

CARLE & ANDRIOLI

CONTADORES PÚBLICOS



De la intuición a la acción

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

Nuestro Estudio, desde un inicio, en forma intuitiva, desarrolló prácticas socialmente responsables, aunque no conociendo el concepto en sí mismo y realizando acciones que no seguían un plan específico.

En el año 2003 participamos en la primera edición del Índice de Responsabilidad Social Empresarial fundado por ACDE, y de ahí en más lo hicimos en todas sus ediciones. Ello nos ha permitido contar con resultados del Índice, informes de diagnóstico de nuestra firma, estadísticas sobre percepción de los ciudadanos y ejemplos de Buenas Prácticas empresariales.

En el 2004 nos integramos a DERES, que nos aportó herramientas de utilidad como el Manual de Primeros Pasos y el Balance Social, capacitación mediante talleres y la posibilidad de integrar diferentes comisiones de trabajo junto a empresas referentes en el tema.

En julio de 2006 realizamos nuestra primera Memoria de RSE y estamos concluyendo la segunda, de la cual presentamos en forma resumida los programas de acciones y nuevos desafíos en relación al personal, empresas clientes, comunidad y Medio Ambiente.

El personal

Actualmente trabajan en el Estudio 19 personas, de las cuales el 68% son mujeres y la edad promedio es de 30 años.

En la Visión y Misión del Estudio, elaborada en conjunto por la Dirección y el personal, se considera prioritaria la participación, capacitación y trabajo en equipo de los integrantes.

El programa respecto al personal comprende entre otros:

- Desarrollo y comunicación clara de la estructura organizativa, así como de valores y principios éticos mediante un Código de Conducta que incluye además la firma de un compromiso de confidencialidad por parte del personal.
- Encuestas anuales internas confidenciales y participación en Great Place to Work. En el 2005 obtuvimos la Mención Pymes de mejor lugar para trabajar (Great Place to Work).
- Plan de capacitación interna y externa, brindando beneficios a quienes apunten a mejorar su formación.

Las empresas clientes

Las acciones que estamos desarrollando en nuestra actividad respecto a quienes prestamos servicios refieren a:

- Relacionamiento documentado y estrictamente confidencial con las empresas.
- Conocimiento de las necesidades de los clientes, sistemas de monitoreo del servicio y atención de reclamos y sugerencias.
- De acuerdo a recomendaciones de la Comisión de Ética Profesional del Colegio de Contadores, se mantiene la realización de propuestas por escrito de nuestros servicios profesionales. Una vez que son aceptadas las mismas se emiten las cartas de compromiso correspondientes.
- Desde el año 2005 se suministra carta de compromiso de confidencialidad a las empresas clientes, donde nos obligamos a mantener estricta reserva referente a toda la información y documentación a la que tenemos acceso.
- En nuestro Código de Conducta se incluyen en forma expresa el mantener estrictas prácticas transparentes en las relaciones con los clientes y prestar solo los servicios para los que se posee capacidad profesional y entrenamiento técnico.
- Además de los estándares establecidos por "Geneva Group" (red internacional de firmas de Auditoría y Consultoría que integramos) y las normas internacionales de auditoría, en mayo de 2005 nuestro Estudio se ha incorporado al Registro de Auditores del Banco Central del Uruguay.
- A partir de julio de 2007 estamos iniciando el trabajo para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, para lo cual contaremos con el apoyo de una consultora.
- Se planifica además reinvertir en capacitación, equipamiento y software para mantener una adecuada prestación del servicio.

CARLE & ANDRIOLI CONTADORES PÚBLICOS



De la intuición a la acción

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

La comunidad

A partir del 2006 definimos un programa respecto a las acciones comunitarias.

Se incluyen:

Contribuciones a proyectos que atienden situaciones de pobreza; servicios profesionales sin costo a proyectos sociales; actividades de apoyo a pequeñas empresas y emprendedores; dentro de los proyectos a los que contribuimos se encuentran el taller infantil “Rincón de Todos”, el Departamento de Rehabilitación del Hospital Vilardebó y “Un Techo para mi País”; con el aporte del personal y del Estudio y con la participación de los integrantes y familiares hemos realizado la construcción de dos casas de emergencia de “Un Techo para mi País” (en julio 2006 y en junio 2007), las que nos han resultado experiencias muy enriquecedoras; brindamos asesoramiento contable sin costo al Taller para personas con capacidades diferentes, a “Un Techo para mi País” y a proyectos sociales vinculados a empresas clientes; a partir del 2006 uno de los integrantes del Estudio es Facilitador del Programa GADE (Grupos de Actividad Dinámica Empresarial) de ACDE y desde el presente año participamos en Endeavor como mentores; para promover su desarrollo y mejora de gestión brindamos charlas y realizamos artículos para pymes y emprendedores.

El Medio Ambiente

Atendiendo a una preocupación cada vez más presente a nivel social, nos hemos propuesto también acciones que contemplan el cuidado del Medio Ambiente. Las mismas comprenden:

Uso racional de recursos; cuidado del Medio Ambiente en nuestra actividad; difusión de la importancia del tema; compromiso con principios específicos; nos incorporamos en el 2006 como patrocinantes de Repapel, proyecto de educación ambiental que se realiza con escuelas públicas de escasos recursos; adicionalmente mediante cartas de invitación convocamos a diferentes empresas clientes para adherirse a ese proyecto y cinco de ellas se han sumado; además de participar en seminarios respecto al cuidado del Medio Ambiente, buscamos promover el uso racional de los recursos, como reducir el consumo de energía y agua; en el desarrollo de nuestra actividad procuramos cumplir y difundir los principios del Pacto Mundial de la ONU, al cual hemos adherido, referentes al Medio Ambiente (principios 7 a 9) en el sentido de que las empresas deben: mantener un enfoque preventivo orientado a la protección medioambiental, adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental, favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el Medio Ambiente; considerando las características de nuestra firma, los desafíos en esta área están orientados a sumar esfuerzos con otros actores ya sea formando redes, apoyando proyectos específicos o integrando organizaciones que promueven el tema.



CENTRAL LANERA URUGUAYA



2.500 familias y sus colaboradores

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

La creación de Central Lanera Uruguay (CLU) responde a una necesidad empresarial del productor ganadero.

Coordinar la cadena agroindustrial de la lana, que es lo sustancial de la misión de Central Lanera, da respuesta a una necesidad de eficacia en toda la cadena y en particular de los productores laneros.

Por lo tanto nuestra responsabilidad social primaria es hacia esos productores, que agrupan a 2.500 familias y sus colaboradores.

Al nivel del primer eslabón de la cadena (los productores) se les proporciona un precio de mercado, obteniendo un mismo precio a igual calidad y finura.

También se les apoya técnicamente en variados programas realizados en forma directa por CLU, o a través de otras instituciones como el Secretariado Uruguayo de la Lana.

La segunda etapa de la cadena son las cooperativas primarias zonales, que nuclea a los productores y les prestan una variedad de servicios, como venta de insumos, arriendo de maquinarias para el laboreo, asistencia técnica y otros servicios de acuerdo a los otros rubros que maneja el productor.

La tercera etapa: la industria de lavado, cardado y peinado, hasta llegar al tops o lana peinada, en cuyo estado se exporta la mayor parte de la lana en Uruguay. Central Lanera cuenta con una industria actualizada técnicamente, con certificación ISO 9000 versión 2000, con un laboratorio certificado por la Interwoollabs, instalado en la ciudad de Florida, pionero en lo que se refiere a tratamiento de efluentes, con gran prestigio en el mundo en lo que se refiere a la calidad de sus productos.

Buenas Prácticas en destaque

Desde el año 2004 Central Lanera participa en el Índice de Responsabilidad Social Empresarial que elabora ACDE, y que desde el 2006 es el Índice Nacional de Responsabilidad Social Empresarial. En el 2004 participó en la encuesta a los funcionarios de Great Place to Work, de clima organizacional.

Las acciones específicas se dividen entre las dirigidas a los productores y las orientadas a la comunidad. Mil de los 2.200 remitentes a Central Lanera son pequeños productores, a los que la cooperativa otorga una serie de ventajas. Por ejemplo, tienen una línea de prefinanciamiento, es decir que acceden a un crédito que ninguna institución les daría.

Central Lanera ha desarrollado programas específicos de apoyo a pequeños productores, con el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (Fida) y la Corporación Nacional para el Desarrollo. En la actualidad se está ejecutando otro con las Intendencias Municipales, para financiarles pasturas y enseñarles a producir corderos pesados.

Con respecto a la comunidad, una premisa es el respeto al Medio Ambiente, fundamental cuando se opera una industria. Lanera Piedra Alta (de CLU) está en la cuenca del río Santa Lucía, por lo que la operativa se hace bajo un estricto control y monitoreo ambiental. Todos los productores de CLU invirtieron un millón de dólares propios, sin ningún tipo de ayuda, para que la planta tuviera un tratamiento de efluentes con todas las garantías medioambientales. El hecho de que la mitad sean pequeños productores con restricciones económicas da mucho más valor a esta inversión.

Otras acciones de responsabilidad social son canalizadas a través de las cooperativas de base, que solicitan diversas colaboraciones para sus comunidades.

Con respecto a la sociedad en su conjunto, Central Lanera respalda el programa Huertas Orgánicas de la fundación Logros. Este programa se desarrolla en las escuelas rurales, enseñando a producir. Es decir, está en el ambiente y con la gente del campo, donde viven los protagonistas de la cooperativa. Los propios productores hacen un aporte económico adicional a este programa, a través de descuentos en sus liquidaciones.

CENTRAL LANERA URUGUAYA



2.500 familias y sus colaboradores

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

Para jóvenes

Desde el año 2004 Central Lanera y las Cooperativas Agrarias Federadas (CAF) desarrollan un programa para jóvenes empresarios ganaderos. Está orientado a los jóvenes que están pensando en independizarse de su familia, que arrendaron un campo, están armando una pequeña empresa o realizan servicios en la zona.

El programa, que es gestionado por CAF, ofrece capacitación y apoyo para que ese espíritu emprendedor pueda desarrollarse. Es una iniciativa necesaria, que supone plantar una semilla a futuro.

En la actualidad, con el consulado de Nueva Zelandia en Uruguay, se facilita el acceso a un programa de becas de trabajo en ese país. Central Lanera se encarga de la difusión y, si su familia es remitente, les financia el pasaje, que los participantes repagan con el fruto de su trabajo. Es una gran oportunidad, porque los jóvenes acceden a un contrato de trabajo por un año en predios ganaderos, donde adquieren conocimientos que aplicarán al regreso.

Para estos jóvenes también se está preparando un paquete de negocios, adecuado a sus características: tienen poco capital, pero a su vez ganas de trabajar, creatividad, empuje y manejan las formas de comunicación modernas.

Cultura

Otro aspecto de la responsabilidad social tiene que ver con la cultura y el patrimonio. En ese aspecto, una acción trascendente fue la recuperación del edificio sede de la cooperativa, declarado patrimonio histórico.

Central Lanera, junto al Secretariado Uruguayo de la Lana y la cooperativa Calsal apadrinaron el Monumento a la Producción Ovina, obra del escultor Octavio Podestá instalada en la intersección de las rutas 3 y 31, en los accesos a la ciudad de Salto. El monumento fue inaugurado en julio de 2004.





El entretenimiento y la emoción de colaborar

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

Las Buenas Prácticas empresariales que destacamos, son las siguientes:

- Unicef
- Al Cine por Primera Vez
- Apoyo con infraestructura a las Universidades para diversos eventos
- Funciones a beneficio para diversas instituciones
- Concurso de Iniciativas (a nivel interno de la empresa)
- Nueva Política a favor del Medio Ambiente

Unicef: Todo por los Niños: A partir de este año, durante dos meses, por cada pack vendido de pop y refresco se donan a Unicef \$ 5. Esta acción se realiza en los tres complejos de cines. Es el tercer año que Cines Hoyts apoya a Unicef.

Entendemos que Unicef es una organización que ayuda a muchos niños a nivel nacional, pero no desde una perspectiva asistencialista, sino educando y formando a chicos que no tienen los medios necesarios. La acción que hace Cines Hoyts es una acción doble, por lo siguiente: por un lado es la gente que compra los packs y por otro lado es la empresa la que dona el dinero. Durante la campaña percibimos que la gente apoya esta iniciativa con gran entusiasmo.

El trabajo comienza seis meses antes. Las personas involucradas son todos los chicos de los complejos de cine y siete administrativos de la empresa. Los beneficiados son todos los chicos que Unicef apoya.

El impacto este año se midió por la cantidad de packs de pop y refresco vendidos durante los dos meses que duró la campaña. Esperamos seguir con esta acción los próximos años.

Al Cine por Primera Vez Próximo a Navidad, se invita, en conjunto con las Intendencias de Maldonado y Montevideo, a miles de niños de barrios carenciados a ver una película, en general por primera vez en su vida. A cada chico, con el apoyo de empresas reconocidas en el medio, se les da una bolsa con regalos.

Al Cine por Primera Vez es una acción que se realiza anualmente desde el año 2000. Es un orgullo para la empresa poder ver los rostros joviales de los niños cuando vienen al cine. La elegimos como una Buena Práctica desde el momento en que tomamos conciencia de que por un momento podemos ayudar a muchos chicos a tener la posibilidad de venir al cine por primera vez.

El trabajo comienza tres meses antes. Las personas involucradas son todos los chicos de los complejos, más empresas que hacen donaciones, más cinco administrativos y personas de las Intendencias de Maldonado y Montevideo. Las personas beneficiarias son casi 3.000 niños de zonas carenciadas que se acercan al cine a ver una película.

El impacto se mide por la concurrencia de ese día, así como la respuesta de las empresas al hacer las donaciones. Esperamos seguir con esta acción en los próximos años y tener el compromiso de más empresas que se sumen a la iniciativa.

Concurso de Iniciativas Esta modalidad se da internamente dentro de la empresa. Es un reconocimiento anual a las iniciativas. Se evalúan las mismas para todas las áreas.

El Concurso de Iniciativas fue establecido por primera vez este año. Consideramos que es muy importante

CINES HOYTS



El entretenimiento y la emoción de colaborar

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

porque fomenta la creatividad y entusiasmo de todos los empleados por igual, sin distinción del área a la que pertenecen. A fin de año se premian las tres mejores iniciativas como reconocimiento.

El trabajo empieza un año antes. Las personas involucradas son todos los empleados y directores de la empresa. Todos, también, son beneficiarios.

El impacto se mide por la adhesión a la propuesta. Esperamos que la gente se involucre y se siga haciendo esta práctica los próximos años.

□ **Nuevo Plan a favor del Medio Ambiente** En estos momentos la empresa desarrolla las pautas de un programa integral de acciones a favor del Medio Ambiente, que será puesto en marcha a fin del año 2007.

Nuestra palabra

Las siguientes son algunas de las opiniones de los propios funcionarios de Cines Hoyts sobre las Buenas Prácticas señaladas.

-“Nos encantó poder ayudar a Unicef, y más ver la reacción de la gente al explicarle en qué consistía la campaña”.

Nicolás Perez, Encargado de los complejos de Montevideo.

-“Fue muy grato poder organizar esta acción, que llamamos Al Cine por Primera Vez. Todo el esfuerzo se vio reflejado en cada una de las sonrisas de los chicos”.

Virginia Paternostro, Asistente de Marketing.

-“Me parece bárbaro el reconocimiento e incentivo que se logra con el Concurso de Iniciativas. Creo que es un estímulo importante”.

Mariela García, Encargada de Compras y Mantenimiento





Porque...nos encanta llevarte. Ponemos ganas y corazones

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

El siglo XXI nos trajo una seguridad: la de estar viviendo una época en la que constantes cambios de las reglas de juego, que se suceden vertiginosamente, nos obligan a diseñar nuevas estrategias, mediante la aplicación no solo de conocimientos, sino además de una importante dosis de creatividad.

Los uruguayos no estábamos acostumbrados a un mundo tan exigente. En el último tiempo, a unos más, a otros menos, a nivel personal, empresarial o de la sociedad en su conjunto, los acontecimientos del exterior y de nuestro país, nos sacudieron y continúan haciéndolo.

Inmersas en este panorama, las empresas que han sido eficaces en su actividad y permanecen, juegan un rol fundamental para la vida del país todo. El hacer de CITA es un claro ejemplo de la importancia que la Dirección le otorga a esta premisa. Nunca ha escatimado la presencia de varios de sus integrantes en ámbitos tripartitos, representando a la empresa, la Asociación o la Cámara a la que está afiliada. En estos últimos años, cuando ha sido un objetivo del Gobierno generar esos ámbitos, para tratar los aspectos más diversos de las distintas actividades de los uruguayos, en cada instancia la empresa estuvo contribuyendo, buscando los mejores logros para todos. Y en cada instancia recogió el reconocimiento de los distintos actores sociales vinculados al proyecto.

Empresas como CITA mantienen fuentes de trabajo, algo tanpreciado en el mundo entero y, si además su gente trabaja sintiendo que es valorada y está en el lugar indicado, pueden ser ejemplos a seguir, para reconvertir el humor nacional y teñir de optimismo la mirada hacia el futuro.

Así es CITA, la empresa de transporte de pasajeros que, manteniendo una política de recursos humanos que viene desarrollando desde la década del 80, junta ganas y corazones de sus más de 200 colaboradores y mantiene firme su compromiso con cada uno de los pasajeros que, día a día, la eligen para llegar seguros y tranquilos a su destino.

La magia está en todos y cada uno de los integrantes de la organización, cuyos vínculos se basan en el respeto, la solidaridad y la lealtad, valores, entre otros, que permiten alcanzar la confianza imprescindible para obtener un relacionamiento sano, en muchas oportunidades disfrutable y siempre humano, tanto en el terreno laboral como en el personal. Ello es percibido y valorado por nuestros clientes, quienes en encuestas, notas o en forma personal, resaltan el trato personalizado que reciben y lo potencian como uno de los más importantes motivos de elección de nuestra empresa a la hora de viajar.

La eficiencia está en el encare profesional del quehacer cotidiano, fundamental en una empresa de servicios, en la que los clientes asisten al proceso de elaboración y su resultado, junto y simultáneamente con los mismos responsables de generarlo.

Los ingredientes son variados:

- **Capacitación para conocer la empresa**, la importancia de los clientes proveedores internos, las reglamentaciones que nos rigen, para visualizar el entorno y, en detalle, cada tarea, para estar preparados a enfrentar los cambios de un mundo tan dinámico.
- **Participación en un alto grado**, a través del aporte de ideas que se incentiva y siempre es bien recibido; en la recolección y entrega de datos sobre la competencia, las nuevas necesidades que se generan en el área de influencia, las actividades de las localidades que servimos o de la consulta a los involucrados en las tareas para diseñar cambios o dar respuesta a situaciones nuevas.
- **Comunicación efectiva de una política consistente que se transmite y difunde a todos los niveles**. Desde el día de la entrevista de selección, siguiendo por el del ingreso, se asegura que cada integrante de la empresa conozca claramente hacia dónde debe orientarse y cómo debe caminar para pertenecer a un equipo que tiene como meta alcanzar la excelencia en el servicio que presta. Ello permite una mayor fluidez de comunicación con el cliente, sin necesidad de burocratizarla, tornándola más ágil y directa y contribuye a que, hablando todos el mismo lenguaje con los usuarios, éstos perciban un mensaje coherente indicando lo importantes que son. Los clientes nos pagan el sueldo: el 50% de lo que percibimos es por sonreír.
- **Compañerismo**, que se traduce en un verdadero sentimiento de familia, que contiene y apoya en los



Porque...nos encanta llevarte. Ponemos ganas y corazones

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

momentos que alguien lo necesita, sustentado por una médica laboralista que además actúa como asistente social y facilitadora no solo del empleado sino también de su familia.

- **Apoyo a la comunidad**, como resultado de todo el potencial que tenemos para dar, no solo a través de programas elaborados que desarrollamos, sino también a través del ejemplo y los mensajes que diariamente enviamos, recorriendo las rutas nacionales, cumpliendo con respeto las normas establecidas y deteniéndonos a marcarlas cuando percibimos desviaciones que podemos colaborar en solucionar.

La Responsabilidad Social crece desde el interior de la empresa; el esfuerzo comprometido y diario de todas las personas que trabajan en ella nos permite creer en lo que hacemos. El notorio aumento de los accidentes de tránsito nos impulsó a participar e impulsar políticas de educación y prevención de accidentes. Junto al Automóvil Club del Uruguay, en su campaña de Seguridad Vial, colaboramos en la instrucción a escolares de todo el territorio nacional.

Con el equipo de Policía Caminera venimos cumpliendo un programa de charlas en escuelas y liceos de los Departamentos de Canelones, Florida y San José, trasmitiendo las conductas a observar por el niño y el adolescente en su calidad de peatones, así como partícipes en la conducción de birodados.

A su vez, también en el ámbito educativo, se reinició el programa de apoyo a escuelas públicas de las diferentes ciudades y localidades que servimos, mediante el programa "CITA con la Historia", permitiendo que los alumnos de 6to. año, mediante un paseo didáctico, tengan acceso a aspectos históricos, culturales y los medios de comunicación más actualizados.

Orgullo de pertenecer

- **Involucramiento**: como corolario de todas las acciones desarrolladas, demostramos que cada integrante del equipo es el valor agregado, lo diferente y fundamental para ser exitosos.
- **Respeto y reconocimiento a los que forjaron nuestra cita**: cada integrante del equipo que se jubila sigue siendo parte de nuestro equipo. Los jubilados siguen participando activamente de las realidades, avances y cambios en nuestra empresa. No podemos olvidar que con sus manos se forjó la Nueva CITA, por lo cual son convocados cada día de CITA, cada fin de año para despedirlo y en cada evento importante que nuestra empresa realiza. A su vez, sus manos están estampadas en la pared de nuestro taller principal como reconocimiento, referente y testigo de que no debemos olvidar nuestro pasado si queremos construir el mejor futuro para nosotros, para nuestros pasajeros, para nuestra comunidad y para nuestro país.

Todos tenemos claro que CITA será tan grande como lo sea su gente, y que nuestro lugar de trabajo es una oportunidad para crecer como profesionales de lo que hacemos pero también para ser mejores personas, aprendiendo de nosotros mismos, unidos en torno a un objetivo común.

Solo así tendremos clientes satisfechos, seguros y leales, que nos permitan continuar con éxito en nuestra responsable tarea de trasladar personas en una comunidad que nos reconozca y nos apoye para seguir creciendo.



CIRCULO CATÓLICO



La alianza con una OSC

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

En el marco del acuerdo ACDE-BID, el 30 de mayo de 2007, se firmaron los preacuerdos por los cuales diversas Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), empresas y ACDE llevarán adelante alianzas cuyos objetivos concretos corresponden al ejercicio de la Responsabilidad Social de todas las partes intervinientes.

Una de las alianzas OSC y empresas fue entre el Círculo Católico del Uruguay y la Asociación Civil Don Bosco.

El Círculo Católico tiene como objetivo atender en forma prioritaria la promoción y prevención de la salud.

La decisión fue apoyar a la Asociación Civil Don Bosco, con acciones de atención primaria, a través de médicos Pediatra y de Familia, controlando a todos los usuarios del centro. Nuestros médicos establecen el contacto con la Policlínica del Ministerio de Salud Pública de la zona, cuando se advierte una necesidad, y coordinan las consultas para los niños con sus médicos tratantes.

Además, no desconociendo la incidencia y prevalencia de la violencia doméstica en nuestra sociedad, trabajamos con nuestro equipo de técnicos creado especialmente para abordar ese tema, con los usuarios y funcionarios de dicha Asociación.

Esta práctica está dirigida a los niños que en general no tienen aún una cobertura integral de salud, o por diversos motivos ésta no se utiliza por dificultades de acceso. El impacto directo es el beneficio para 200 niños y sus familias.





El Proyecto Bartender

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

El Proyecto Bartender, iniciativa desarrollada a partir del año 2006 en Uruguay, es llevada a cabo en varios países por Diageo, empresa líder mundial en la fabricación y comercialización de bebidas alcohólicas (tales como Johnnie Walker, VAT 69, Baileys, J&B, entre otras). El Proyecto Bartender es un programa de formación profesional para jóvenes adultos uruguayos (18 a 24 años) provenientes de hogares de bajos recursos en el área de atención en bares, restaurantes y hoteles. El mismo es gratuito para los jóvenes seleccionados.

El programa fue desarrollado por Diageo en Brasil hace más de siete años, y adaptado especialmente para nuestro país. Insume a los participantes tres horas diarias durante seis meses, con fuerte contenido práctico. Incluye pasantías no remuneradas en hoteles y restaurantes antes del fin del ciclo, lo que ocurre en los primeros días de diciembre. Los alumnos reciben adicionalmente formación sobre la responsabilidad del Bartender en el uso y manejo de bebidas alcohólicas, así como prácticas de ética y ciudadanía responsable, actitudes con respecto al trabajo y a la comunidad.

Basados en la experiencia de Brasil, esperamos lograr con el programa una tasa de empleo superior al 80% con el inicio de una carrera estable de los jóvenes y no solamente a un trabajo informal o temporario.

Lo que Diageo pretende con este proyecto es:

- Colaborar con la comunidad** a través de la generación de empleo y darle una oportunidad a estos jóvenes de un empleo formal.
- Brindar a nuestros empleados **la satisfacción de colaborar** con el desarrollo de personas.
- Beneficiar a los propietarios y gerentes de bares, restaurantes, hoteles y discotecas, proporcionándoles **mano de obra capacitada y llena de entusiasmo**.
- Otorgarle a nuestra industria, **profesionales con formación** que no van a olvidar este primer paso.



CURTIEMBRE BRANÁ

(GRUPO ZENDA)



Programa Curtir la Vida

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

La filosofía de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es nueva en Zenda. Comenzó hace muchos años con acciones puntuales de apoyo a nuestros colaboradores y a organizaciones de la comunidad, y continuó desplegándose a través de los programas de calidad y Medio Ambiente que formaron el núcleo de la evolución del concepto de RSE en la empresa.

Siempre ha habido una genuina preocupación por mejorar la calidad de vida de las personas que integran la organización. A su vez, se trabaja intensamente para desarrollar las actividades empresariales respetando e integrando el entorno, generando alternativas para el tratamiento de los efluentes, utilizando energías alternativas y diseñando procesos productivos sustentables.

La continuidad de una línea de trabajo basada en estos conceptos ha permitido el desarrollo de una política de RSE integrada al negocio, con una visión amplia del alcance y del rol responsable que la empresa asume frente a la sociedad y Medio Ambiente.

Para nosotros la RSE es parte de la estrategia empresarial. Regida por valores éticos, promueve la calidad de vida de los colaboradores internos y sus familias y, junto a los actores externos, busca la transformación efectiva del país.

Nuestros programas de RSE tienen un foco interno y otro externo. A continuación presentamos uno de nuestros programas internos.

El Programa

Curtir la Vida es uno de nuestros Programas de Responsabilidad Social y tiene como objetivo promover los hábitos saludables y mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Servicio Social de la Industria de Rio Grande do Sul

A partir del año 2003, Zenda es invitada a participar en un proyecto dentro del marco de las Naciones Unidas y el Servicio Social de la Industria de Rio Grande do Sul, SESI-RS, cuyo objetivo es la promoción de la salud y la prevención de las adicciones. Desde entonces, el Programa Curtir la Vida se viene realizando en la empresa y la estrategia reside en un trabajo centrado en la prevención y promoción de los hábitos saludables.

Se identifican tres niveles de acción de acuerdo a los tipos de hábitos y comportamientos detectados, identificados como verdes, amarillos y rojos. Las **áreas verdes** simbolizan una vida saludable que incluye la práctica de deportes, alimentación balanceada, equilibrio entre trabajo y familia e integración en la sociedad de manera saludable. En las **áreas amarillas y rojas** se encuentran aquellos hábitos poco saludables tales como adicciones, sedentarismo, mala nutrición, entre otros, para los cuales hay que implementar otras estrategias como el tratamiento y la rehabilitación.

Nuestro enfoque está centrado en el desarrollo del nivel del **área verde** en el que, de acuerdo a un muestreo realizado en el año 2004 y 2006, se encuentra una importante porción de las personas. No obstante, no se debe descuidar la intervención de aquellas situaciones enmarcadas en las áreas **amarilla y roja**.

Motivamos e incentivamos a nuestra gente para que sigan un camino saludable que incluya deportes, nutrición adecuada, higiene diaria y vida en familia.

El Programa Curtir la Vida promueve algunos aspectos del ser humano mediante una mayor participación de las personas que se encuentran en el **área verde**. Actualmente estamos trabajando en la promoción de hábitos vinculados a la buena nutrición, higiene bucal, deportes y familia.

A continuación detallamos los subprogramas que conforman Curtir la Vida.

CURTIEMBRE BRANÁ (GRUPO ZENDA)



Programa Curtir la Vida

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

□ Deportes

Desde hace varios años se organiza un campeonato de fútbol interno en el que participa un alto porcentaje de colaboradores de Zenda. En el año 2005 se construyó una cancha de fútbol 7 y en el campeonato participaron más de 500 colaboradores.

Este tipo de actividades promueve el espíritu deportivo de las personas, así como determinados códigos de conducta y relacionamiento interpersonal fuera de la fábrica, además del beneficio en la salud de la persona.

A partir de la iniciativa anterior es que nos animamos a promover mayores actividades vinculadas a los deportes.

□ Celebraciones para promover la integración de las familias y las personas: “día del niño”

Como es tradición, todas las primaveras celebramos el “día del niño”. Lo celebramos durante un día entero en un espacio amplio al aire libre. Se invita a las familias de los empleados y sus hijos a compartir música, animación, juegos, espectáculos, comida, bebidas y regalos. La asistencia ronda en las 1.000 personas.

Hasta ahora estas jornadas han sido un éxito total. Consideramos que es una actividad muy positiva ya que, jugando, se transmiten valores, consignas e información importante. A modo de ejemplo, en el 2006 tuvimos un equipo de animación de 16 integrantes que diseñó todos los juegos infantiles tomando como eje temático la salud bucal.

En esta celebración participa voluntariamente un gran número de proveedores de la empresa, cambiando los regalos empresariales de fin de año por el equivalente para los niños. Se trata de un mecanismo de retribución que gratifica a un mayor número de personas y hace que la cadena proveedor/cliente tenga un sentido diferente a la luz de la RSE.

□ Celebraciones para promover la integración de las familias y las personas: Zenda Puertas Abiertas

Es una instancia en la que los familiares de los colaboradores visitan las instalaciones de la empresa, recorriendo las diversas etapas de los procesos y los lugares de trabajo.

Además, se invita al colaborador y su familia a almorzar y se entregan souvenirs a todos los participantes. Este evento promueve el acercamiento y la interacción con la comunidad interna.

En el año 2006 participaron en el evento 120 familiares.

□ Celebraciones para promover la integración de las familias y las personas: Día del Curtidor

El 28 de octubre es el Día del Curtidor y se celebra con un almuerzo especial en la fábrica. A su vez, desde hace cuatro años, se realiza un intercambio deportivo entre Zenda Uruguay y Zenda Argentina. Dicho intercambio se hace un año en cada país y, a este fin, se traslada en ómnibus a la selección de fútbol (categorías oficial y seniors). En el año 2006 participaron en el evento más de 150 personas.

Estos intercambios son muy positivos para conocer la vecina orilla y a las personas que allí trabajan. Se hace una recorrida por la fábrica y se comparte el desayuno. Luego se juegan los dos partidos y a continuación se disfruta de un almuerzo con espectáculo y entrega de premios. Finalmente, en la tarde se hace una recorrida por la ciudad y se regresa en la noche. Esta jornada promueve el conocimiento y la confraternidad entre los pares y, a su vez, para muchos, ésta es la primera salida fuera del país.

CURTIEMBRE BRANÁ

(GRUPO ZENDA)



Programa Curtir la Vida

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

□ **Celebraciones para promover la integración de las familias y las personas: cine para niños**

Aprovechando el “ocio positivo”, damos en nuestras salas de capacitación cine para niños una vez a la semana (también tenemos cursos de informática en el Programa de Capacitación). Comenzamos este año desde enero a marzo y en vacaciones de julio. La idea es mantener y complementar esta iniciativa, a la cual se le ha incorporado, a modo de ejemplo, algunas breves instancias de educación odontológicas previo a la exhibición de las películas.

□ **Consultorio odontológico**

De acuerdo a las necesidades y a la intención de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores, incorporamos al programa un consultorio odontológico de última generación, que comenzó a funcionar en septiembre de 2006. Este servicio está dirigido a todos los trabajadores y sus familias, y ofrece tanto prevención como tratamientos específicos.

La convocatoria ha sido excelente; en el mes de agosto de 2007 se alcanzó la cifra de 1.900 pacientes atendidos desde que se inició el servicio, de los cuales el 50% del total son familiares de nuestros colaboradores.

Los costos son muy convenientes para los usuarios gracias al acuerdo logrado con el odontólogo y a la inversión en infraestructura y equipamiento realizada por la empresa.

□ **Equipo de salud**

Contamos con un equipo integrado por un asistente social y un psicólogo que atiende las dificultades vinculadas a la salud física y mental, con un enfoque centrado en la prevención y rehabilitación.

El equipo de salud maneja cada caso con total confidencialidad, factor imprescindible para trabajar en un marco de confianza. Asimismo, se garantiza la estabilidad laboral a las personas que piden ayuda para superar su problema.

Además de tratar situaciones concretas, se llevan a cabo acciones generales que tienen como objetivo la prevención. Es el caso de los talleres de capacitación y educación sobre adicciones, que están a cargo de nuestros reconocidos profesionales.

También se realizan publicaciones sobre temas vinculados a las adicciones y al fomento de buenos hábitos. A modo de ejemplo, en noviembre y diciembre de 2006 se publicaron dos números acerca de los temas “consumo de alcohol responsable” y “automedicación”. Los resultados que evidencian nuestros indicadores del programa nos estimulan a continuar en este camino.

Con datos de fines del 2006, el equipo de salud atendió a 155 personas, de las cuales el 26% son familiares de colaboradores.

Un porcentaje importante de las consultas a las que responde nuestro equipo tiene que ver con adicciones y los casos de mayor complejidad son derivados a instituciones especializadas como Dianova, Manantiales y hospitales, dependiendo del caso.

Las consultas por adicciones representan el 27% del total, mientras que el 73% restante está relacionado con otros temas personales.

Respecto a los indicadores de impacto, se registra un alto nivel de éxito en los tratamientos y en la reincorporación de los pacientes a la empresa.

Apostamos a la superación de las dificultades a través del trabajo, la constancia, la cooperación, los talentos personales, la búsqueda del equilibrio entre las expectativas del colaborador y las necesidades de la fábrica, el profesionalismo de los técnicos que ayudan a la persona a clarificar la situación y a contar con herramientas para superarla.

CURTIEMBRE BRANÁ (GRUPO ZENDA)



Programa Curtir la Vida

Relevamiento Buenas Prácticas Empresariales 2007-2008

□ **Nutrición - comedor subsidiado**

La promoción de hábitos saludables y calidad de vida también tiene que ver con una alimentación adecuada. Tenemos un comedor por planta que ofrece diversos servicios a los colaboradores: desayuno o merienda (consiste en café, yogur o chocolatada con bizcochos o galletitas, según la época del año) y almuerzo o cena (consiste en consomé, entrada, plato principal y postre).

Se elabora y planifica una dieta balanceada con 15 días de anticipación para mantener un equilibrio en la alimentación del colaborador y generar un impacto nutricional positivo. Para ello, el equipo de cocina recibe una capacitación periódica.

La organización subsidia más del 50% del costo del ticket, lo cual se traduce en un almuerzo que tiene un costo para los colaboradores de 15 pesos y el desayuno es gratuito.

El número de almuerzos que se sirve diariamente es de más de 500 platos, lo que significa que en nuestros comedores se alimenta en este momento al 64% (aproximadamente) de los colaboradores.

