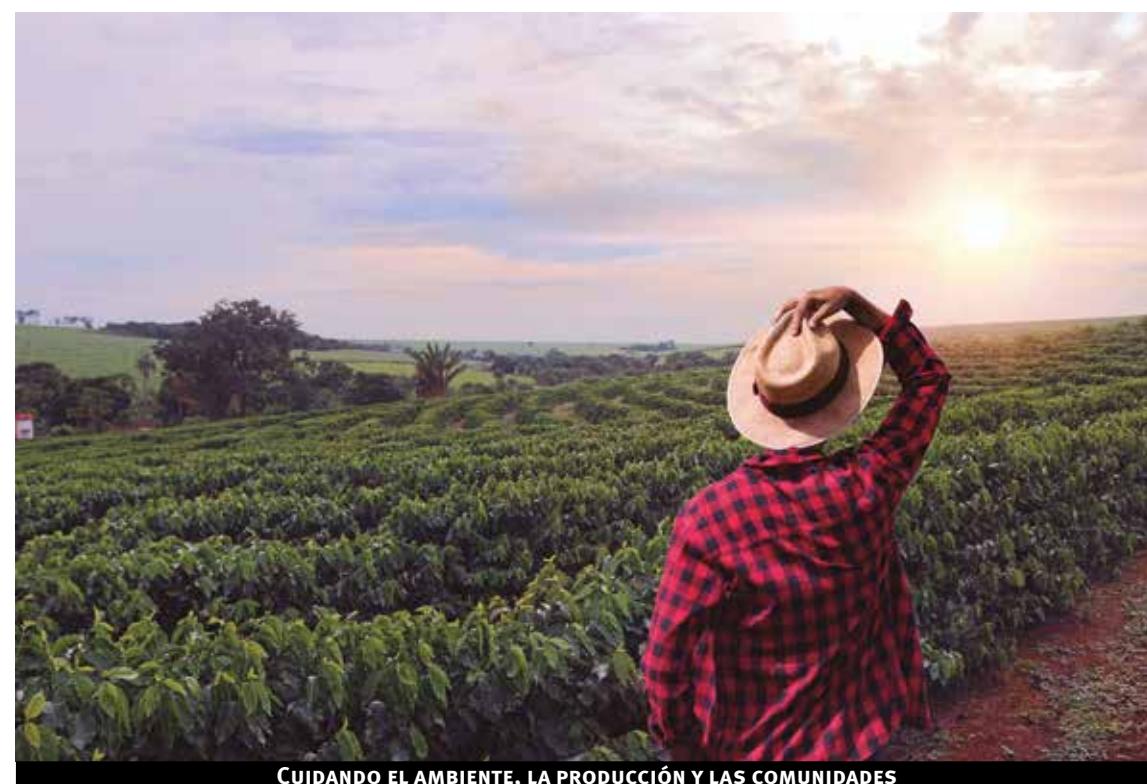
**170**

millones de porciones de vegetales se añadieron a los productos Nestlé

Para individuos y familias, la empresa busca habilitar vidas más saludables y felices. Los hábitos alimentarios del consumidor han ido cambiando y en línea con esas necesidades evolutivas, Nestlé ha transformado sus productos, haciéndolos más nutritivos y naturales.

El año pasado, a nivel global, 106 millones de niños y familias fueron alcanzados con alimentos y bebidas fortificadas. Además, 170 millones de porciones de vegetales fueron añadidas a los distintos productos de la marca.

También ayudaron a padres y



CUIDANDO EL AMBIENTE, LA PRODUCCIÓN Y LAS COMUNIDADES

cuidadores para criar niños más sanos, en el entendido que la buena nutrición en los primeros años de vida sienta las bases para la salud y el bienestar en la adultez. En esa línea, cabe destacar que la iniciativa insignia "Nestlé por Niños Saludables" tiene como objetivo educar e inspirar a los padres y cuidadores de niños durante el período crucial desde la concepción a la adolescencia.

A la fecha, más de 29 millones de niños han sido impactados positivamente en el mundo a través de dicha iniciativa, y en Uruguay alcanzó a más de 7.000 desde el año 2014.

Otro objetivo que mueve a la empresa es desarrollar comunida-

des prósperas y resilientes, como parte de una cadena de valor segura a largo plazo, capacitar a sus empleados y apoyar el desarrollo rural, asegurando el abastecimiento responsable y la promoción de los derechos humanos.

Parte de dicho cometido lo cumple la "Iniciativa por los Jóvenes", a través de la cual Nestlé generó una alianza entre ellos en el marco del 1er Encuentro de Jóvenes del Mercosur, que tuvo lugar en Montevideo en 2018. Junto a otras 29 empresas de los cuatro países que conforman el bloque (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), la empresa se comprometió a generar más de 40.000 oportunidades de forma-

ción profesional para el año 2020.

Tal como mencionamos, otra área de impacto de Nestlé es el medio ambiente, teniendo en cuenta que sus operaciones dependen en alto grado de los bosques, los suelos, los océanos y del clima en general para entregar un suministro sostenible de recursos.

A nivel global, Nestlé ha realizado esfuerzos por reducir, reutilizar y reciclar, con el fin de lograr una operación cero desperdicios, y continúa en esa línea.

En 2018, se anunció la creación del Nestlé Institute of Packaging Sciences (Instituto Nestlé de Ciencias del Envase), dedicado al descubrimiento y desarrollo de soluciones de envase fun-

cionales, seguras y respetuosas del medio ambiente. Este es un paso más hacia la meta de la compañía de contar con envases 100% reciclables o reutilizables para el año 2025.

## En Uruguay

En el nuevo Centro de Operaciones de Nestlé en nuestro país se han realizado inversiones significativas en equipos con tecnologías verdes, lo cual representa una modernización en el parque industrial uruguayo y refuerza el compromiso de la empresa con el medio ambiente.

## SE CREARÁ EL INSTITUTO NESTLÉ DE CIENCIAS DEL ENVASADO

Específicamente, más de 5 millones de dólares fueron destinados a equipamientos únicamente, como por ejemplo, la tostadora de café con energía a gas y el nuevo sistema de recuperación de aguas de lluvia para el riego del predio.

De esta forma, la compañía crea valor compartido con la convicción de que, para tener éxito a largo plazo, toda su operación debe beneficiar a las comunidades, elevar la calidad de vida y lograr una diferencia positiva en la sociedad en su conjunto.




**UN FUTURO  
QUE DA GUSTO**











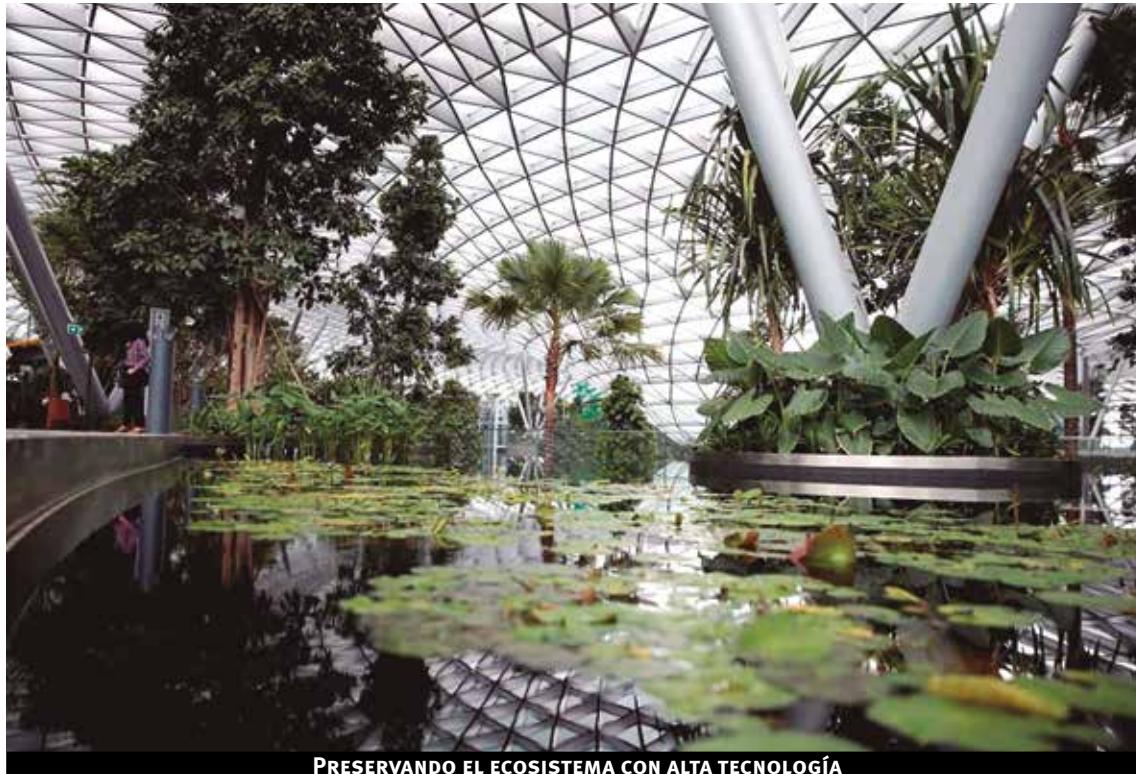

## Certificación sostenible

# Transitando por el camino de la ecoeficiencia y la banca responsable

SER SUSTENTABLES Y TRANSITAR POR EL CAMINO DE LA ECOEFICIENCIA FORMA PARTE DEL ADN DE LA CULTURA CORPORATIVA DE BBVA, EN EL QUE QUEDA DEMOSTRADO EL FUERTE COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE Y SUS ESFUERZOS POR CONTRIBUIR EN UNA SOCIEDAD MÁS SOSTENIBLE

**D**esde su fundación en 1857, BBVA ha situado como eje prioritario la responsabilidad que se deriva del impacto de su actividad sobre las personas y la sociedad.

En cuanto a la financiación sostenible, BBVA es uno de los bancos líderes a nivel mundial, comprometido con el futuro adhiriéndose a los Principios de Banca Responsable, nacidos bajo el auspicio de Naciones Unidas. Esta iniciativa responde a los retos en materia de sostenibilidad que enfrenta el sector financiero a nivel global. Asimismo, es también una de las entidades con más



PRESERVANDO EL ECOSISTEMA CON ALTA TECNOLOGÍA

## BBVA EN URUGUAY SIGUE EL PLAN GLOBAL DE ECOEFICIENCIA DEL GRUPO

experiencia en el asesoramiento de bonos verdes para sus clientes, una actividad que inició en 2007 cuando formó parte de la emisión del primer bono verde por parte del Banco Europeo de Inversiones.

BBVA en Uruguay forma parte del Plan Global de Ecoeficiencia del grupo, manteniendo objetivos concretos para el año 2025, el cual busca obtener mejoras en la gestión ambiental, reducir la energía, el consumo de agua, de papel y residuos, entre otros.

Apostar por el desarrollo sostenible es la mejor garantía por un

futuro mejor. Y en esta tarea, todas las medidas destinadas a mejorar la eficiencia energética y aumentar el uso de energías renovables son bienvenidas.

En los últimos años, BBVA Uruguay viene apostando por la certificación sostenible en sus edificios, con la motivación de dar respuesta a una creciente demanda social que valora el comportamiento responsable en el ámbito de la sostenibilidad.

Dentro de sus logros, resalta la obtención de la certificación ambiental en su casa central y en dos de sus más nuevas sucursales, como son las de Jacinto Vera y Villa Biarritz. Actualmente el banco está poniendo sus esfuerzos

para que más sucursales tengan la certificación ambiental.

En el país, BBVA es también pionero en la racionalización del consumo de energía a través de la colocación de paneles solares.

En 2016, el banco dio un gran paso al convertirse en la primera institución financiera del país en inaugurar una oficina con generación de energía sustentable.

Se instalaron 52 paneles de 250 W cada uno, consiguiendo abastecer la totalidad de la energía necesaria de la sucursal a través de esta "fuente limpia". Sobre la base de este proyecto, el banco continúa adelante en la instalación de paneles solares en las sucursales de Montevideo e interior, habiendo

instalado esta tecnología en cinco de sus oficinas hasta ahora.

Continuando con temas de energía, el año pasado BBVA hizo una importante inversión para reemplazar la luminaria incandescente y tubos fluorescentes de su casa central por lámparas LED, permitiendo ahorros de 30% en los recursos abordados.

Por otra parte, en la misma línea de búsqueda de eficiencia energética, se está llevando a cabo una sustitución paulatina de los equipos de aire acondicionado por equipos de tecnología "Inverter". Además, todas las sucursales cuentan con instalaciones de un sistema con separadores de residuos y cartelería

a efectos de reducir consumo de papel y reciclar.

Estas acciones implican un cambio en el ADN cultural de gran parte de los empleados que deben comprender la importancia del cuidado ambiental en todo aspecto de nuestras vidas.

## Emisión de bonos verdes

Al margen de ahorros y eficiencias dentro del Grupo BBVA, buena parte de la estrategia de cambio climático y desarrollo sostenible tiene que ver con la movilización del capital necesario para contrarrestar los efectos

## EN EL PAÍS, BBVA ES PIONERO EN LA COLOCACIÓN DE PANELES SOLARES

negativos en el medio ambiente y alcanzar los objetivos establecidos por Naciones Unidas.

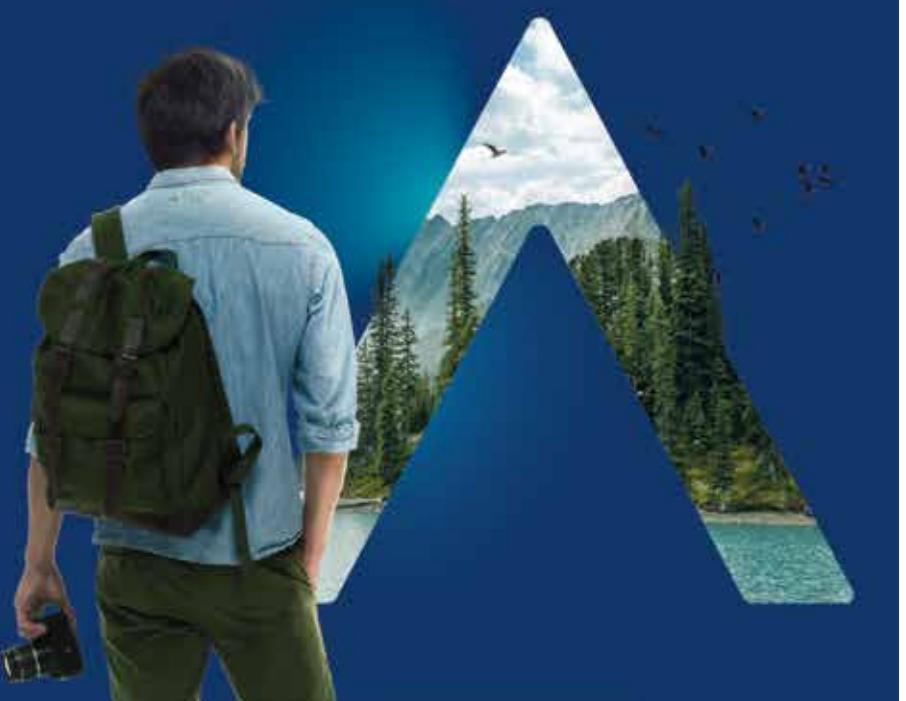
En ese sentido, BBVA se ha comprometido a movilizar 100.000 millones de euros entre 2018 y 2025 en financiación sostenible, incluyendo proyectos de energías renovables, eficiencia energética, emisión de bonos verdes, entre otros. A diciembre de 2018, la entidad había alcanzado los 12.000 millones de euros.

En 2018, el Grupo BBVA colocó bonos verdes y sociales por 7.889 millones de euros y 1.850 millones de euros en préstamos verdes.

**Avanzamos  
para poner en tus manos  
todas las oportunidades  
del mundo**

**BBVA**

Creando Oportunidades



La capacidad de permanecer

# Banco de Seguros y su 5º Informe de Sostenibilidad bajo metodología GRI

LA INSTITUCIÓN ESTABLECE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS, EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y EL MANEJO DEL IMPACTO DE ESTOS FACTORES SOBRE LA SOCIEDAD COMO EJES VITALES DE SU FILOSOFÍA DE GESTIÓN, EN CONSONANCIA CON LA INICIATIVA DEL PACTO GLOBAL DE LA ONU

**H**oy en día, el camino hacia la sostenibilidad es un tema recurrente en la agenda de las organizaciones que buscan desarrollar la capacidad de mantenerse activas en el tiempo. De allí surge el desafío de gestionar su impacto sobre la sociedad y el entorno.

El Banco de Seguros del Estado (BSE), asumiendo la responsabilidad social como filosofía de gestión, establece la prevención de riesgos y el cuidado del medioambiente como ejes estratégicos.

En el año 2008 se adhiere a la iniciativa del Pacto Global de

Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

En cuanto a los contenidos del 5to. Informe de Sostenibilidad, se presenta una breve síntesis de los aspectos más significativos:

## Compromiso social

El objetivo es promover la prevención en todos los ámbitos, a través de la formación y asesoramiento a trabajadores y empresas que hacen del BSE un referente en la materia.

El pasado año fueron capacitadas 2.600 personas en cursos y talleres externos, dictados por técnicos prevencionistas pertenecientes a la organización.

Un hito en la historia de la institución es la apertura de un centro de salud de vanguardia, que sustituirá al actual edificio de la Central de Servicios Médicos. Allí se asiste a los usuarios que sufren accidentes o enfermedades profesionales a causa del trabajo.

El Hospital BSE estará en funcionamiento este año y será referente en materia de rehabilitación.

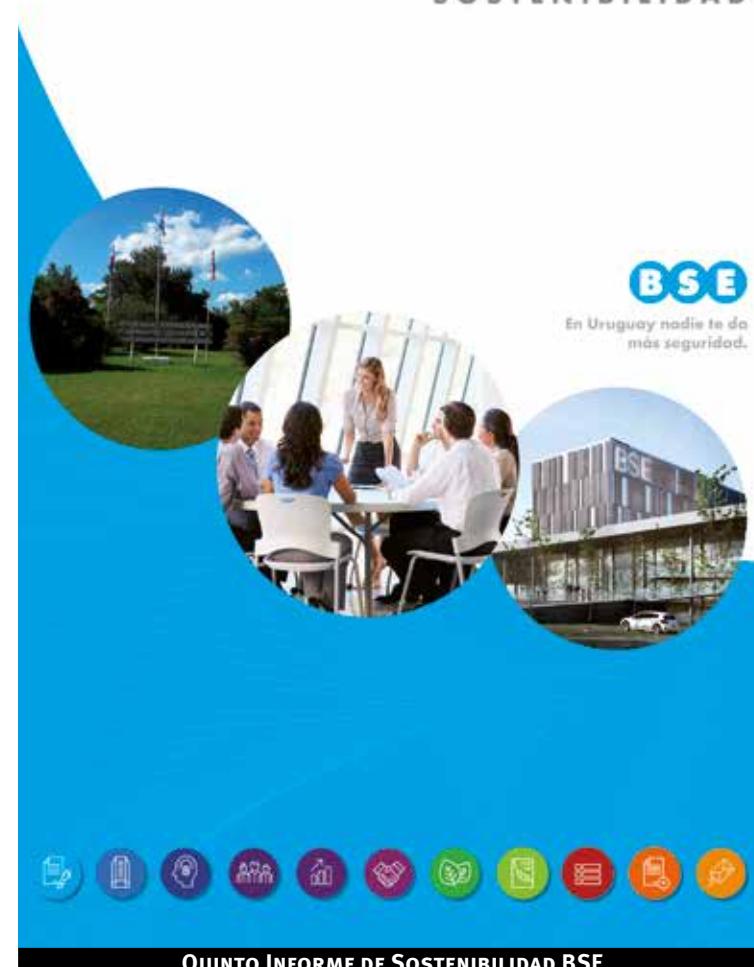
**CAPACITARON  
2.600 PERSONAS  
EN CURSOS Y TALLERES  
EXTERNOS EN 2018**

la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y sus principios en derechos humanos, relaciones laborales, medioambiente y anticorrupción.

Desde el año 2014, el BSE elabora con una frecuencia anual los Informes de Sostenibilidad bajo la metodología “Iniciativa del Reporte Global” (GRI) y sistemáticamente da cuenta a través de indicadores cuantitativos y cualitativos de lo realizado, conjugando la perspectiva social, económica y medioambiental. Sumado a esto, actualmente integra a sus políticas los compromisos de los Objetivos de

En este capítulo se complementa la información de los balances contables, exponiendo el costo y el tipo de inversiones dirigidas a la comunidad, que este año se han volcado a las áreas de educación, cultura y seguridad vial.

Los indicadores económicos expresados reflejan el liderazgo de esta empresa en la plaza aseguradora, con un patrimonio que asciende a los US\$ 431 millones y una participación del mercado total en el orden del 66%. Se re-



QUINTO INFORME DE SOSTENIBILIDAD BSE

gistraron resultados financieros satisfactorios, con un margen de ganancia de US\$ 23 millones. Esta sólida posición permite ahondar a la institución en oportunidades de progreso sobre la estrategia planteada.

## Dimensión medioambiental

Siendo conscientes del impacto de sus actividades sobre el medioambiente, el BSE ha instrumentado acciones de reciclaje y separación de residuos, como el plástico y

cartuchos de impresoras, para su reutilización. Asimismo, se trabaja en la disminución del consumo de papel, al priorizar la utilización de formatos digitales y recursos web.

Además, se ha incursionado en el uso de energías limpias al migrar hacia un sistema de acondicionamiento térmico central, lo que ha mejorado el consumo y reducido su impacto negativo en el medioambiente.

En ese marco, cabe señalar que la institución se ha trazado continuar con políticas de optimización de recursos en sus procesos de mejora continua.

**EL HOSPITAL BSE  
SERÁ REFERENTE  
EN MATERIA DE  
REHABILITACIÓN**

Por último, interesa destacar que el BSE promueve la reflexión y el fortalecimiento de sus vínculos con los grupos de interés tanto internos como externos a la organización, en busca de mejores resultados a todo nivel, haciendo hincapié en lo social, económico y medioambiental. A partir de este material se consolidan los canales de diálogo con la comunidad.

Además de su compromiso con los resultados y el desarrollo sostenible, el BSE plantea una gestión de acuerdo a las metas fijadas, en línea con la transparencia y la comunicación con sus partes interesadas.

Él está en plena recuperación después de sufrir un siniestro.  
Hace algunos meses, se quebró la pierna en tres partes  
luego de un gran impacto que no pudo evitar.

**No fue en un siniestro de tránsito.  
Fue en un siniestro en su trabajo.**

**Cuidate, respétalos, exíglas las condiciones necesarias  
para desarrollar tu trabajo con seguridad.**

**BSE**



Un mundo sin residuos

# Coca-Cola dirige todos sus esfuerzos a construir un mundo más sustentable

LA COMPAÑÍA REFUERZA SU COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD CON UN ABORDAJE INTEGRAL Y ACCIONES RELATIVAS AL CUIDADO DEL AMBIENTE. EN URUGUAY, EN ALIANZA CON OTRAS ORGANIZACIONES, HA LOGRADO AVANCES CONCRETOS EN RECICLAJE Y PRESERVACIÓN DEL AGUA

**C**oca-Cola lanzó en 2018 un plan global para contribuir con el reciclaje y la preservación del medio ambiente, llamado “Un Mundo Sin Residuos”, que tiene como objetivo recuperar y reciclar para el año 2030 el equivalente al 100% de los envases que coloca en el mercado.

Para alcanzar esa desafiante meta, sustenta su trabajo sobre los pilares de diseño de nuevos empaques, la recolección y la asociación con actores relevantes en el manejo de residuos. Un claro ejemplo de ello es la activa participación de la compañía en el Plan de Gestión de Envases,

**EN URUGUAY, COCA-COLA RECICLÓ EL 86% DE SUS RESIDUOS INDUSTRIALES**

desarrollado junto a la Cámara de Industrias del Uruguay, el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente, el Ministerio de Desarrollo Social y diversas intendencias, que trabajan en la recuperación de envases de hogares y pequeños generadores de residuos no domiciliarios.

En Uruguay, la totalidad de los envases que utiliza Coca-Cola son reciclables y se continúa trabajando para optimizar el diseño de estos y conseguir reducir la mayor cantidad de insumos empleados, preservando los



COCA-COLA SE ASOCIÓ CON AGUA SEGURA PARA GARANTIZAR EL ACCESO A FUENTES DE AGUA

altos estándares de calidad que la caracterizan.

Complementando esta iniciativa, Coca-Cola FEMSA -el embotellador público más grande de productos Coca-Cola en el mundo- se ha planteado como objetivos para el año 2020, reciclar al menos 90% de los residuos generados en cada una de sus plantas embotelladoras e incluir 25% de materiales reciclados en los empaques de PET.

En 2018, siguiendo estas metas, la compañía logró integrar cerca de 21% de resina reciclada en todas sus presentaciones de PET y reciclar 95% de los residuos industriales que genera a nivel global.

A su vez, el embotellador ha trabajado fuertemente para crear conciencia sobre la gestión de residuos. Ejemplo de esto son los indicadores que ha alcanzado en Uruguay: el año pasado logró reducir la cantidad de agua utilizada, llegando a 1.92 litros por cada litro de bebida producida, gracias al trabajo en la recuperación y reúso de este recurso, habiendo reciclado 86% de sus residuos industriales.

Además de estar alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, Coca-Cola se suscribió a The New Plastics Economy Global Commitment, un compromiso encabezado por la Fundación Ellen MacArthur,

con el apoyo del World Wide Fund for Nature, el Foro Económico Mundial y The Consumer Goods Forum, entre otros organismos que convocan a los sectores público y privado a alcanzar una visión integrada de una economía circular para el plástico.

El cuidado del agua, en tanto recurso vital para el planeta, es otro de los focos principales de Coca-Cola, con múltiples iniciativas hacia las comunidades, que ya están en marcha.

En el Valle del Lunarejo (que integra el Sistema Nacional de Áreas Protegidas de nuestro país), la compañía lleva adelante desde hace más de dos años un proyecto de conservación de los

recursos hídricos y del bosque nativo, junto con las fundaciones INDRA, Avina, la DINAMA y la Intendencia de Rivera. El objetivo es proteger al menos 10% del bosque nativo del Valle, es decir unas 3 mil hectáreas.

También en el departamento de Rivera, la compañía se asoció con Agua Segura, una empresa social que apuesta a garantizar el acceso a fuentes de agua potable en escuelas rurales. Las primeras acciones permitieron la instalación de filtros purificadores de agua en tres escuelas.

A eso se le suma el trabajo en conjunto con The Nature Con-

**EN EL VALLE DEL LUNAREJO, LLEVA UN PROYECTO DE CONSERVACIÓN DE AGUA**

servancy, la Alianza Latinoamericana de Fondos de Agua, Vida Silvestre Uruguay y el LATU para la conformación de un fondo de agua en la cuenca del río Santa Lucía, con el fin de contribuir a la seguridad hídrica y al manejo sustentable de la cuenca.

Estas iniciativas, implementadas a diferentes escalas, son las que permiten a la compañía Coca-Cola impulsar una transformación en la visión de la sustentabilidad mundial y localmente, para comprenderla como el punto de partida de un nuevo ciclo productivo.

NUESTRA FAMILIA TIENE MÁS DE 40 BEBIDAS PARA ELEGIR. Desde refrescos, aguas, aguas saborizadas, jugos, hasta bebidas a base de semillas. El 40% son opciones sin azúcar.

## Programa social

# Fundación Itaú firma un acuerdo con Uruguay Crece Contigo del MIDES

EL HECHO DE PERSEGUIR LOS MISMOS OBJETIVOS HA HECHO QUE AMBAS INSTITUCIONES DECIDAN ALIARSE PARA CONTRIBUIR MEJOR CON LA PRIMERA INFANCIA Y LAS FAMILIAS DEL PAÍS. LA IDEA ES FOMENTAR LA LECTURA Y LA CAPACITACIÓN A TRAVÉS DEL ACCESO A LIBROS Y TALLERES

**L**a lectura por parte del adulto a niños y niñas en la primera infancia (0 a 5 años) es un hábito clave en el desarrollo del aprendizaje en esta etapa, ya que es el momento en que se dan los más altos grados de desarrollo cerebral. Además, es una herramienta importante para la socialización y construcción de vínculos, contribuyendo a la ampliación del vocabulario y de las capacidades de aprendizaje para el futuro.

Fundación Itaú, a través de su programa social busca contribuir a la mejora del sistema educativo en Uruguay, a través de cinco



MARÍA JESÚS NADRUZ, VOLUNTARIA, LEYENDO EN EL CENTRO EDUCATIVO UNIDOS DE FE Y ALEGRÍA

## FUNDACIÓN ITAÚ DONARÁ LIBROS A LAS “BEBETECAS” Y A INMUJERES

ejes de trabajo: Conocimiento, Formación, Recursos para propuestas educativas, Evaluación y “Polinización Cruzada”. Esta última es una acuñación propia de la organización que se basa en el cruce de dos de sus programas: el social y el cultural, que se unen para ofrecer productos culturales de calidad a niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

“Leé para un Niño”(\*) llevado adelante por Fundación Itaú está formulado desde el eje “Formación” y es un programa que no solo implica educación para los niños, sino también ca-

pacitación para los colaboradores del banco que se postulan como voluntarios, así como para las madres, padres u otros referentes afectivos de los niños y niñas a los que se les va a leer.

Dicho programa tiene como objetivo incentivar la lectura del adulto dirigida al niño, como una oportunidad de fortalecimiento de los vínculos, y de la participación activa de éste en la educación desde la primera infancia. Se basa en cinco líneas de trabajo: mediación de lectura; donación de libros de calidad; estimulación del voluntariado corporativo; sensibilización sobre la importancia de la lectura en la primera infancia y capacitación

sobre mediación de lectura para los voluntarios; y generación de alianzas estratégicas.

En ese marco, se acaba de firmar un acuerdo entre Fundación Itaú y Uruguay Crece Contigo (UCC) del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES).

Uruguay Crece Contigo, creado en el año 2012, entrega a las maternidades públicas y privadas de todo el país el “set de bienvenida” para los recién nacidos y sus familias, en los que incluye materiales de lectura y otros para la estimulación y cuidados. Hasta diciembre de 2018, ha entregado más de 220.000 sets en el país.

Asimismo, en mayo, durante

el Mes de la Primera Infancia, Uruguay Crece Contigo lanzó un proyecto de creación de “Bebetecas” (bibliotecas para niños y niñas de 0 a 2 años) en los rincones infantiles existentes en las oficinas territoriales del Ministerio de Desarrollo Social y en los servicios de atención a mujeres en situación de violencia de género del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), también del MIDES.

El acuerdo firmado consiste en que Fundación Itaú donará libros de calidad a las Bebetecas, curados por un especialista en el tema; facilitará el listado de libros curados para el programa “Leé para un niño” (realizado por

la editora y escritora de cuentos infantiles, Susana Aliano Casales) y ofrecerá capacitaciones para los integrantes del programa de voluntariado del MIDES, así como para el equipo de Uruguay Crece Contigo.

En este primer año, Fundación Itaú donará diez libros a cada una de las nueve oficinas territoriales de Montevideo, cinco del interior del país y cinco servicios especializados de atención a mujeres de Inmujeres.

Cabe agregar que la formación en mediación de lectura de los voluntarios del MIDES se enmarca en las capacitaciones anuales

## MIDES ENTREGÓ MÁS DE 220.000 SETS PARA RECIÉN NACIDOS DESDE 2012

al voluntariado corporativo de Banco Itaú. También se ofrecerán talleres, presenciales o virtuales, a los voluntarios corporativos de banco Itaú y del MIDES en los departamentos del interior del país donde se realizará la donación de libros.

(\*) “Leé para un niño” fue premiado por DERES y ANDE en la 7º edición de los Reconocimientos a las Mejores Prácticas que contribuyen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las categorías “Compromiso” y “Práctica inspiradora”.

**Itaú Fundación**

## Reconocimientos

# ANDA recibe nuevas distinciones por sus programas educativos integrales

GENERAR OPORTUNIDADES PARA LOS URUGUAYOS, RESPALDAR A LA COMUNIDAD E IMPULSAR EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA SOCIEDAD EN SU CONJUNTO, SON LOS PRINCIPALES PILARES QUE DURANTE ESTOS 85 AÑOS DE VIDA HAN SOSTENIDO A LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE AFILIADOS (ANDA)

**L**a Asociación Nacional de Afiliados (ANDA) ha recibido diversas distinciones por sus programas de apoyo educativo, que cumplen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dispuestos por la Organización de las Naciones Unidas.

Los más recientes reconocimientos fueron otorgados por el Centro de Filantropía de México (CEMEFI) y por DERES; este último está relacionado con el proyecto de capacitación para funcionarios de ANDA. A través de esta iniciativa, se crearon programas y cursos con el fin de ayudar a nuestros colaboradores

LA META ES PROMOVER  
LA EDUCACIÓN  
INCLUSIVA, EQUITATIVA  
Y DE CALIDAD

a alcanzar sus metas, evolucionar en lo personal y aprender con un abordaje integral del individuo que tiene en cuenta sus capacidades emocionales, académicas y de liderazgo.

El aspecto emocional del trabajador, fundamental para el desarrollo de sus potencialidades, es atendido a través del programa Construyendo, que brinda el acompañamiento necesario durante todo el proceso de formación. En relación con lo académico, ANDA ofrece ayuda económica para que los funcionarios terminen la educa-



CHARLA SOBRE "ACTITUDES PARA EL ÉXITO" DE ENRIQUE BALIÑO A LOS FUNCIONARIOS

ción de nivel secundario, realicen carreras de grado, posgrados o se capaciten en distintas áreas, como una forma de adquirir herramientas de preparación para nuevas tareas y desafíos.

Los fundamentos principales expuestos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para premiar este programa van en consonancia con el ODS 4, relacionado con la meta de garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, promoviendo oportunidades de aprendizaje para todos los funcionarios a lo largo de la vida, y el ODS 8, vinculado a la promoción, el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo

pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Este plan se suma a las acciones que ANDA impulsa como organización de carácter social que busca el desarrollo integral de la comunidad en su conjunto, con base en el aporte de sus integrantes.

La otra iniciativa distinguida en 2018 por CEMEFI es el programa Caries Cero, que se lleva adelante desde hace cuatro años con el Centro de Educación Alternativa Giraluna y desde hace dos con Aldeas Infantiles.

Por medio de este proyecto, se asegura la atención en salud bucal gratuita de unos 400 niños y niñas de todo el país. El esfuerzo puesto por los técnicos

que llevan adelante esta tarea se ha visto reflejado en los exitosos resultados obtenidos, ya que luego de años de tratamientos y trabajo conjunto con las organizaciones, se consiguió que el 98% de los niños alcanzados por el programa llegaran al objetivo de tener cero caries.

Otra propuesta implementada exitosamente por ANDA es su programa de becas, que cumple su sexta edición con más de 500 cupos otorgados a los hijos de los socios. La idea, surgida como una forma de celebrar los 80 años de la Asociación junto a las personas afiliadas y extendida a través de los años, busca facilitar el acceso a la educación a los jó-

venes, principalmente a quienes residen en el interior del país y necesitan un presupuesto mayor para cubrir gastos de alojamiento y transporte.

A través de las becas que ofrece la Asociación, se brinda a cada usuario dos Bases de Prestaciones y Contribuciones (BPC), equivalentes a \$ 4.154 cada una, generando un total de \$ 8.308 por persona y por mes durante doce meses. Adicionalmente, los menores de 25 años de edad acceden al servicio médico y odontológico.

Por otra parte, ANDA acompaña a la Fundación Peluffo Giguens

ENTRE LOS  
PROGRAMAS,  
DESTACA CRIES CERO  
DIRIGIDO A NIÑOS

en la organización de colectas y festivales, mientras que sus colaboradores participan voluntariamente realizando campañas de recolección de alimentos no perecederos para los niños que atiende la institución.

Los reconocimientos nacionales e internacionales recibidos por ANDA por estos y otros proyectos de responsabilidad social reafirman su esencia institucional, basada en la reinversión de los ingresos en beneficio de sus asociados y en el apoyo a la comunidad para generar nuevas oportunidades.

**EL MUNDO NECESITA OPORTUNIDADES**

**POR ESO EN ANDA, DESDE HACE 85 AÑOS  
ORGANIZAMOS LAS OPORTUNIDADES PARA QUE MÁS  
URUGUAYOS TENGAN ACCESO A LA VIVIENDA,  
LA SALUD, EL CRÉDITO Y MUCHOS SERVICIOS MÁS.**

 **85**  
años

Jugar es divertido, pero también debe ser seguro

# La Banca lleva adelante planes y programas de “Juego Responsable”

DENTRO DE SUS OBJETIVOS, LA BANCA DE QUINIelas informa acerca de los JUEGOS PARA QUE LOS USUARIOS TOMEN SUS DECISIONES DE APUESTA, SOBRE CÓMO JUGAR EN FORMA RESPONSABLE Y CÓMO PROCEDER EN CASOS DE PRESENTAR ADICCIÓN O ESTAR EN SITUACIÓN DE RIESGO

**L**a Banca planifica y ejecuta programas específicos para que se conozcan los problemas relacionados con el juego, la prohibición de estos para los menores de edad y las patologías ocasionadas por el juego excesivo, así como las alertas sobre los signos para reconocer el problema y recurrir a ayuda profesional, y también para tratarse preventivamente.

Fundamentándose en estudios científicos y en la opinión de especialistas referentes en el tratamiento de las adicciones, la Banca comparte la importancia de informar sobre la prevención

## DURANTE 2018 LA BANCA REALIZÓ UNA CAMPAÑA SOBRE “JUEGO RESPONSABLE”

de este tipo de problemas, llevando adelante programas de “Juego Responsable” enfocados en concientizar sobre el juego problemático.

### Campaña de concientización

La Banca ha tomado la iniciativa de abordar los temas relacionados con los problemas del juego a nivel de toda la comunidad con el objetivo de arrojar luz sobre un tema que ha permanecido soslayado e ignorado en la sociedad, por no reconocerse ampliamente como un problema social.



ACTIVIDADES EN EL DÍA DEL JUEGO RESPONSABLE

Estas iniciativas incluyen investigaciones sobre la prevalencia del juego problemático en la población nacional, la colaboración con los centros que brindan tratamientos, la aplicación de buenas prácticas de Juego Responsable en el diseño de los juegos y en las comunicaciones de marketing y publicidad, entre otros muchos aspectos que hacen a toda la actividad de la organización y en el relacionamiento con sus grupos de interés.

En este contexto, durante el año 2018 se realizó una campaña masiva de comunicación sobre “Juego Responsable”. La campaña, dirigida a la comunidad en su conjunto, se realizó a nivel

nacional para brindar información, alertar y prevenir sobre los problemas del juego, incluyendo información sobre su tratamiento.

Se trató de una campaña multi-media, en televisión, radio, prensa escrita, redes sociales y otros medios digitales. Como complemento, se produjeron materiales, como un video con la participación directa de profesionales especializados en el tratamiento de estas patologías en Uruguay. Según las encuestas realizadas, el 78% de la población recuerda haber visto la campaña.

### Herramientas de autocontrol

La Banca difunde y recomienda

las herramientas de auto-control y auto-exclusión disponibles en los sitios web de La Banca y Supermatch para que los usuarios puedan controlar su juego, estableciendo sus propios límites en forma previa a comenzar a jugar. Por ejemplo, que el apostador fije sus límites personales en cuanto a monto a apostar, de pérdidas, tiempo a disponer, o excluirse del juego por un período o indefinidamente.

Se cuenta en la web con un video tutorial que explica cómo utilizarlas y a todo nuevo usuario que quiera registrarse para jugar se le despliega automáticamente.

La empresa, también en una po-

sición proactiva, brinda durante el desarrollo de las sesiones de juego en la web, mensajes emergentes a los usuarios en forma de pop ups, alertándole cuánto tiempo lleva transcurrido, así como otros mensajes orientados a que el jugador reconsidera su comportamiento de juego.

### Canales de comunicación

La Banca mantiene varios canales de comunicación con sus clientes, a través de su red de ventas, sitios web y redes sociales.

Todos los locales cuentan con folletos con recomendaciones para

## LA EMPRESA DIFUNDE HERRAMIENTAS DE AUTOCONTROL DEL JUEGO

el público, adhesivos referentes a la prohibición de venta a menores, información sobre los centros de ayuda a los problemas de juego y sobre la línea de ayuda de La Banca 08002000.

Por segundo año consecutivo la empresa se ha sumado a la celebración internacional del Día del Juego Responsable el 17 de febrero, como una forma más de concientizar.

Este año se efectuaron intervenciones en vía pública con entrega de información, además de recurrir a los otros canales de comunicación.

**LaBanca**  
JuegosOficiales



CERTIFIED  
SECURITY CONTROL STANDARD  
VALID UNTIL MAY 18, 2021



WORLD LOTTERY ASSOCIATION  
CERTIFIED  
WLA RESPONSIBLE GAMING  
FRAMEWORK  
LEVEL 4 / VALID UNTIL 2018



0800-2000 | Prevención y ayuda  
Línea de atención gratuita al juego patológico



18+ Juegue Responsablemente

[www.labanca.com.uy](http://www.labanca.com.uy)