EMPRESA Y SECTORES VULNERABLES

FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE

DE RES

EMPRESAS POR EL DESARROLLO SOSTENIBLE

POR UN URUGUAY SOSTENIBLE

EL OBSERVADOR SÁBADO 31 DE OCTUBRE · DOMINGO 1º DE NOVIEMBRE 2020 | SUPLEMENTO DE 20 PÁGINAS

SECTOR EMPRESA Y MEDIOAMBIENTE

SECTOR EMPRESA Y TRABAJO

DESARROLLO TERRITORIAL

Articular, inspirar y guiar

Referentes en la gestión de los proyectos de desarrollo sostenible

DERES TIENE COMO OBJETIVO "PROMOVER A LAS EMPRESAS PARA QUE SEAN CONSTRUCTORAS DE UNA SOCIEDAD INCLUSIVA, JUSTA Y SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA ESTRUCTURACIÓN DE PROYECTOS Y PROGRAMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE QUE FACILITEN EL TRIPLE IMPACTO DEL EMPRESARIADO URUGUAYO"

La próxima Conferencia de DERES se titula Por un Uruguay sostenible y tendrá lugar el 25 de noviembre en el Auditorio de Antel. En ese marco conversamos con la nueva Directora Ejecutiva, María Croci, que inició sus actividades en la organización en julio de este año.

¿Qué es DERES?
DERES es la red más grande del Uruguay de empresas públicas y privadas. Hoy contamos con más de 110 socios de todos lo sectores productivos y de servicio. Estos socios representan el 12% del PBI de nuestro país y emplean a más de 100.000 personas.

DERES nace en 1999 a partir de una iniciativa de la Ucudal, con el objetivo de promover en Uruguay el concepto de RSE. En el año 2006 se constituye DERES como Asociación Civil con personería jurídica registrada ante el MEC, DGI y BPS.

El objetivo es promover y movilizar a las empresas para que sean constructoras de una sociedad inclusiva, justa y sostenible a través de la estructuración de proyectos y programas de desarrollo sostenible que faciliten el triple impacto del empresariado uruguayo.

"NUESTRO DESAFÍO HOY ES CONSTRUIR ALIANZAS CON ENTIDADES EXPERTAS"

El equipo de DERES está constituido por profesionales capacitados en los temas que hacen al desarrollo sostenible y, por sobre todo, comprometidos con la institución y su causa. Además DERES esta respaldada por un grupo de 15 jefes de empresas socias que conforman su Comité Ejecutivo.

¿Desde cuándo es Directora Ejecutiva de DERES y por qué asumió el desafío?
Este año DERES se renueva, apostando al cambio. En julio me inicio como Directora Ejecutiva apoyada por un nuevo Presidente, Felipe Cat, y con la renovación en un 60% de los jefes de empresas que conforman el Comité Ejecutivo.

Desde mis inicios profesionales DERES ha sido una referencia en lo temas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. Luego de seis años trabajando en temas de desarrollo sostenible desde la banca multilateral, busqué una experiencia que me acerque a la realidad local y me permita construir con el empresariado proyectos que realmente generen impacto positivo por y para mi país.

¿Cuáles son los objetivos principales que se planteó en su dirección?
El objetivo principal que nos hemos planteado en esta etapa es consolidar el gran esfuerzo que por años mis predecesores han hecho y posicionar a esta institución como el referente en la estructuración y gestión de proyectos de desarrollo sostenible con triple impacto para el sector empresarial uruguayo. Necesitamos explotar los conocimientos agregados con los que cuenta la red para generar círculos de valor virtuosos que permitan apoyar a nuestros socios en la construcción de modelos de trabajo que generen valor compartido.

¿Qué aspectos o áreas considera necesario mejorar?
Nuestro desafío hoy es construir alianzas con entidades expertas, locales como internacionales, en temas de interés de nuestras empresas y que viabilicen los recursos necesarios (humanos, materiales, financieros, tecnológicos e intangibles) para llevar adelante el objetivo planteado. Hay grandes capacidades en muchas instituciones, debemos lograr atraer aquellas contrapartes que apuesten a lo mismo que nosotros y construyan con nosotros una sociedad mejor.

En cuanto a las oportunidades, ¿cuáles visualiza para la organización?
Hoy tenemos la oportunidad de ARTICULAR entre y para nuestros socios, INSPIRAR a través del ejemplo, exponiendo para mostrar las excelentes prácticas que nuestras empresas tienen incorporadas y GUIAR educando, gracias a las redes internacionales y locales de las cuales DERES forma parte. El presente de nuestra institución es la sostenibilidad y la sostenibilidad es medioambientalmente, socialmente y económicamente sustentable.

¿Cómo evalúa el desarrollo de las prácticas de sostenibilidad en las empresas socias?
Las prácticas en sostenibilidad de gran parte de nuestras empresas son excelentes y la mayoría se alinean a los estándares internacionales en temas de medición y seguimiento de resultados incorporando instrumentos de primera línea en sus modelos de negocio. Siempre existe espacio para la mejora y hoy más que nunca, debemos de ajustar las tuercas para que el entramado de la sostenibilidad que construimos hoy evite las pandemias del mañana. DERES esta aquí para facilitar y fortalecer el entramado.

¿Cuáles son los beneficios para ellas? ¿Podría poner un ejemplo?
Poner solo uno sería quedarme por demás corta. Los beneficios son multiplicadores y por ende infinitos. Contamos con casos claros que demuestran por ejemplo que ser sostenible es rentable y, que en el fondo, el tema de la rentabilidad per se nunca fue el problema. El desafió recae en construir y/o reconstruir modelos que simplemente respetan el ecosistema como un todo, así como a las partes que conforman ese todo. El desafío recae en el cambio de mentalidad y romper con los paradigmas pre establecidos.

¿Considera que estamos a la vanguardia con respecto a la región o el mundo?
Considero que nuestro Uruguay tiene una estabilidad y solidez institucional que nos posiciona en ventaja con respecto a la región. Tenemos también profesionales de élite que cuentan con las capacidades necesarias para transformar a nuestro país en un país vanguardista en temas de sostenibilidad. Lo que tenemos que hacer es conectar los puntos, potenciarnos entre nosotros mismos y hacer apuestas concretas que guíen a través del ejemplo.

¿Cómo ha sido la repercusión de la pandemia en las empresas socias y en DERES?
La pandemia ha permeado en el inconsciente colectivo; por lo que todos, tanto las empresas como los humanos que las conformamos, nos hemos visto afectados. Concretamente, y según una encuesta que lanzo DERES entre sus socios en septiembre, las áreas que fueron mayoritariamente afectadas fueron: comercial, financiera y humana.

¿Es posible reinventarse y asumir nuevos retos desde la sostenibilidad?
El 2020 marca un antes y un después en los esquemas de convivencia tanto social como económicos de los países del planeta tierra. Este año es el resultante de una conducta de vida que ha desgastado los recursos naturales de nuestro ecosistema y que hoy exige un reajuste inmediato por parte de todos los que conformamos este modelo.

La Agenda 2030 de Naciones Unidas en el marco global así como desde DERES en el marco local, venimos sensibilizando y visibilizando las mejores prácticas y demás herramientas que hasta ahora se encuentran a disposición en el mercado sobre medición de nuestras decisiones político estratégicas como sociedad sostenible y que hoy debemos de implementar.

Las empresas de DERES hoy más que nunca están comprometidas con generar transformaciones que permitan no solo a nuestra red, sino a la sociedad en su conjunto, guiar con el ejemplo y visibilizar que en nuestro país ya el cambio de paradigma se ha iniciado, y que nosotros podemos tomar decisiones responsables y resilientes con el medio ambiente.

Monitor de Desarrollo Sostenible aporta valor

El Monitor de Desarrollo Sostenible (MDS), es un instrumento cocreado entre el equipo de investigación de la Cátedra de Gerencia y Contabilidad para el Desarrollo Sostenible – Deloitte, que funciona en el marco institucional de la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de Universidad ORT Uruguay y DERES- Red de empresas por el desarrollo sostenible.

Se construyó gracias a la participación de 27 empresas de diversos sectores de actividad de nuestra Red que aportaron la información financiera y no financiera de manera rigurosa asegurando por parte de DERES su absoluta confidencialidad.

En Económica y Gobernanza se muestra el mayor grado de avance

El MDS tiene como objetivo medir periódicamente indicadores clave sobre el desempeño económico, social y medioambiental de las empresas y analizar su evolución en el tiempo. El mismo aspira a ser una herramienta valiosa para las empresas, al proveer de datos cuantitativos que respalden el valor que aporta la Sostenibilidad como factor de competitividad.

El monitor se compone de 17 indicadores, que se distribuyen en 3 dimensiones (Ambiental, Social, Económica y Gobernanza) que a su vez se relacionan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Dichos indicadores fueron seleccionados como resultado de una investigación y estudio de herramientas pre existentes en el mercado global tales como los SDG Index, DJSI, , FTSE-4Good, , Indicadores Ethos, ISE -Índice de Sostenibilidad Empresarial (Fundación Getulio Vargas) y de literatura académica. Así mismo los indicadores fueron discutidos con personal técnico de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP) y del Instituto Nacional de Estadística (INE).

El MDS es interpretado como un porcentaje de avance. La diferencia entre 100 y el puntaje obtenido por una empresa es entonces la distancia en porcentaje que necesita ser completada para alcanzar el aporte ideal de la empresa al Desarrollo Sostenible. El MDS promedio del 2018 asciende a 42,99, siendo 64,81 y 19,02 los valores máximos y mínimos respectivamente. El grado de avance registrado en las 3 dimensiones evaluados es dispar; en Económica y Gobernanza se muestra el mayor grado de avance, seguida por las dimensiones Social y Ambiental. Las empresas que desarrollan su actividad en el sector financiero muestran en promedio los mejores resultados en el MDS, seguidas por el sector industrial y el sector de servicios se ubica en tercer lugar. Los indicadores que registran los mejores valores están vinculados a los ODS 5, ODS 8 y ODS 16.

El MDS es una herramienta pionera para Uruguay en materia de medición comparativa y agregada de la gestión y su impacto en las tres dimensiones mencionadas. Desde el equipo de trabajo aspiramos a transformarla en el mecanismo de referencia nacional sumando más adeptos DERES en las próximas ediciones del MDS.

Para más información sobre el MDS visitanos en www.deres.org.uy

Más de 20 años de experiencia

Intercambio entre empresas socias por buenas prácticas

Los grupos de trabajo Género, Medioambiente, Discapacidad, Consumo responsable, Educación y Trabajo tomaron mayor relevancia los últimos años

La participación activa de las empresas socias de DERES ha sido un diferencial en el trabajo de la red a lo largo de los más de 20 años de trayectoria.

Desde sus comienzos, DERES ha desarrollado espacios de trabajo en temas vinculados al Desarrollo Sostenible, donde las empresas se han focalizado en trabajar brindando información, desarrollando herramientas y generando instancias de intercambio de buenas prácticas.

En los últimos años, estos grupos de trabajo han tomado una mayor relevancia, contando desde el 2018 con espacios mensuales sobre: Genero; Medioambiente, Discapacidad; Consumo responsable; Educación y Trabajo. En algunos casos participan organizaciones que no son socias de DERES pero que son referentes en la temática, como ser ONU Mujeres, Cempre y Pronadis del Mides.

En el 2019, en el marco del Proyecto sobre Alianzas estratégicas con el sector privado, DERES y PNUD firmaron un acuerdo con el objetivo de acelerar la participación de las empresas en la agenda 2030. Uno de los principales objetivos fue la construcción de un "Modelo DERES" de participación del sector empresarial, tomando como base los grupos de trabajo de las empresas de DERES.

Los grupos de trabajo de este año fueron:

Grupo de Discapacidad

El grupo de discapacidad se encuentra integrado por Ta-Ta, UTE, Latu, Gemma, IBM, ACU, Disco, Securitas, Banco Itaú, Umuntu, DERES, 4D, Saceem, IBM y Pronadis.

La Planificación 2020 se centró en la intervención en tres herramientas:

1- Generar un espacio de intercambio donde se pueda aportar desde las empresas al desarrollo de políticas publicas vinculadas a la discapacidad

2- Actualizar la Guía elaborada por DERES e incorporar una visión actualizada

3- Elaborar un documento de preguntas frecuentes y generar versiones actualizadas cada tres meses.

Grupo de Género

El grupo de género se encuentra integrado por Cutcsa, PWC, Anda, Antel, Latu, Gemma, IBM, Banco Itaú, UTE y ONU Mujeres

La participación de ONU Mujeres aporta contenido y valida el accionar del grupo.

La Planificación 2020 se centró en tres ejes:

1- Ciclo de Capacitaciones
2- Elaboración de un documento de buenas prácticas
3- Laboratorios de innovación sobre estudios de caso
4- Con la llegada del Convid-19 el grupo proceso el cambio y definió trabajar en un documento que visualice algunos de los impactos de la pandemia en el trabajo de las mujeres.

En este marco, se genero una instancia de intrcambio con la Senadora Carmen Sanguinetti para conversar sobre el anteproyecto de reglamentación del teletrabajo. Si bien es una temática amplia, la mirada de genero es fundamental en el teletrabajo.

Grupo medio ambiente

El grupo de medio ambiente esta integrado por Cementos Artigas, SEMM, Salus, Cutcsa, Guyer y Regules, Unilever, Cita, Latu, Cempre, IBM, Securitas, Revista SEA, Ferrere, Darnel, Disco, Ta-Ta, Alliance, FNC, L´Oreal, PWC, Coca Cola y ANCAP.

La planificación realizada para el 2020 se centró en el:

1- Desarrollo de la herramienta de indicadores para la gestión medio ambiental y el desarrollo junto con Progretec de una guía de gestión ambiental con sus hojas metodológicas.
2- Seminario web vinculado al día del medio ambiente

El impacto del Convid 19 obligó a conversar sobre como la emergencia social y económica iba a incidir en lo avanzado en temas del medio ambiente. Durante esta etapa se invitó al proyecto NAP Ciudades que presentó su propuesta.

Grupo educación y trabajo

El grupo Educación esta integrado por KPMG, PWC, Latu, Advice, 4 D y ANTEL.

La planificación realizada para el 2020 se centró en la:

1- Identificación de un proyecto sobre educación dual

En este sentido se comenzó con una visita a Inefop para conocer el programa "Acercando Educación y Trabajo". Por otro lado, se visitó la experiencia del centro de capacitación de la UTE para interiorizarnos sobre su experiencia con la UTU y se realizaron encuentros entre Anima, Forge, AHK, Inefop, Unicef y MEC.

Grupos Consumo Responsable

El grupo de consumo responsable se encuentra integrado por Banca de Quinielas, Cutcsa, Unilever, Latu, Latu, UTE, Banco Itaú, Guyer y Regules, Darnel, Salus y FNC.

La planificación para el 2020 se basó en:

1- Implementar la herramienta desarrollada durante el 2019 sobre el estudio de la brecha de cada empresa vinculado al consumo responsable.
2- Realización de talleres y capacitaciones para la difusión de la herramienta
3- Decálogo de buenas prácticas hacia un consumo responsable
4- Ciclo de seminarios sobre compras locales

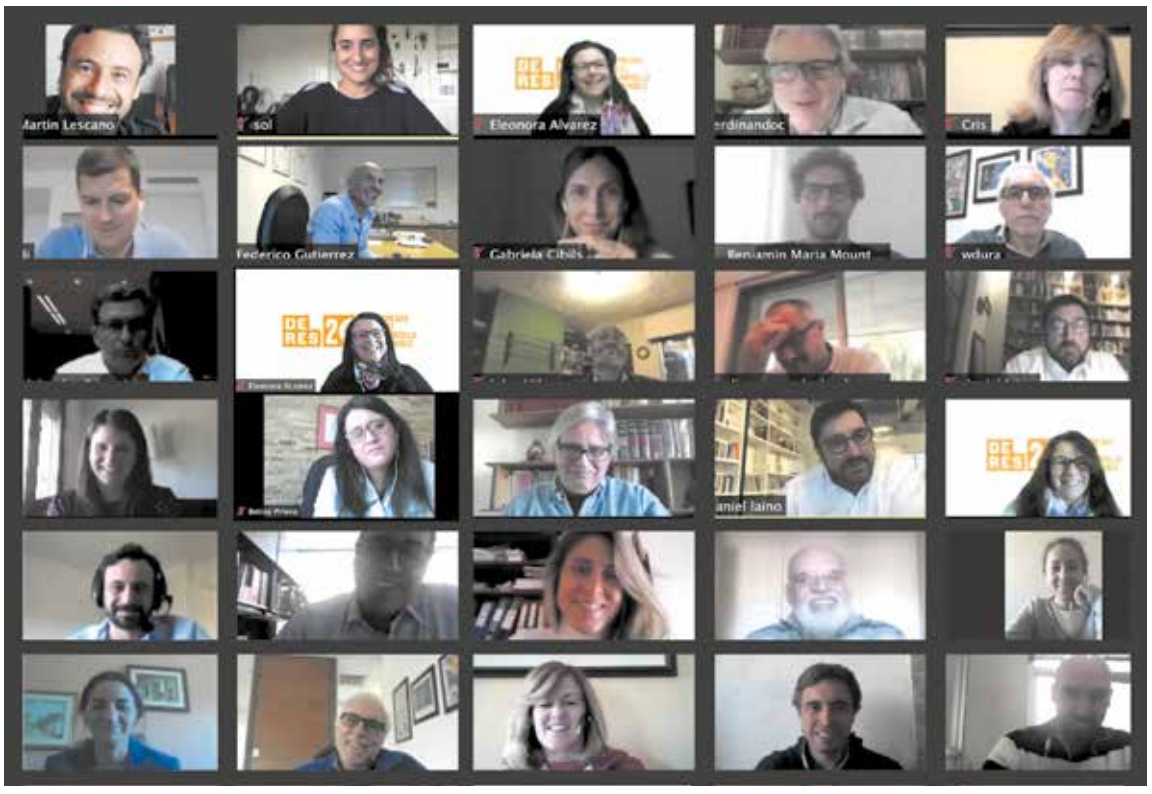
En este marco se generaron instancias de intercambio con instituciones u organismos vinculados a la temática como por ejemplo, la Dirección de Desarrollo de Flores, Ceprodih, el emprendimiento social Selling, la Agencia Nacional de Desarrollo y el Programa de pequeñas donaciones del PNUD.

En la búsqueda de nuevas alternativas

Rediseñar el trabajo conjunto con el uso de herramientas digitales

A TRAVÉS DE DOS NUEVAS ACTIVIDADES EN FORMATO DIGITAL, PUNTOS DE ENCUENTRO Y MESAS DE DIÁLOGO ENTRE PARES, DERES PROPICIÓ ESPACIOS DE INTERCAMBIO ENTRE LAS EMPRESAS SOCIAS Y LA SOCIEDAD CIVIL SOBRE NUEVE TEMAS DE ACTUALIDAD MEDIANTE WEBINARS ABIERTOS

E l 2020 trajo consigo, tiempos de COVID19, y por ende la posibilidad de rediseñar nuestros mecanismos de trabajo conjunto. A través del uso de herramientas digitales, nuestra RED, siguió apostando a los espacios de intercambio de buenas prácticas y aprendizajes reafirmando las acciones asumidas, el compromiso y el rumbo estratégico de nuestra institución. Un año en el que nos propusimos seguir movilizando a nuestras empresas, disminuyendo el impacto, unidas, en RED.



EXITOSA PARTICIPACIÓN DEL PÚBLICO PARA SEGUIR APOSTANDO

Para eso creamos dos nuevas actividades: Puntos de Encuentro y Mesas de Diálogo entre Pares.

Los Puntos de Encuentro marcaron un espacio de intercambio entre las empresas socias y la sociedad civil. Fueron webinars abiertos sobre 9 temas de actualidad:

1. Teletrabajo en tiempos de pandemia. Participantes: KPMG, Sofis, Forestal Atlántico Sur- FAS.

2. Personal Crítico en Tiempos de Pandemia. Participantes: SEMM, Alcance, FNC.

3. Teletrabajo 2 en tiempos de pandemia. Participantes: Directv Uruguay, Grupo Disco Uruguay, Compañía Salus.

4. Cuidado de los trabajadores. Participantes: Securitas Uruguay, Advice, Taym Uruguay SA.

5. El rol de las empresas en la prevención y atención de violencia contra las mujeres en tiempos de Covid-19. Participantes: Gemma, Inmujeres - Mides .

6. Empresas en tiempos de pandemia: Como retornar a la "nueva normalidad". Participantes: Clean & Company, UCM, Arcos Dorados Uruguay- McDonald's.

7. Empresas en tiempos de pandemia: Compras con sentido e impacto social. Participantes: Pronto, Sellin, Arcos Dorados Uruguay- McDonald's.

8. Sobre ética y políticas de Anticorrupción en tiempos de Pandemia. Participantes: Sofis Solutions, Cervieri Monsuarez, Securitas.

Por otro lado, la Mesa de dialogo entre pares fue un ciclo exclusivo de 8 espacios de intercambio entre Directivos de Empresas, sobre estrategias de salida a la nueva normalidad.

1. La nueva normalidad: Conversacion sobre salud y seguridad de colaboradores, proveedores y clientes. Participantes: Jordi Carrion – Salus y Federico Gutierrez - Cementos Artigas.

2. Caída de la Facturacion ¿Cómo prepararnos para nuevos escenarios del negocio? Participantes: Gianni Lanzillotti - Deloitte y Felipe Cat - Advice.

3. Interpretación de la normativa laboral: Cambios necesarios, cambios posibles. Participantes: Leonardo Slinger - Guyer&Regules y Fernando Raggio - Ernst&Young.

4. Cash Flow ¿Acceso o generación de líneas de crédito? Participantes: Bruno Gili - CPA Ferrere y Rodrigo Ribeiro - KPMG Uruguay.

5. Comunicación Interna y externa de las empresas hoy. Participantes: Mariana Machado - Guyer&Regules y Daniel Laino - Improfit.

6. Asegurar sumnistros y continuidad sostenible del negocio. Participantes: Jordi Carrion – SALUS y Ernesto Scayola - Ernst &Young.

7. Canal Digital ¿Llegó para quedarse? Participantes: Ximena Lema - Tres Cruces y Sebastián Vergara - IBM.

8. Personal crítico ¿Cómo manejar los equipos críticos para la operación de la empresa? Participantes: Claudia Sanchez – Cita y Federico Gutierrez – Cementos Artigas.

Estos formatos de intercambio fueron un éxito confirmandonos que esta es una apuesta que seguiremos desarrollando hacia delante. Ambas actividades pueden verse en nuestro canal de Youtube Comunicaciones DERES.

AMBAS ACTIVIDADES PUEDEN VERSE EN EL CANAL DE YOUTUBE

Desde Marzo del 2020, vivimos con la incógnita sobre qué tan profunda y duradera será la crisis en nuestro país. Lo que sí sabemos y supimos desde el primer momento es que Uruguay necesita de las empresas, que el sector privado debe estar presente para reducir el impacto. Desde DERES estamos acompañando, para apoyar, difundir y conectar a las empresas.

¿Hacia dónde vamos?

Nueva estrategia para el período 2020-2022

En el marco de las elecciones del nuevo Comité Ejecutivo, Directores, Comisión Fiscal y Comisión de Ética se planificó una nueva estrategia

La dirección y administración de DERES están a cargo del denominado Comité Ejecutivo. Sus integrantes son electos estatutariamente por los socios cada dos años en la Asamblea General. El Comité es el responsable de delinear las políticas y estrategias que desarrollará DERES.

En el 2020, en el marco de las elecciones del Nuevo Comité Ejecutivo, Directores, Comisión Fiscal y Comisión de Ética se planificó una nueva estrategia de la organización para el Período 2020-2022.

Aquí presentamos el nuevo Manifiesto de DERES, con las nuevas autoridades.

Próximas actividades de DERES

Este año, como todos los años, DERES organiza la Conferencia DERES 2020 que lleva el nombre: "**Por un Uruguay Sostenible**"

En esta conferencia la audiencia seguirá un recorrido que le permitirá viajar a un futuro cercano, más justo, más responsable, más sostenible. En un año donde la naturaleza domina, nos replanteamos sobre el comportamiento humano y lo enmarcamos en las herramientas que, en el marco de la Agenda 2030 de ONU, el sector empresarial necesita para viabilizar el cambio de paradigma.

En esta conferencia responderemos las preguntas siguientes: ¿Hacia donde vamos como país? ¿Con qué herramientas contamos? ¿Y cuales son las buenas prácticas empresariales ya implementadas hoy? - ¿Cómo? Articulando con los hacedores de las políticas públicas, exponiendo las herramientas existentes de la mano de los expertos y guiando con el ejemplo.

La conferencia estará dividida en tres bloques

El primero: "**Por un Uruguay sostenible, ¿hacia donde vamos**?" donde contaremos con la participación de varios de nuestros ministros exponiendo sobre sostenibilidad, así como de invitados especiales que representan la vanguardia en modelos de negocio sostenible.

El segundo: "**Financiando la sostenibilidad**" donde escucharemos a los más altos exponentes del sector público y multilateral compartiendo sobre las herramientas financieras con las que cuenta el empresariado uruguayo hoy para llevar adelante este desafío.

El tercero: "**Reconocimiento DERES a las buenas prácticas**", ceremonia de premiación a las mejores practicas de empresas socias y no socias de DERES en los temas que hacen al desarrollo sostenible.

Coca-Cola Uruguay lanzó “Estemos Abiertos”

Una gran iniciativa para apoyar a los pequeños comercios de cercanía

El programa, impulsado en alianza con Endeavor, CAMBADU y las organizaciones sociales Ceprodih y Kolping, busca contribuir a la reactivación económica y social de 400 comercios de cercanía afectados por la pandemia para que puedan volver a crecer

Al declararse la emergencia sanitaria en marzo, después de detectarse los primeros casos de coronavirus (COVID-19) en el país, los diferentes sectores de actividad enfrentaron las consecuencias de la medida.

Considerando que una parte fundamental del engranaje que mueve la economía nacional involucra a las PyMEs, que constituyen el 99,5% de las empresas locales, Coca-Cola Uruguay lanzó “Estemos Abiertos”, un programa llevado adelante en alianza con Endeavor, Cambadu y con las organizaciones sociales Ceprodih y Kolping, que busca contribuir a la reactivación económica y social del país, apoyando a 400 pequeños comercios de cercanía afectados por la pandemia.

> “Estemos Abiertos busca acompañar a quienes más lo necesitan”

“Si hay algo que aprendimos en esta pandemia es que, si bien nos ha distanciado físicamente, hoy estamos más cerca que nunca. Este es nuestro compromiso: estar cerca de los pequeños comercios más afectados para que vuelvan a ser grandes en su vecindario y en su comunidad. Juntos salimos adelante” expresó Silvina Bianco, directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Compañía Coca-Cola.

Para ello, como beneficiarios de la acción, se seleccionaron a 300 pequeños comercios y a 100 emprendedores de Montevideo, Canelones, San José, Colonia, Tacuarembó y Durazno, que se encuentran en situación vulnerable.

El programa consta de tres pilares: la operación segura de los locales, reforzando medidas de higiene; la transformación digital; y la incorporación del servicio de entrega a domicilio.

Al primer grupo se le entregó un kit que incluyó una bicicleta de reparto, elementos de seguridad vial, mamparas para el mostrador y máscaras protectoras, señalética para asegurar el distanciamiento social dentro y fuera del comercio y cartelería para facilitar la comunicación de entrega a domicilio.

En tanto, a los pequeños emprendedores se les otorgó $38.000 no reembolsables, que podrán utilizar para capital de trabajo, transformación digital, mejora del servicio de entrega a domicilio y adquisición de materiales de seguridad para protegerse del COVID-19, junto a capacitaciones virtuales.

Varios de los participantes señalaron que deseaban implementar las entregas a domicilio, porque entienden que el servicio es altamente valorado por sus clientes, pero no sabían cómo hacerlo o no contaban con los recursos necesarios, por lo que aseguraron que este es uno de los principales aportes de “Estemos Abiertos”.

Asimismo, los materiales entregados se complementarán con la segunda etapa del programa: las instancias de formación que abordarán la prevención del COVID-19, cómo aprovechar y potenciar el comercio a través del servicio de delivery, cómo fortalecer la operativa utilizando el e-commerce, y las nociones fundamentales en gestión y marketing; y administración y finanzas.

“‘Estemos Abiertos’ busca acompañar a quienes más lo necesitan”

La iniciativa buscó además que los insumos utilizados fueran adquiridos a pequeños emprendimientos. Por esta razón, se le solicitó a Hugo Lisboa, dueño de una bicicletería, que acondicionara las 300 bicicletas donadas. El pedido fue muy bien recibido por Hugo, que a su vez, contrató a otras personas para cumplir con el encargo.

> Hugo Lisboa acondicionó 300 bicicletas y contrató a otras personas

De la misma manera, se ayudó a Estefanía Lemez, a quién se le encargaron las máscaras de protección para el COVID-19. Estefanía es fisioterapeuta, pero tras perder su trabajo, al igual que su novio, decidieron emprender con “Masmask”, un proyecto de venta de mascarillas.

“’Estemos Abiertos’ busca acompañar a quienes más lo necesitan. Y seguramente generemos entre todos un efecto multiplicador positivo que pueda contribuir a la reactivación social y económica de las comunidades”, concluyó Bianco.

Intensa campaña informativa de CUTCSA

Se prioriza la salud de trabajadores y clientes en el nuevo contexto sanitario

MEDIANTE UNA INTENSA CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA PREVENCIÓN EN EL TRANSPORTE PÚBLICO, SE LOGRÓ CONCIENTIZAR SOBRE LAS NUEVAS PAUTAS DE CONVIVENCIA CON UNA SERIE ACCIONES COMO LA GESTIÓN DEL SERVICIO Y LA DESINFECCIÓN DE LOS ÓMNIBUS E INSTALACIONES

Si hace un año alguien nos mencionaba las palabras pandemia, distanciamiento social o cuarentena, hubiéramos pensado que se trataba de una película. Sin embargo la realidad nos ha sorprendido, superando cualquier ficción y obligándonos a tomar medidas de contención ante una amenaza latente y poco conocida, que implica modificar el comportamiento, para cuidar la salud de todos los individuos de la comunidad.

En primera instancia se priorizó la salud, tanto de nuestros trabajadores, como de nuestros clientes. Considerando el alto nivel de exposición de conductores y guardas, debían tomarse medidas rápidas que apuntaran a reducir el riesgo físico de contagio y a su vez brindar seguridad, minimizando el sentimiento de incertidumbre y miedo que generó esta nueva realidad.

La comunicación directa de la jerarquía, con los accionistas y trabajadores fue fundamental para mantener la calma e implementar las acciones necesarias para transitar una situación de riesgo sanitario.

De un momento a otro la consigna fue el aislamiento, por lo que tuvimos un descenso de clientes transportados del entorno del 80%.

DESCENSO DE CLIENTES TRANSPORTADOS ESTÁ EN EL ENTORNO DEL 80%

SE DEBIERON TOMAR RÁPIDAS MEDIDAS PARA REDUCIR EL RIESGO FÍSICO DE CONTAGIO

Inmediatamente comenzaron las reuniones con el Poder Ejecutivo y los entes reguladores (Intendencia de Montevideo y MTOP) y las demás empresas para reestructurar el servicio, asegurando la continuidad de la movilidad para la población y el trabajo a los integrantes de la empresa.

Reducir la ansiedad y el estrés mediante la información constante de los pasos a seguir, fue un punto central de las medidas llevadas a cabo.

Nuestra empresa desarrolló una serie de acciones tendientes a la prevención, que abarcan desde la gestión de la oferta del servicio hasta la desinfección de los ómnibus así como de las instalaciones.

Desde los primeros casos en nuestro país, se reforzó la limpieza de las unidades. En cada destino se desinfectan los buses con amonio cuaternario y se refuerza con alcohol al 70% en todos los espacios donde existe contacto directo con los usuarios.

En caso de detectarse algún posible caso positivo en el personal que ejecuta el servicio (plataforma), se activa el protocolo sanitario de desinfección profunda en el ómnibus.

También se retiraron las cortinas de toda la flota y se están laminando con filtro UV las ventanas de todos los coches. Se prohibió el uso del aire acondicionado y se exhorta la apertura de ventanillas y las escotillas. Se colocaron cámaras térmicas y termómetros digitales en terminales y plantas.

Los barbijos se volvieron esenciales en esta lucha contra la pandemia, nuestra empresa consideró que era indispensable asegurar estos elementos tanto al personal como a la comunidad. Se entregaron 42.000 tapabocas al personal de plataforma, 40.896 más para que tuvieran disponibles en las unidades (ante el decreto de obligatoriedad) y 120.000 a usuarios del transporte.

Todas estas medidas fueron acompañadas de una campaña informativa sobre la importancia de la prevención en el transporte público, concientizando sobre las nuevas pautas de convivencia (higiene, uso de tapabocas, ventilación de ambientes, desinfección y limpieza).

Por otra parte, se negoció con el Sindicato, en representación de los trabajadores dependientes, medidas para paliar el impacto económico del descenso de casi el 80% de la demanda utilizando el Seguro de Paro Nacional como una de las principales herramientas. También se acordó con los proveedores de servicios una reducción en sus costos para contribuir con el ahorro. Se creó el Fondo Solidario COVID, que se nutre del aporte voluntario de los propietarios que desarrollan tareas en la organización y del personal jerárquico y de inspección.

SE ENTREGARON 120 MIL TAPABOCAS PARA USUARIOS DE TRANSPORTE

Todo lo que apunta a continuar brindando un servicio sostenible, entendiendo que la movilidad es esencial en la vida de todos los ciudadanos. Mantener la pandemia bajo control depende del compromiso de todos.

Compañía Salus

Salus apoyó el desarrollo científico durante la pandemia por Covid-19

AL INICIO DE LA EMERGENCIA SANITARIA LA COMPAÑÍA REALIZÓ UNA COLABORACIÓN AL INSTITUTO PASTEUR DE MONTEVIDEO Y LA UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA PARA EL DESARROLLO DE KITS DE DIAGNÓSTICO Y LA CONSTRUCCIÓN DE RESPIRADORES MECÁNICOS

Compañía Salus está junto a los uruguayos desde hace 128 años y en un contexto que presenta grandes desafíos, reafirmó su compromiso con el cuidado de la salud de la población mediante una colaboración con el sector público. "El cuidado a las personas es en esencia la misión que tenemos en Salus y cumplimos a diario brindándole una hidratación saludable a todos los uruguayos.

Por lo tanto en este contexto redoblamos esfuerzos para cuidar a nuestros colaboradores, sus familias y los consumidores. Brindamos al país nuestro apoyo impulsando a quienes investigan y trabajan por el cuidado de todos. Con orgullo reconocemos el trabajo de las autoridades del Ministerio de Salud Pública, Instituto Pasteur y a los integrantes del Comité Honorario Asesor que están llevado adelante una estrategia con buenos resultados", señala Jordi Carrión, CEO de Salus.

SALUS COLABORÓ EN LA LUCHA CONTRA EL CORONAVIRUS EN EL PAÍS

LA EMERGENCIA SANITARIA POTENCIÓ EL TRABAJO CONJUNTO ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Colaboración

La situación mundial que puso en emergencia sanitaria al país potenció el trabajo conjunto del sector público con el privado que aunaron fuerzas y recursos para hacer frente a un nuevo y desconocido coronavirus.

En esa línea, Salus realizó una colaboración al Instituto Pasteur y la Universidad de la República para el desarrollo de kits de diagnóstico y la construcción de respiradores mecánicos para que Uruguay reforzara su equipamiento y tuviera mayores recursos para combatir el Covid-19. "Creemos que la cooperación entre el sector público y privado trae buenos resultados y en momentos como este resulta fundamental unirse bajo el mismo propósito", señala Carrión. El aporte de Salus y otras empresas, permitieron continuar con la buena respuesta sanitaria frente a la enfermedad. Además, surgieron iniciativas voluntarias por parte de estudiantes de la Universidad de la República para contribuir a la investigación de la detección de este nuevo virus que azota al mundo entero.

Los diversos proyectos que se llevaron adelante vinculados al coronavirus fueron reconocidos en un acto en el Paraninfo de la Universidad de la República con presencia de autoridades nacionales y miembros del Comité Honorario Asesor.

Uruguay, un ejemplo mundial

Con la pandemia, los kits de detección del virus se convirtieron en un insumo escaso y de elevado costo en el mundo en tiempos de gran demanda. Con el aporte del sector público y privado, sumado a los valiosos científicos con los que cuenta el país, Uruguay desarrolló sus propios kits, lo que dio una amplia capacidad de diagnóstico y detección de casos positivo para brindar el tratamiento pertinente a los pacientes. Al mismo tiempo, la adquisición de nuevos respiradores mecánicos fortaleció el soporte asistencial para hacer frente a este nuevo y desafiante escenario sanitario. La comunidad científica y académica del país, junto con el gobierno nacional, lograron desarrollar una estrategia de contención de la pandemia que ha traído buenos resultados. En comparación con los países de la región el caso de Uruguay resulta llamativo. De hecho, ha sido destacado en varios medios internacionales como un ejemplo en el manejo de la pandemia como caso de éxito en la contención de los contagios sin una cuarentena obligatoria.

LA ESTRATEGIA DE URUGUAY ES DESTACADA COMO EJEMPLO EN EL MUNDO

Proyectos sociales y educativos

Fundación Telefónica Movistar: Reinventamos nuestra propuesta digital

LA ORGANIZACIÓN TRABAJA PROYECTOS SOCIALES Y EDUCATIVOS EN CUATRO LÍNEAS DE ACCIÓN: EDUCACIÓN, EMPLEABILIDAD, CULTURA DIGITAL Y VOLUNTARIADO. EN EL MARCO DE EMERGENCIA SANITARIA DECIDIÓ ADAPTAR SU PROPUESTA A LO DIGITAL CON CURSOS Y CONFERENCIAS VIRTUALES

Desde que fue dada a conocer la noticia de la llegada de la Covid-19 a Uruguay, en la rueda de prensa del 13 de marzo, la cotidianeidad se transformó. Muchos aspectos de la vida se vieron afectados por esta nueva normalidad, la cual obligó a niños, padres, docentes y jóvenes a reinventar su forma de trabajar, estudiar y comunicarse.

Fundación Telefónica Movistar, que trabaja en proyectos sociales y educativos en 4 líneas de acción: Educación, Empleabilidad, Cultura Digital y Voluntariado, decidió reforzar y adaptar toda su propuesta a lo Digital como respuesta a la situación sanitaria que se está viviendo.

DONACIÓN A ASSE DE 400.000 DÓLARES EN EQUIPAMIENTO MÉDICO

Además, realizó acciones extraordinarias para poder seguir colaborando con la mayor cantidad de personas posibles, como fue la donación a ASSE de más de USD 400.000 en equipamiento médico, con el objetivo de fortalecer el sistema de salud pública y atender las necesidades vinculadas a la COVID-19.

En estos meses, más de 8.000 docentes de todo el país realizaron los cursos virtuales ProFuturo abarcando distintas temáticas como la inclusión de tecnología en el aula, la atención a la diversidad educativa, el acercamiento a metodologías pedagógicas innovadoras, el pensamiento computacional, entre otras. Estas formaciones cuentan con la certificación de la Dirección de Educación del Ministerio de Educación y Cultura.

500 VOLUNTARIOS CELEBRARON EL DÍA INTERNACIONAL DEL VOLUNTARIO TELEFÓNICA

Se realizaron más de quince conferencias virtuales, donde expertos en distintas temáticas educativas y socioemocionales (Mercedes Lafourcade, Gustavo Rey, Soledad de la Riva, Silvana Corso, Facundo Manes, Alejandro Maiche, entre otros) compartieron sus conocimientos con la comunidad educativa de distintas partes del país. Estas charlas están disponibles en el canal de Youtube de Fundación Telefónica Movistar Uruguay.

También se apoyó el trabajo a docente y alumnos de más de 59 centros educativos a través de Aula Virtual ProFuturo, su plataforma con contenidos pedagógicos.

Por su parte, las actividades de Cultura Digital que se realizaban de forma presencial se tuvieron que adaptar a lo virtual, creándose así "Aula en casa" con distintas propuestas para que niños y adolescentes pudieran experimentar con la tecnología en su hogar.

A través del proyecto de empleabilidad distintas formaciones virtuales se sumaron a las que existían. En estos de meses, más de 13.000 personas se inscribieron a los cursos virtuales en las temáticas de Programación, Ciberseguridad, Videojuegos, Gestión de proyectos, Habilidades para el empleo, Diseño WEB, Marketing Digital y Emprendimiento Social.

El Programa de Voluntarios respondió con acciones solidarias como fueron el contacto telefónico con Hogares de ancianos, el Reto Solidario para ayudar a la Teletón a completar el laboratorio de Realidad Aumentada, el Show de Magia con Daniel K a beneficio de Fundación Corazoncitos o la entrega de teléfonos celulares al Hospital Español para que los pacientes pudieran están conectados con sus familiares respetando los protocolos sanitarios.

A su vez, 500 Voluntarios Telefónica Movistar celebraron su espíritu solidario en el Día Internacional del Voluntario Telefónica, evento que se celebra hace más de 20 años, respondiendo al contexto que estamos viviendo con diferentes actividades como fue el armado de 3.200 canastas de alimentos para beneficiar a más de 12.000 personas.

8.000 DOCENTES REALIZARON LOS CURSOS VIRTUALES PROFUTURO

En un mundo que cambió más rápido de lo que esperábamos, el objetivo de Fundación Telefónica Movistar siempre fue y será que las personas estén preparadas. Todas las formaciones son gratuitas y están disponibles de forma virtual en www.fundaciontelefonica.uy.

Una cooperativa con más de 300.000 usuarios

Cooperativa FUCAC: solidaridad en acción

CON UN PROGRAMA DE ACCIÓN SOLIDARIA QUE ASISTIÓ A MÁS DE 45.000 PERSONAS Y UNA SERIE DE MEDIDAS FINANCIERAS PARA ALIVIAR LAS REPERCUSIONES ECONÓMICAS ENFOCADAS EN SUS SOCIOS, FUCAC POSICIONA, UNA VEZ MÁS, EL VALOR DE SER UNA COOPERATIVA

De manera muy temprana y en un contexto de incertidumbre ante la emergencia sanitaria, en el que las empresas debieron replantearse sus objetivos y servicios, FUCAC comunica a los socios que dispone la postergación voluntaria y sin costo de las cuotas por tres meses al final del crédito. La primer medida, una señal de que acompañaría la preocupación de la gente y un ejemplo de cómo adaptarse a la nueva situación. En la misma dirección resolvió que se otorgaran nuevos préstamos y renovaciones con hasta dos meses de gracia, la disminución a la mitad de las tasas de interés de tarjetas de crédito y la ampliación del programa de protección de socios para que las personas en situación de vulnerabilidad puedan disponer de quitas especiales.

Javier Pi León, Gerente General, declaró que la medida de mayor repercusión para la empresa fue la postergación de las cuotas que significó una diminución de 50% de los ingresos y 20% de rentabilidad. Traducido en números, un impacto mayor a los 10 millones de dólares, "pocas entidades financieras realizaron un aporte tan grande para sus clientes". Afirmó que se trató de ser responsables ante los socios y confirmó el carácter cooperativo de la empresa, donde sus "dueños son los 300.000 usuarios"

A pesar de que para algunos el término cooperativa pueda asociarse a empresas no competitivas, en el caso de FUCAC, es la administradora de crédito más eficiente del mercado, la de mayor grado de capitalización, la de mayor cobertura de riesgos, tiene una excelente calificación de riesgo, audita su desempeño social, financiero y ambiental.

LA MOVIDA VERDE DE FUNDACIÓN FUCAC MOVILIZO A MÁS DE 1.500 VOLUNTARIOS

45 mil BENEFICIARIOS

287 mil KILOS DE ALIMENTOS

13	DEPARTAMENTOS
27	CIUDADES
54	BARRIOS
155	ORGANIZACIONES
1.500	COLABORADORES

En cuanto a la perspectiva del crédito a las familias, el Gerente General afirma que en 2002 y 2008 la demanda de crédito disminuyó por varios meses. "Se tiene el prejuicio de que los trabajadores y jubilados son arriesgados para sacar un crédito pero los uruguayos cuidan su endeudamiento, más aún en un contexto económico incierto". No es posible saber cómo impactarán las dificultades en empleo e ingreso de las familias en relación a la morosidad y acceso al crédito. Sin embargo es posible visualizar cambios en cuanto al aumento de las solicitudes por canales remotos como sitio web y WhatsApp, declaró el Gerente.

Movida Verde

La emergencia sanitaria cambió las prioridades y obligó a todos adaptarse a las nuevas circunstancias. El programa Movida Verde, que promovió FUCAC, es una clara representación. Nació como un proyecto de educación ambiental y culminó asistiendo con alimentos a más de 45 mil personas.

Al ser consultado por el origen de la transformación, Pi León explica, "estaba claro que desde marzo iba a llegar una crisis económica que afectaría a muchas familias, y quisimos colaborar para que en lo posible, no se transformara en crisis alimentaria".

La primera acción del programa, que comenzó a organizarse en el mes de marzo, fue la compra de 90 mil kilos de trigo para la provisión de 70 mil kilos de harina al Fondo Coronavirus.

La Fundación FUCAC, con basta experiencia en participación social, coordinó con más de 155 organizaciones como iglesias, cooperativas, sindicatos, asociaciones civiles, organizaciones barriales, la distribución de cajas de alimentos para asistir a más de 45 mil personas, en 13 departamentos del país, 27 ciudades y 54 barrios. Llegando a totalizar la provisión de 2 millones de platos de comida y 200 mil meriendas.

> "POCAS ENTIDADES FINANCIERAS REALIZARON UN APORTE TAN GRANDE"

Asimismo, y en el marco del programa Movida Verde, FUCAC aportó 6 millones de pesos al Fondo Coronavirus, que por disposición del Sr. Presidente Dr. Luis Lacalle Pou, tendrán como destino la actividad de investigación del Instituto Pasteur.

"Lo más importante fue el aprendizaje de trabajar juntos. Fue una experiencia muy participativa que involucró a más de 1.500 voluntarios", cerró Javier Pi León, Gerente General de FUCAC.

fucac

Plan de Vida Sustentable

Unilever reafirma su compromiso y potencia las marcas con propósito

A TRAVÉS DE LA CAMPAÑA MUNDIAL "CADA U HACE BIEN", LA EMPRESA MUESTRA A LOS CONSUMIDORES EL TRABAJO QUE SUCEDE DETRÁS DE LAS MARCAS QUE UTILIZAN. "LAS EMPRESAS TENEMOS LA OPORTUNIDAD DE CREAR MARCAS EN SINTONÍA CON LAS PROBLEMÁTICAS DEL MUNDO ACTUAL"

Hace 10 años Unilever lanzó el Plan de Vida Sustentable, un camino que busca construir un mundo mejor y forjar un futuro sustentable para las próximas generaciones y de esta manera ser económicamente viables, ambientalmente correctos y socialmente justos.

"Las empresas tenemos la oportunidad y responsabilidad de crear marcas en sintonía con las problemáticas que hoy plantea el mundo. En Unilever trabajamos con nuestras marcas con propósito, aquellas que nos permiten llevar adelante programas para promover la concientización, educación y generar mejores hábitos en las personas", señaló la Country Manager de Unilever Uruguay, Teresa Cometto.

80% DE LAS PERSONAS TIENEN CONDUCTAS HACIA EL RECICLAJE

"SER ECONÓMICAMENTE VIABLES, AMBIENTALMENTE CORRECTOS Y SOCIALMENTE JUSTOS"

A través de la campaña mundial "Cada U hace bien", lanzada recientemente, la compañía muestra a los consumidores el trabajo que sucede detrás de las marcas que usan y el impacto que tienen en su calidad de vida.

Cinco marcas forman parte de la campaña: Dove, Nevex, Vim, Rexona, y Hellmann's, con las cuales Unilever demuestra que se puede ofrecer un crecimiento consistente, rentable, competitivo y a la vez responsable, haciendo una diferencia en la comunidad.

Dove transmite la idea que la belleza debe ser fuente de confianza y no una preocupación. La marca promueve la creación de un mundo en el que la apariencia no cause angustia, donde las niñas y adolescentes crezcan seguras de sí mismas y las mujeres puedan realizarse plenamente en todas las esferas.

En el caso de Hellmann's su propósito es brindar sabor a las personas y contribuir a disminuir el desperdicio de alimentos. La marca colabora con el Banco de Alimentos de Uruguay a través de la donación de productos.

Nevex trabaja junto al Consejo de Educación Inicial y Primaria comulgando con el principio de liberar el potencial de los niños de todo el país, que desde 20 años se traduce en acciones tales como la donación de 100 mil túnicas, el lanzamiento de la primera escuela sustentable de América latina y la participación en programas educativos de verano.

Vim aporta productos y capacitación en escuelas públicas para su desinfección. Esta acción se intensificó notoriamente a raíz de la pandemia del COVID-19.

Rexona fomenta la realización de actividad física para mantener una vida saludable. En Uruguay realizó una convocatoria a través de las redes sociales, buscando a entrenadores y profesores de educación física para que envíen su rutina de ejercicio, con el objetivo de apoyar económicamente a estos entrenadores que se estaban viendo afectados por la pandemia del COVID-19.

Este camino elegido por Unilever refleja las preocupaciones que hoy tienen los consumidores. Una encuesta ejecutada por la consultora ID Retail, en el marco de la campaña "Cada U hace bien", reveló que el 79% de los consultados están motivados en cuidar el medio ambiente y que la amplia mayoría, 80%, tiene conductas hacia el reciclaje.

Esta preocupación manifestada redunda en que el cuidado del medio ambiente aparece como la causa sobre la que los consumidores sienten mayor compromiso y empatía y termina pesando en la decisión de compra.

55% ELIGE MARCAS QUE "CUIDAN EL MEDIO AMBIENTE"

En tanto, en la predisposición de compra frente a la elección de dos productos de misma calidad y mismo precio, el 55% elige aquellas marcas que "cuidan el medio ambiente, 22% "cualquiera de las dos", 13% "causa sociales" y 9% "solo busca su marca habitual".

"Los resultados de la encuesta nos confirman que vamos en el camino correcto, trabajando para mejorar la salud y la higiene, reducir nuestro impacto ambiental y de esta manera mejorar la calidad vida de las personas", concluyó Cometto.

Compromiso con un mundo más sustentable

En BBVA la sostenibilidad es en la actualidad una prioridad estratégica

EL 'COMPROMISO 2025' SE BASA EN CONTRIBUIR A FRENAR EL CAMBIO CLIMÁTICO MEDIANTE LA MOVILIZACIÓN DE 100.000 MILLONES DE EUROS ENTRE 2018 Y 2025; INTEGRAR LOS RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD DEL BANCO E INVOLUCRAR A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS

En febrero de 2020 el Presidente de BBVA, Carlos Torres Vila, y el consejero delegado, Onur Genc, presentaron las nuevas prioridades estratégicas del Grupo a los más de 126.000 empleados.

Entre las seis prioridades estratégicas, que permitirán acelerar y profundizar la transformación del Grupo en los próximos años, se encuentra el ayudar a los clientes en la transición hacia un futuro sostenible, con foco en el cambio climático y en el desarrollo social inclusivo y sostenible.

CON FOCO EN EL CAMBIO CLIMÁTICO Y EN EL DESARROLLO SOCIAL INCLUSIVO Y SOSTENIBLE

Compromiso asumido

Tras dos años y medio del lanzamiento del 'Compromiso 2025', BBVA ha movilizado 40.082 millones de euros, con cifras al cierre de junio de 2020.

La apuesta del banco ante el cambio climático contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y a los retos derivados del Acuerdo de París sobre el Clima.

El 'Compromiso 2025' está basado en tres líneas de acción: financiar para contribuir a frenar el cambio climático y conseguir el cumplimiento de los ODS mediante la movilización de 100.000 millones de euros entre 2018 y 2025; integrar los riesgos ambientales y sociales asociados a la actividad del banco para minimizar los potenciales impactos negativos directos e indirectos; e involucrar a todos los grupos de interés, impulsando la contribución del sector financiero al desarrollo sostenible.

Educación financiera

En Uruguay, el programa 'Adelante con tu futuro' marcó un nuevo hito en la formación de jóvenes y adultos en 2019, con más de 600 participantes y superando así el objetivo de 5.000 personas capacitadas en diez años.

Los beneficiarios del programa, hoy pueden tomar mejores decisiones financieras, con mayor información y conocimiento de los riesgos que existen.

Además, el banco ha asumido el compromiso prioritario de aportar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, en este caso el ODS 4, relacionado con Educación de Calidad.

BBVA, referente en el mercado mayorista de financiación sostenible

BBVA es líder en la promoción e implantación de soluciones de financiación sostenible en toda América Latina.

En Uruguay, BBVA financiará la compra de vehículos eléctricos. Se trata de un nuevo producto de crédito destinado a contribuir a un futuro más sostenible. El préstamo automotor prevé facilidades de hasta 60 meses de financiación e incluye un paquete de cuentas sin costo. La tasa se encuentra bonificada y la moneda del financiamiento puede ser en pesos, unidades indexadas o dólares.

BBVA también ha financiado la reconversión a la tecnología LED de la mayor parte de las intendencias del país.

Respuesta ante la emergencia sanitaria

Teniendo como objetivo salvaguardar la salud de empleados, clientes y de la sociedad en su conjunto, BBVA, para reducir el impacto de la emergencia sanitaria instaló la modalidad del teletrabajo, para gran parte de sus empleados, reforzó todos sus servicios a través de los canales digitales e invitó a sus clientes a quedarse en casa y operar desde la web o la banca móvil. El banco ofreció a sus clientes la opción de diferir sus pagos por 180 días, utilizando los instrumentos promovidos por el gobierno (SiGa y SiGa emergencia) para contribuir a mantener la economía funcionando.

A través de la iniciativa #TuAporteValeDoble, BBVA en Uruguay convocó a sus empleados a realizar esta contribución espontánea, con el compromiso del banco de igualar la cifra. Los aportes de los empleados alcanzaron la suma de $1.211.734 y la dirección del banco decidió realizar un aporte extraordinario por 6.600.000 pesos, que fueron donados al Ministerio de Salud Pública para construir el primer Centro de Contingencia Covid-19.

BBVA realizó una donación al Instituto Pasteur de Montevideo para contribuir con las investigaciones relacionadas al Covid-19 y 1.000 tapabocas al Ministerio de Desarrollo Social.

Los implementos sanitarios se confeccionaron con el trabajo de voluntarios del banco y de un grupo de mujeres de la asociación CEPRODIH, cuya misión es atender a las familias más vulnerables.

Estar cerca de nuestra gente

“Nosotros ayudamos a hacer de tu mundo un lugar mucho más seguro”

SECURITAS ELABORÓ PROTOCOLOS PARA LA PROTECCIÓN DE SUS COLABORADORES CON EQUIPAMIENTO PREVENTIVO Y CANASTA ALIMENTARIAS, GARANTIZÓ LA CONTINUIDAD DE LAS OPERACIONES, GESTIONÓ EL IMPACTO FINANCIERO E IMPLEMENTÓ MOVIMIENTOS RÁPIDOS “PARA CUIDARNOS ENTRE TODOS”

El 2020 será recordado como un año que nos puso a prueba. Para enfrentar la incertidumbre que generó la pandemia, en Securitas Uruguay tomamos decisiones rápidas, enfocadas en los clientes, los colaboradores y en minimizar el impacto financiero. A siete meses de la implementación de las medidas y protocolos, continuamos trabajando para mantenernos libres de contagios en la organización y controlar el impacto en la operativa del negocio.

La emergencia sanitaria que se instaló en Uruguay en marzo de 2020 a raíz de la llegada del Covid_19 nos puso a prueba y reforzó nuestra razón de existir: “Nosotros ayudamos a hacer de tu mundo un lugar mucho más seguro”.

En Securitas nos centramos en los clientes, estamos orientados a las personas y nos basamos en los datos para brindar nuestros servicios, aspectos fundamentales que conforman nuestra estrategia.

Para poder garantizar la continuidad de las operaciones en nuestros clientes, proteger la salud de todos los colaboradores y gestionar el impacto financiero que generó la pandemia del Covid_19, implementamos diversas acciones.

Protección de colaboradores

Elaboramos e implementamos protocolos y los comunicamos adecuadamente, buscando salvaguardar la salud de nuestros colaboradores y sus familias.

Monitoreamos posibles casos, en línea con las medidas fijadas por el gobierno y particularmente el Sistema Nacional de Emergencias (SINAE).

Establecimos condiciones de teletrabajo para las áreas donde era posible -staff administrativo- y guardias rotativas en las áreas de soporte y SOC (Securitas Operation Center).

Definimos el plan de sucesión para los directores y responsables de área.

Otorgamos licencia anticipada a 92 empleados de las áreas de apoyo y comercial y enviamos a 97 empleados mayores de 65 años al seguro de salud, para incentivar la cuarentena preventiva en colaboradores que son parte del grupo de riesgo (adultos mayores / enfermedades crónicas)

Establecimos apoyo médico a nuestro personal para monitorear su estado de salud; y apoyo psicológico para el personal que lo necesitara.

Distribuimos al personal del SOC en 3 oficinas diferentes: sede central, Instituto Securitas y oficina de Ciudad de la Costa.

Entregamos el equipamiento preventivo para el Covid_19 en los servicios: tapabocas, guantes, alcohol en gel, sanitizador, entre otros.

A las personas mayores de 65 años les entregamos canastas con alimentos y artículos de higiene.

Nuestra contribución a los ODS

En Securitas tenemos la oportunidad de contribuir con la agenda global, respaldando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas que se alinean con nuestra estrategia y operaciones diarias. La llegada del Covid_19 reforzó nuestros compromisos con los ODS, destacándose específicamente:

ODS 1 - Fin de la pobreza
ODS 3 - Salud y bienestar
ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico
ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas

Garantizar la continuidad de las operaciones

Implementamos protocolos preventivos en los clientes que mantuvieron la guardia, monitoreando de cerca los servicios transitorios y reemplazos. También potenciamos los servicios remotos y Mobile.

Gestionar el impacto financiero

Seguimos de cerca los días de la cobranza, las reducciones de servicios y el comportamiento de los clientes, evaluando riesgos contractuales y monitoreando el impacto comunicacional.

Movimientos rápidos para cuidarnos entre todos

Una de las primeras acciones que llevamos a cabo apenas se detectaron los primeros casos de coronavirus en nuestro país fue la activación del Comité de Emergencia que tiene a su cargo recabar la información y ejecutar medidas preventivas.

De forma ágil elaboramos y comunicamos el “Protocolo de prevención, control y acción del coronavirus – Covid_19” y anticipándonos a los potenciales contagios activamos el “Protocolo de aislamiento frente a un posible caso de Covid_19” que incluyó los traslados ante síntomas sospechosos y la limpieza para vehículos que realizaran transporte de personal.

Eliminamos todas las reuniones presenciales, reemplazándolas por reuniones virtuales con la plataforma Teams, a la vez que se cancelaron los viajes internacionales y locales.

Al igual que con las clases en el Instituto Securitas, suspendimos las instalaciones y los mantenimientos preventivos, activándose el plan de eficiencia y ahorro de costos ya que estas acciones tienen un impacto financiero directo.

Diseñamos el protocolo de vuelta a las oficinas, y lo implementamos en forma paulatina, reforzando las medidas de higiene y comunicación interna en todas nuestras oficinas.

Hoy más que nunca, vivimos nuestro propósito.

“Nosotros ayudamos a hacer de tu mundo un lugar más seguro”

SECURITAS

Cultura de cercanía

Ta-Ta: acciones solidarias y cuidados con sus colaboradores y clientes

LA EMPRESA REFUERZA TODAS SUS ACCIONES DE CUIDADO CON FOCO EN SUS COLABORADORES, EN SUS CLIENTES Y EN LA POBLACIÓN DE RIESGO MÁS VULNERABLE EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA EN URUGUAY E IMPULSA ACCIONES SOLIDARIAS CON IMPORTANTES DONACIONES A INSTITUCIONES

Ta-Ta, el supermercado que cuenta con más de 4000 colaboradores, en sus locales de los 19 departamentos, comenzó a aplicar medidas planteadas por el equipo de seguridad y salud ocupacional y el equipo de medicina laboral, así como a analizar la puesta en marcha de distintas prácticas en otros países, antes de que se declarara la emergencia sanitaria en Uruguay. Esto los llevó a ser el primer supermercado del país en colocar mamparas en las cajas, para que el colaborador y el cliente pudieran realizar la transacción de manera segura.

FUE EL PRIMER SUPERMERCADO EN COLOCAR MAMPARAS EN LAS CAJAS

EL MODELO DE CULTURA ORGANIZACIONAL DE TA-TA CONTEMPLA AL COLABORADOR DE MANERA INTEGRAL

A partir del 13 de marzo, la compañía decidió que los colaboradores de oficinas comenzaran a trabajar a distancia. Al mismo tiempo, en los locales comerciales se implementaron protocolos con las medidas sanitarias recomendadas por las autoridades de la salud.

El modelo de cultura organizacional de Ta-Ta contempla al colaborador de manera integral. En esta cultura de cercanía, se fomenta la conversación. En este contexto, se extendió la línea de email atendida por SUAT donde los colaboradores pueden realizar consultas, se abrieron canales de comunicación más directos, como una línea de WhatsApp, y al final de los turnos de trabajo en los locales se generó un espacio de conversación para poder compartir como estaba cada uno y apoyarse entre todos.

Paralelamente, los colaboradores de la compañía pueden consultar con un médico y evacuar todas las dudas sobre el Covid-19 a través de una aplicación. ''En cada local hay un celular y una Tablet con esta aplicación, donde el colaborador puede asesorarse. La posibilidad de hacer consultas las 24 horas y de forma gratuita, contribuyó a bajar el estrés y canalizar la ansiedad que traía la nueva enfermedad", explica Enrique Herrera, gerente de Gestión Humana y Relaciones Institucionales de Ta-Ta.

En un primer momento y con el objetivo de disminuir el contacto presencial en los locales, Ta-Ta lanzó para sus clientes una línea 0800 para compras telefónicas, enfocándose en las personas mayores que no estuvieran familiarizadas en las compras online. Mediante esta modalidad se podía comprar o una caja de comestibles o una de limpieza e higiene a un valor fijo, que podían pagarla a través de su factura telefónica.

Ta-Ta también ganó una licitación para el Ministerio de Desarrollo Social por 130.000 canastas, por su propuesta de bajos precios junto a la posibilidad de hacerla llegar a todos los rincones del país, ayudando así a mitigar el impacto económico de esta situación de emergencia en la población más vulnerable.

Asimismo, tomó medidas de prevención enfocadas en la atención de aquellos clientes que constituyen la población de mayor riesgo, como un horario de atención para personas mayores de 65 años, o reforzando el canal e-commerce en Montevideo y Maldonado.

La empresa también llevó a cabo distintas acciones solidarias, con la colaboración de los clientes: con cada barbijo que los clientes compren en los supermercados, Ta-Ta dona otro al Sistema Nacional de Emergencias (Sinae). También se realizó una recaudación por línea de caja a beneficio de la Fundación Banco de Alimentos del Uruguay.

MÁS DE DIEZ MIL CANASTAS DONADAS A DIFERENTES INSTITUCIONES

Conjuntamente a los programas de donaciones que mantiene Ta-Ta a lo largo de los años, se realizaron donaciones de más de 10.000 canastas con alimentos no perecederos y productos de limpieza a diferentes instituciones, ONG's y familias.

Creación del Plan de sustentabilidad

FNC reafirma su compromiso con los comercios y el medio ambiente

LA EMPRESA LLEVÓ ADELANTE INICIATIVAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR COMO LA CREACIÓN DE LA APP ALMACENESUY, LA DISPOSICIÓN DE CRÉDITOS ESPECIALES A LOS COMERCIOS DE CERCANÍA Y POTENCIAR EL 100% DEL USO DE ENERGÍA RENOVABLE, ENTRE OTRAS

En un año que presentó importantes desafíos por la pandemia de coronavirus (COVID-19), Fábricas Nacionales de Cerveza (FNC) tomó la responsabilidad de llevar adelante iniciativas para el fortalecimiento de la cadena de valor y potenciar el trabajo de comerciantes y colaboradores.

Iniciada a principios de 2019 con el objetivo de brindar una alternativa a los pequeños y medianos comerciantes, la App AlmacenesUY se convirtió en una herramienta de suma importancia para ayudar a los comercios de barrio ante las adversidades que se presentaron debido a las medidas sanitarias. A través de esta novedosa plataforma digital, sus clientes pueden realizar pedidos para recibirlos en sus domicilios, y así evitar un posible riesgo a su salud.

"Plan Mundo Mejor" propone metas medioambientales para el 2025

ESFUERZOS PARA DIFUNDIR Y CAPACITAR SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Además, esta aplicación creada e impulsada por FNC permitió a los comerciantes poder expandirse más allá de su zona de referencia y sumar valor a sus negocios. Ya son más de 500 los comercios que han confiado en AlmacenesUY, y el objetivo está puesto en expandirse por el interior del país para consolidar una iniciativa que ofrece una nueva forma de comercialización.

En el contexto de incertidumbre generado por la pandemia, FNC también brindó un respaldo económico a los comercios de cercanía poniendo a su disposición créditos especiales para que pudieran atravesar la compleja situación. En un trabajo en conjunto con el Centro de Almaceneros Minoristas, Baristas, Autoservicistas y afines del Uruguay (Cambadu), se ideó un plan para que 1.500 pequeños y medianos comerciantes accedieran a un microcrédito con el que se puso a disposición hasta $10.000 en mercadería durante el mes de abril, que fue abonado en el mes de setiembre. Estas iniciativas forman parte del plan de sustentabilidad de la empresa, que ha llevado adelante otras acciones.

Reafirmando su compromiso con el cuidado del medio ambiente, FNC presentó el plan "Mundo Mejor" con metas a alcanzar para el año 2025 entre las que se destacan el uso de energía 100% renovable en sus plantas de producción, reducir en un 25% las emisiones de carbono en toda la cadena de valor, potenciar el cuidado del agua a través de su planta de tratamiento de efluentes y continuar trabajando en la retornabilidad y reciclabilidad de los envases, que hoy alcanza al 70% del volumen comercializado.

Como parte de sus esfuerzos constantes por llevar a cabo su operativa de manera eficaz y sustentable, FNC también implementó Foxtrot, una innovadora herramienta tecnológica que evalúa y recomienda las rutas más eficientes para su flota de distribución, mejorando los tiempos de entrega, reduciendo a su vez los costos logísticos y las emisiones de dióxido de carbono. A través de una App, el personal de cada camión recibe en su teléfono celular la información en tiempo real de la ruta más adecuada para realizar las entregas.

En el marco de sus políticas de apoyo a la comunidad, la empresa ha sumado esfuerzos para difundir y capacitar sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas.

Enmarcado en el contexto particular del COVID-19, FNC participó una vez más del Día de Consumo Responsable llevando a cabo una webinar titulada "Consumos durante la pandemia y pautas para una convivencia responsable", con el fin de seguir contribuyendo con la comunidad a través de acciones que promuevan la ingesta sin excesos de bebidas alcohólicas.

Pilsen 0,0%, primera cerveza sin alcohol elaborada en Uruguay

La actividad, que se desarrolló vía Zoom, contó con la participación del psicólogo Alejandro De Barbieri, quien dedicó su exposición a analizar distintos aspectos de la temática, como las tendencias de consumo problemático y depresión durante la pandemia.

En el marco de su apoyo al consumo responsable, FNC lanzó Pilsen 0,0%, la primera cerveza sin alcohol elaborada en Uruguay, que además es liviana en calorías, ampliando la oferta de cervezas sin alcohol en el país.

Respuesta positiva

ANDA reafirma su compromiso con la comunidad y la solidaridad organizada

A través de su programa "Manos Solidarias ANDA", la Asociación Nacional de Afiliados contribuyó con diversas organizaciones sociales en el año, como Aldeas Infantiles, Peluffo Giguens, la Organización Internacional para las Migraciones y la Fundación La Campana

Como parte de su programa de voluntariado corporativo denominado "Manos solidarias ANDA", la Asociación Nacional de Afiliados ha concretado importantes acciones con el fin de ayudar a aquellas personas que atraviesan duros desafíos y ponen todo de sí mismos para salir adelante.

Esta necesidad de tenderle una mano a la población más vulnerable se afianzó aún más en los últimos meses, cuando fue declarada la emergencia sanitaria en el país por la pandemia del coronavirus (COVID-19).

Los resultados de las recolecciones motivaron la reiteración de los programas

Más de 200 libros y juguetes entregados a Aldeas Infantiles

En su primera edición, el programa transformó su nombre en "Manitos Solidarias" y se propuso despertar sonrisas en los niños y niñas que forman parte de Aldeas Infantiles, una organización internacional no gubernamental que trabaja en Uruguay desde 1960 buscando garantizar el derecho de niñas, niños y adolescentes a la convivencia familiar y comunitaria, según lo establecido en la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN) y las Directrices de Naciones Unidas sobre las Modalidades Alternativas de Cuidado de los Niños.

En esta ocasión, colaboradores y socios de ANDA fueron invitados por la institución a donar libros, juguetes y cualquier otro artículo que pudiera ser oportuno para entretener a los pequeños y sus familias que permanecieron dentro de sus hogares, cumpliendo con las medidas de aislamiento físico recomendadas por las autoridades de la Salud para evitar la propagación del coronavirus.

La respuesta positiva de la población convirtió a esta iniciativa en un verdadero éxito, al lograr entregar más de 200 libros y juegos a Aldeas Infantiles, e impulsó a ANDA a ir por más.

Fue de esta forma que se llevó adelante la segunda edición de "Manos Solidarias" con una campaña de recolección de abrigos para familias migrantes, un sector de la población que ha arribado al país en busca de mejores condiciones de vida y en muchos casos han sufrido especialmente el impacto socioeconómico de la crisis sanitaria en Uruguay.

Tras 14 días de trabajo voluntario, se reunieron cientos de prendas de abrigo entre buzos, camperas, ropa de cama y calzado, que fueron entregadas a la Organización Internacional para las Migraciones (OIM,) perteneciente a las Naciones Unidas (ONU), para ser distribuidas entre las familias migrantes.

Entusiasmados por los resultados de las experiencias previas, los participantes del programa impulsaron la tercera edición, que tuvo como principal destinataria a la Peluffo Giguens, una fundación que trabaja con el objetivo de apoyar a los niños con cáncer y sus familias, para lograr que puedan, sin importar su situación socio-económica o su lugar de residencia, acceder a los tratamientos necesarios y transitarlos en las mejores condiciones posibles.

El apoyo esta vez se produjo al formar parte de la campaña "Relevo por la vida" que este año se desarrolló en un formato virtual. Durante el evento mundial más importante en la lucha contra el cáncer, los voluntarios de ANDA ayudaron a compartir fotos de mascotas y diferentes hashtags, actividades lúdicas por Zoom, donaciones de abrazos virtuales y divertidos desafíos como contar los pasos dados durante algunas jornadas, entre otras acciones.

Exitosa campaña de recolección de abrigos para familias migrantes

Paralelamente, la institución promovió la recolección de alimentos no perecederos en todas sus sucursales, que culminó con más de 1.500 kilos de productos variados entregados al hogar La Campana de la fundación, donde pacientes y familiares provenientes de diferentes rincones del país reciben alojamiento y comida, así como atención psicosocial.

Estas acciones de voluntariado, reafirman que trabajar en ANDA, es formar parte de un colectivo comprometido con mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

"Nos cuidamos entre todos"

Tienda Inglesa impulsa más acciones sociales y promueve el empleo juvenil

JUNTO A 140 EMPRESAS, LA EMPRESA ENTREGÓ 100 MIL TAPABOCAS AL HOSPITAL ESPAÑOL, INTEGRÓ EL COLECTIVO "UNIDOS PARA AYUDAR" A QUIÉN DONÓ 210 MIL CANASTAS ALIMENTARIAS A HOGARES CARENCIADOS, E IMPLEMENTÓ "TIENDA CONTIGO" PARA OFRECER 20% DESCUENTO EN COMPRAS

Como parte de su misión de generar un impacto positivo en la comunidad, y aportar soluciones ante problemáticas actuales que mejoren la calidad de vida de las personas, Tienda Inglesa reafirma su compromiso con la sociedad, a través de diversas iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), orientadas a impulsar la generación de empleo, la formación de jóvenes y su inserción en el ámbito laboral y la ayuda a quienes más lo necesitan.

DIVERSAS INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

FUNDACIÓN TIENDA INGLESA DESARROLLA PROGRAMA DE INSERCIÓN LABORAL

En el marco de la crisis generada por la pandemia del coronavirus (COVID-19), Tienda Inglesa fue una de las fundadoras e impulsoras de "Nos cuidamos entre todos", una iniciativa solidaria, que nucleó a más de 250 empresas, a través de la cual se recaudaron 5.887.000 dólares destinados a apoyar el esfuerzo del Sistema de Salud ante la emergencia sanitaria. Con el dinero recolectado se adquirieron 20 ambulancias especializadas, 1 ómnibus, 148 respiradores y más de 130 monitores de CTI. En este marco, Tienda Inglesa entregó 100.000 tapabocas al Hospital Español, declarado por la Administración de los Servicios de Salud del Estado (ASSE) como centro de salud de referencia de coronavirus en Montevideo

Además, integró el colectivo "Unidos para Ayudar", un grupo solidario de empresas que alcanzó a entregar más de 210.000 canastas con alimentos, insumos higiénicos y artículos infantiles, distribuidas por el Sistema Nacional de Emergencias (SINAE), a hogares carenciados de todo el país. En dicha acción, la compañía tuvo una destacada participación en la organización, el inventario y la coordinación de actividades.

Desde el mes de agosto, Tienda Inglesa ha implementado "Tienda Contigo", una propuesta que consiste en ofrecer a quienes están en el seguro de desempleo y a los beneficiarios del programa Tarjeta Uruguay Social del Ministerio de Desarrollo Social (Mides) un 20% de descuento en las compras realizadas en todas las sucursales de la cadena de supermercados y farmacias.

De esta manera, buscó solidarizarse con quienes más lo necesitaban, considerando el importante incremento en los últimos meses de trabajadores amparados en el subsidio de desempleo como consecuencia de la interrupción de actividades de algunas empresas por las medidas adoptadas por la emergencia sanitaria. Según el Ministerio de Trabajo en agosto 109.000 personas se ampararon en el seguro de desempleo a nivel nacional. A su vez la iniciativa de Tienda Inglesa también abarcó a los más de 88.000 miembros del programa del Mides.

Todas estas propuestas y más, forman parte de la visión de la compañía que piensa no solamente en apoyar a la sociedad ante problemáticas recientes, sino también a largo plazo, fortaleciendo uno de los pilares fundamentales en la vida de las personas como lo es la formación y el empleo.

Así, la Fundación Tienda Inglesa, creada a mediados de 2018 con el fin de generar un impacto positivo en las comunidades en las que la compañía actúa, lleva adelante desde sus inicios un programa de inserción laboral junto al Centro Educativo Providencia y otras organizaciones sociales, con el objetivo de acompañar la formación de jóvenes que apuntan a mejorar su incorporación al trabajo formal.

A lo largo de diez semanas, los participantes son capacitados en habilidades transversales y se les brindan herramientas que apuntan la instrucción específica en el ámbito laboral. Finalmente, aquellos jóvenes que se destacan durante el proceso de formación, tienen la posibilidad de poner en práctica lo aprendido, integrándose a la empresa por un período determinado, que puede volverse efectivo si el desempeño es destacado.

EL 75% DE LOS CAPACITADOS CONTINÚAN TRABAJANDO EN LA CADENA

Los integrantes del programa adquieren herramientas y habilidades que mejoran radicalmente sus posibilidades de inserción en el mercado de trabajo El 75% de quienes asisten al programa continúan su trayectoria laboral en la cadena, demostrando así la efectividad de la iniciativa.

Más de 150 años de trayectoria mundial

Met Life apoya a los uruguayos con donaciones sanitarias y alimentarias

BAJO LA PREMISA DE QUE "LA PREVENCIÓN ES FUNDAMENTAL PARA MANTENER CONTROL SOBRE LA EXPANSIÓN DE LA ENFERMEDAD", LA EMPRESA ENTREGÓ KITS DE HIGIENE PERSONAL A 4.000 FAMILIAS, 3.000 CANASTAS ALIMENTARIAS Y RESPIRADORES DESTINADOS AL CTI DE LOS CENTROS DE SALUD

MetLife fue fundada en 1868 y ya en 1909 se convirtió en la compañía de seguros más grande del mundo y en la actualidad ostenta el liderazgo global en seguros, pensiones y administración de activos, así como diversos programas de beneficios para empleados, prestando servicios a 100 millones de clientes individuales y corporativos en más de 40 países y ocupando una posición de liderazgo en Estados Unidos, Japón, América Latina, Asia, Europa y Medio Oriente.

PRESENCIA EN URUGUAY DESDE 1997 Y A PARTIR DE 2010 CON LA ADQUISICIÓN DE ALICO

LLEVA REALIZADAS 1.854 HORAS DE TRABAJO VOLUNTARIO EN ASENTAMIENTOS

En Uruguay MetLife está presente desde 1997 y a partir de 2010 con la adquisición de Alico, se ha convertido en nuestro país, en líder entre las compañías privadas con referencia a los seguros de vida.

En el contexto sanitario mundial, "la prevención es un pilar fundamental para mantener control sobre la expansión de la enfermedad", declara la empresa. De esta manera, MetLife y Fundación MetLife se comprometen con las comunidades en donde operan y han colaborado en Uruguay con 1.000 kits de higiene personal y para el hogar, llegando a 4.000 personas que viven en condiciones de vulnerabilidad.

Esta donación fue realizada a la ONG Techo Uruguay, con quién MetLife colabora en el marco de su programa de RSE desde hace nueve años, invirtió diez mil dólares y lleva realizadas 1.854 horas de trabajo de voluntariado en los asentamientos, en la construcción de viviendas.

Además, se contemplaron otras necesidades y "se donaron fondos para la entrega de canastas alimentarias a 3.000 familias y para la compra de respiradores destinados a los centros de salud como prevención ante un eventual aumento de casos que los requieran", expresó Guillermo Heyer, Gerente General de Metlife Uruguay.

Así, se entregaron canastas al programa CanastasUY y a la organización Solidarios Uy, junto a once empresas aseguradoras, a través de AUDEA (la Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras), se destinaron 4.500 dólares para la compra de respiradores y kits de protección para el SINAE, alcanzando a unos 1.200 médicos.

En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, MetLife Uruguay con el apoyo de la Fundación MetLife puso en marcha junto a DESEM Jóvenes Emprendedores Junior Achievement el programa educativo "Socios por un Día" llegando con una capacitación intensiva a cargo de profesionales de diferentes áreas de la empresa a 60 jóvenes alumnos de dos instituciones de enseñanza y realizando una donación de seis mil dólares, buscando introducirlos en el mundo del trabajo durante una jornada completa con el objetivo de prepararlos para el futuro.

En cuanto a los objetivos mundiales, la empresa pretende reducir el 30% del impacto ambiental para 2030 con la dotación de 58 mil millones de dólares en inversiones responsables que incluyen energía ecológica, infraestructura y vivienda asequible.

En este sentido, es la primera compañía aseguradora en unirse a la Coalición Mundial de Innovación por el Cambio de ONU Mujeres y signatarios de los Principios de Inversión Responsable respaldados por la ONU16, y la primera con base en los Estados Unidos en firmar los Principios de Empoderamiento de las Mujeres de la ONU, signatarios del acuerdo de CEO Action for Diversity & Inclusión, del acuerdo de Catalyst CEO Champions For Change.

A través del programa Met Helps, la empresa promueve la relación ética y transparente con todos sus interlocutores, las metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable; el cuidado de los recursos ambientales, la diversidad y la reducción de las desigualdades sociales.

MetLife

Protegemos lo más valioso de tu vida.

SEGUROS DE VIDA
SEGUROS DE VIDA CON AHORRO
SEGUROS DE ACCIDENTES PERSONALES
SEGUROS DE SALUD
SEGUROS GENERALES
SEGUROS CORPORATIVOS
SEGUROS DE VIDA CRÉDITO

0800 2700 - 2903 3030
atencion.clientes@metlife.com.uy

f/MetLifeUruguay
www.metlife.com.uy

Amaszonas Uruguay

La única aerolínea uruguaya y su función en los vuelos humanitarios

EN 58 VUELOS HUMANITARIOS, LA AEROLÍNEA REPATRIÓ 2.340 EXTRANJEROS Y 2.348 URUGUAYOS. ENTRE LOS PLANES SE ESPERA LA LLEGADA DE LA SEGUNDA AERONAVE, VOLVER A LOS VUELOS DIARIOS A AEROPARQUE, ASUNCIÓN, SANTA CRUZ DE LA SIERRA, Y SOLICITAR EL VUELO DIRECTO A LIMA - PERÚ

Amaszonas Uruguay asumió durante la pandemia un rol fundamental en los vuelos de repatriación, los cuales permitieron el reencuentro de 4.690 familias.

Ante los cierres de fronteras con Argentina y Brasil, la empresa uruguaya debió ajustar su presupuesto y plan de expansión al igual que todas las aerolíneas del mundo. No obstante, la experiencia de poder trabajar codo a codo con el gobierno en las misiones humanitarias fue un reto que se asumió con responsabilidad, pese a la pandemia.

EL DR. SERGIO LEÓN, GERENTE GENERAL DE AMASZONAS URUGUAY, JUNTO A LA TRIPULACIÓN DEL EMBRAER 190 Y PASAJEROS REPATRIADOS

SE INICIÓ UN PLAN DE RECUPERACIÓN DE LA CONECTIVIDAD

"Es una experiencia que nos llenó de orgullo y satisfacción. El profesionalismo con el que Uruguay manejó el tema para repatriar a todos los compatriotas y que Amaszonas Uruguay como única aerolínea uruguaya fuera parte de la solución, es algo que nos llenó de satisfacción y orgullo. Saber que pudimos aportar nuestro grano de arena para que más de 2.348 familias uruguayas y 2.340 familias extranjeras se encuentren, nos hizo sentir que caminamos en la senda correcta, más si consideramos que desde hace cinco años, luchamos para sostener la operación en Uruguay", expresó el Dr. Sergio León, Gerente General de la empresa.

Luego de cumplir con éxito 32 vuelos humanitarios, se inició un plan de recuperación de la conectividad en forma escalonada. La compañía inició la denominada "Operación Burbuja" entre las capitales que mejor manejaron la pandemia: Montevideo y Asunción.

La operación fue conseguida después de muchas reuniones bi –nacionales entre las cancillerías, autoridades aeronáuticas, de salud y bajo estrictos protocolos de bio seguridad coordinados entre ambos estados. Finalmente se inició en el mes de setiembre, y para el mes de noviembre se tiene planificado el incremento de las frecuencias a dos vuelos semanales ente Montevideo - Asunción (martes y jueves) con conexión a Santa Cruz de la Sierra y uno a San Pablo los días sábado con conexión a 30 destinos dentro del Brasil, gracias a nuestro convenio con Gol.

A pesar de que hemos operado durante todo este periodo, no han sido sencillos estos meses. La pandemia del Coronavirus nos golpeó muy fuertemente al igual que a toda la industria aeronáutica.

El hecho de que el Uruguay aún mantiene restricciones tales como el ingreso solamente de uruguayos o residentes, produjo una drástica caída en la venta de pasajes y esto a su vez detuvo nuestro plan de expansión. En términos generales hoy estamos con un 90% del personal en seguro de paro total o flexible y un 10 % en condiciones especiales.

Miramos hacia adelante, y queremos seguir apostando por el Uruguay. Nuestros planes no se detienen, los adaptamos a la nueva normalidad y lo trabajamos fuertemente", concluyó Sergio León.

En los nuevos planes de Amaszonas Uruguay, y a medida que se vayan abriendo las fronteras, se espera el arribo de su segunda aeronave Embraer 190, volver a los vuelos diarios a Aeroparque, Asunción, Santa Cruz de la Sierra, reforzar la ruta a San Pablo y solicitar el vuelo directo a Lima - Perú.

También se prepararon los vuelos de temporada, planificando las operaciones a playas y balnearios del Brasil, del Caribe y por supuesto esperamos la decisión del gobierno respecto de Punta del Este.

En ese sentido, la aerolínea de bandera dispuso un protocolo de bio seguridad con fuertes medidas de seguridad sanitaria.

DERES

EMPRESAS POR EL DESARROLLO SOSTENIBLE

25/11

CONFERENCIA DERES

10:00HS.

AUDITORIO ANTEL

POR UN URUGUAY SOSTENIBLE

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

SPEAKERS → CHARLAS → FINANCIANDO LA SOSTENIBILIDAD → CEREMONIA

AUSPICIAN

CEMENTOS ARTIGAS · Coca-Cola FEMSA URUGUAY · SECURITAS · fucac · PNUD · UPM · Unilever · GREEN CLIMATE FUND

APOYAN

FNC Fábricas Nacionales de Cerveza · SALUS · MKGroup. · umuntu