

EL SECTOR PRIVADO SE COMPROMETE CON LA DIVERSIDAD y la INCLUSIÓN

Los jurados, seducidos con los casos que dejan huella

El mercado de créditos de carbono avanza en Argentina



RELAJÁ

Tu verano está en nuestros planes

CONOCÉ MÁS

O consultá con tu Productor Asesor de Seguros

N° de matrícula SSN 0224

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

LA INNOVACIÓN EN LAS CIUDADES EMPÁTICAS

La innovación en ciudades empáticas es esencial para alcanzar el ODS 11. Este objetivo pretende lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Un informe de las Naciones Unidas plantea que las ciudades representan el futuro del modo de vida global. La población mundial alcanzó los 8.000 millones de personas en 2022, de las cuales más de la mitad viven en zonas urbanas. Se prevé que esta cifra aumente y que para 2050 el 70% de la población viva en ciudades.

Aproximadamente 1.100 millones de personas viven actualmente en barrios marginales, o en condiciones similares, en las ciudades, y se espera que en los próximos 30 años haya 2.000 millones más.

Sin embargo, muchas de las ciudades no están preparadas para esta rápida urbanización, y el desarrollo de la vivienda, las infraestructuras y los servicios se ven superados, lo que provoca un crecimiento de los barrios marginales o de condiciones similares.

Según la ONU, el crecimiento urbano descontrolado, la contaminación atmosférica y la escasez de espacios públicos abiertos persisten en las ciudades.

Pero no es posible alcanzar el desarrollo sostenible sin transformar significativamente la forma en que se construyen y gestionan los espacios urbanos.

En mi ponencia en México el año pasado, exploré cómo estas ciudades pueden ser agentes de cambio positivo en la era tecnológica. Defino ciudades empáticas como aquellas que priorizan la conexión humana, la comprensión mutua y la colaboración, utilizando la tecnología como aliada.

Estas ciudades se destacan por su enfoque en relaciones humanas sólidas, fomentan la empatía y la inclusión para construir comunidades más unidas. El bienestar y la sostenibilidad son fundamentales, se prioriza la calidad de vida y se adoptan prácticas respetuosas con el medio ambiente.

La integración estratégica de la tecnología es esencial. Utilizan la tecnología, incluida la inteligencia artificial, para mejorar la calidad de vida y abordar desafíos urbanos, sirve para optimizar servicios públicos y fomentar la participación ciudadana.

Resalté la importancia del ODS 11 para ciudades inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. Aunque las ciudades empáticas tienen un potencial significativo, enfrentan desafíos, como la inclusión plena y la consideración de los grupos vulnerables, que deben abordarse con acción colaborativa.

A modo de resumen, las ciudades empáticas representan un modelo de desarrollo urbano centrado en relaciones humanas, inclusión y sostenibilidad. En la intersección de empatía y tecnología, pueden catalizar un futuro urbano más justo y sostenible.

Los ejes fundamentales para el desarrollo de ciudades empáticas incluyen la promoción de la comprensión mutua, la colaboración ciudadana, el enfoque en relaciones humanas y la tecnología al servicio de la comunidad. Estos elementos son clave para construir comunidades cohesionadas, impulsar el cambio social positivo y garantizar la sostenibilidad ambiental.

Claudia Armesto

Especialista en transformación digital y cultural, sustentabilidad, innovación y *real estate*.
Consultora Empatía Comunidad.

PREMIO CONCIENCIA
12ª EDICIÓN

www.premioconciencia.com.ar

EDICIÓN ESPECIAL NBS

Directora
Silvia I. Fichman

Editor responsable
Annabella Quiroga

Coordinación Premio Conciencia
Graciela Barros

Diseño gráfico
Gabriela Fiant

Suplemento Conciencia, febrero de 2024.
NBS Bancos y Seguros
Editor: Grupo Sol Comunicaciones S.A.
Tucumán 1441 Piso 10° "A" y "B", CABA
Teléfonos: (011) 3989-7319

ISSN: 0329-5117
Las notas firmadas no representan necesariamente la opinión de los editores. Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación por el medio que fuere. Se permite, no obstante, la mención de los artículos citando la fuente.
Registro de propiedad intelectual:
N.° 5330349
Registro de marca: 1.877.020
Propietario: COMUNICARTE S.R.L.
Impresión: Deligraf Imprenta,
Carlos Calvo 2529, Munro
Precio por ejemplar: $1600.-



08 El sector privado se compromete con la **DIVERSIDAD** y la **INCLUSIÓN**

04. Los jurados, seducidos con los casos que dejan huella

12. El mercado de créditos de carbono avanza en Argentina

Ganadores 2023

14. Energía que incluye, energía que transforma
Desa

16. Programa Creer: otro proyecto de vida es posible
Cook Master

18. Mujeres en concreto: empleo local con foco en el género
Fundación Loma Negra

19. Unipyme, una plaforma para potenciar al sector
Unilever

20. De voluntariado corporativo a equipos solidarios
Sancor Salud

Visite nuestra web:
www.nbs.ar

SUMARIO

21. **Capacitar a los jóvenes para que se inserten en el mercado laboral**
Goodyear

22. **Guardianes de la vida marina: conocer para conservar**
Pan American Energy

24. **Un árbol para mi barrio**
Pomera

25. **Plantar árboles para mitigar el cambio climático**
GMF

26. **Gestión de residuos y conciencia ambiental**
Reciclando Conciencia

27. **Promoción de la economía circular a través del reciclado**
Tetra Pack

28. **Estrategias para reducir la huella de carbono**
Grupo Paolini

29. **Packaging con enfoque sostenible**
Arcos Dorados

30. **El desafío de frenar la expansión del dengue**
Pan American Energy

32. **Hacete un mimo, una invitación a la prevención**
Sancor Salud

34. **Prevenir sin vueltas, una iniciativa contra el cáncer**
Prevención Salud

35. **Un consultorio móvil para promover la atención sanitaria**
Fundación Boreal

36. **Promoción de la salud para prevenir adicciones**
Pan American Energy

38. **Financiación del acceso a la movilidad sustentable y las energías limpias**
Bancor

40. **Contribuir a la inclusión con financiamiento de impacto**
Comafi

41. **El desafío de empoderar a los jóvenes**
Banco Patagonia

42. **Créditos para acceder a la vivienda propia**
Bancor

44. **Una segunda vida para materiales recuperados**
La Segunda

46. **Educación financiera para todos**
Banco Municipal

47. **Una green week para contribuir a la toma de conciencia**
Zurich

48. **Más licencias familiares para una sociedad más igualitaria**
Provincia Seguros

49. **Seguros inclusivos y conciencia aseguradora**
Prudential

50. **Una campaña para mantenerse activos**
Grupo Sancor Seguros

51. **Las postas del camino de la prevención**
Provincia ART

Edición 2023

LOS JURADOS, SEDUCIDOS CON LOS CASOS QUE DEJAN HUELLA



En esta edición los miembros del jurado destacaron la perseverancia de las empresas para sostener campañas en el tiempo y, a la vez, buscar soluciones creativas.

Opinan:
María Alvarez Vicente, Juan Pablo Martínez, Pablo Crimer, Agueda Andersen, Leonardo Gómez López, Claudio Farabola, Marcelo Corti, Martín Galanternik

Me pareció muy interesante que la mayoría de los casos son llevados adelante por empresas que tienen un compromiso sostenido con las temáticas, es decir, que hacen a su propósito como compañías", señala María Alvarez Vicente, directora ejecutiva del Consejo Publicitario Argentino.

En esta nueva edición de los Premios Conciencia, la mayoría de los jurados destacaron el nivel de compromiso que encontraron en las empresas para profundizar las soluciones sobre las que vienen trabajando.

Juan Pablo Martínez es analista de Responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Siglo 21. "Lo más relevante en varios casos fue la evolución de las iniciativas en el tiempo. Es decir, su sustentabilidad en términos de maduración y mejora de los programas con resultados realmente transformadores, tanto organizacionales como las redes virtuosas de articulación con otras instituciones de la sociedad civil y el Estado. Una temática que me resultó muy importante fue la inclusión laboral de sectores vulnerables que tienen en cuenta la perspectiva de género y las competencias que generaron algunas propuestas en los miembros de las empresas", señala.

Para Martínez hacia adelante "sería interesante potenciar la presentación de casos que hayan dejado una huella y una modificación organizacional más allá de una campaña de concientización".

Pablo Crimer, del estudio Bruchou Funes de Rioja y especialista en temas ambientales, apunta: "Lo que me llamó la atención este año fue la sofisticación de las propuestas de los postulantes, el especial hincapié que han hecho no sólo en aspectos ambientales, sino también en cuestiones sociales de relevante sensibilidad; así como el foco que han hecho en poder demostrar el cumplimiento de los objetivos de las propuestas con resultados parametrizados, para que puedan mensurarse y evaluarse correctamente".

Los jurados de Eco House Global quedaron impresionados por la pasión y el compromiso evidentes en los casos presentados este año: "Cada empresa participante demostró un firme compromiso con la creación de oportunidades socioeconómicas en sus comunidades. Además, nos impresionó cómo varias empresas lograron este cambio estructural mediante la implementación de estrategias innovadoras y sostenibles, demostrando que pequeñas acciones por muchas personas logran grandes cambios".

"Para las próximas ediciones de los Premios Conciencia, nos gustaría ver una mayor presencia de la temática de la economía circular y la innovación tecnológica como pilares fundamentales de los proyectos presentados", aportan.

Agueda Andersen es coordinadora de la Red Internacional de Promotores ODS (RIPO). "Me llamó la atención, gratamente, el aumento de casos vinculados a acciones referentes a la inclusión de las mujeres, igualdad de género y personas privadas de libertad. Además, la priorización de calidad de vida acompañada de nuevas regulaciones referentes hacen del nuevo desafío de visibilidad ambiental un paradigma de acción inclusiva", señala.

→ "Para futuras ediciones me gustaría ver proyectos que utilicen tecnologías emergentes de manera creativa y efectiva para crear un impacto positivo en las comunidades y en el medio ambiente como, por ejemplo, la inteligencia artificial, la biotecnología, la energía renovable, entre otros."

Diversidad e innovación

Desde la Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático (RAMCC), Leonardo Gómez López cuenta: "Me sorprendió positivamente la diversidad e innovación en las soluciones propuestas para abordar desafíos sociales, económicos y medioambientales.

Desde proyectos enfocados en la inclusión social y laboral de comunidades marginadas hasta iniciativas que buscan reducir el impacto ambiental a través de prácticas sostenibles. Me gustaría enfatizar en esto último que nombro, el compromiso de cada empresa u organización con su proyecto, lo cuál me hizo dar cuenta de que, por más que se esté participando de un concurso, realmente existe una conciencia y responsabilidad con cada caso".

"Para futuras ediciones me gustaría ver proyectos que utilicen tecnologías emergentes de manera creativa y efectiva para crear un impacto positivo en las comunidades y en el medio ambiente como, por ejemplo, la inteligencia artificial, la biotecnología, la energía renovable, entre otros", señala Gómez López.

Claudio Farabola es director general de la Cámara Italiana y CEO de la Eurocámara argentina y destaca que "las propuestas del 2023 fueron más innovadoras y originales con respecto a los años anteriores, hubo fuertes compromisos de las empresas con los lineamientos de la Agenda 2030 global, y también asomaron de pymes".

"Me gustaría poder ver proyectos que tengan impacto directo en el desarrollo de la empresarialidad y el autoempleo como aporte al cambio de la cultura social actual, marcada desde hace tiempo por el asistencialismo y la desvalorización del esfuerzo personal".

Marcelo Corti es director ejecutivo del Centro de Desarrollo Sustentable GEO de la Facultad de Ciencias Económicas (UBA). Contestado sobre lo que más le llamó la atención, contestó: "La variedad de proyectos e iniciativas presentadas. Es interesante porque demuestra el amplio compromiso que están tomando las compañías para con la sociedad, con sus propios colaboradores y con nuestro planeta. Precisamente, sabemos que el desarrollo sostenible busca este equilibrio, por lo cual esa fue mi mayor impresión, basada también en mi experiencia como miembro del jurado".

Corti plantea para las próximas ediciones: "Sería bueno que se presenten iniciativas vinculadas a las finanzas sostenibles, economía verde o transición justa. Si bien en algunos casos se han presentado en alguna de estas temáticas, la realidad es que el sector privado cada vez se da más cuenta de las posibilidades de negocio que genera ser sustentable.



En ese sentido, incentivar a que se presenten casos con esas temáticas impulsará aún más la acción".

Martín Galanternik es director de la Asociación MINU, una ONG dedicada al desarrollo de programas que promueven la inclusión y la participación de jóvenes en la sociedad.

"En la edición 2023 de los Premios Conciencia vi muy buenos proyectos integrales relacionados a la salud y a la conservación ambiental; me llamaron la atención por su enfoque multidimensional y trabajo conjunto con organizaciones especialistas en esas temáticas. Me gustaría que haya más proyectos que apunten a la mejora de la calidad educativa en nuestro país y otros que promuevan una participación activa de las juventudes en las discusiones y políticas públicas".

"En la crisis medioambiental actual necesitamos iniciativas que apunten en forma eficiente a la reducción y tratamiento de residuos, sobre todo de los centros urbanos", refuerza María Alvarez Vicente.

UNA DÉCADA DE GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE.



Nuestro compromiso es cuidar el bienestar integral de las personas y ser una empresa cada vez más sustentable.

Accedé a nuestro
10° Reporte de sustentabilidad

Grupo SanCorSalud 50 Años | sancorsalud.com.ar | 0810-555-SALUD (72583)

ASOCIACIÓN MUTUAL SANCOR SALUD inscripta en el Registro Nacional de Entidades de Medicina Prepaga (R.N.E.M.P.) bajo el número 1137.
Superintendencia de Servicios de Salud - Órgano de Control de Obras Sociales y Entidades de Medicina Prepaga - 0800-222-SALUD (72583) - www.sssalud.gob.ar



Premio Conciencia

Crecimiento sostenible

EL SECTOR PRIVADO SE COMPROMETE CON LA **DIVERSIDAD** *y la* **INCLUSIÓN**

CRECE LA CANTIDAD DE EMPRESAS QUE DESARROLLAN PROGRAMAS PARA CONTRIBUIR A LA INSERCIÓN LABORAL DE MUJERES Y JÓVENES DE SECTORES VULNERABLES.

Opinan:
Andrea Pastrana, Mariana Petrina, Agustina Zimmermann, KPMG, Mauricio Canineo

La inclusión laboral es uno de los mayores desafíos que enfrentan las sociedades latinoamericanas. De acuerdo con datos de la CEPAL, en 2022, 81,7 millones de personas de entre 15 y 59 años de nueve países de la región se encontraban fuera del mercado laboral. De ese total, el 70%, es decir, 57,1 millones eran mujeres.

A la vez, el desempleo en los jóvenes sigue estando al tope de los problemas laborales en Argentina y en la región. En América Latina el promedio de los jóvenes desocupados llega al14,4% de acuerdo a cifras divulgadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En el país trepa al 18%.

Para oscurecer aún más el panorama, el 60% de los jóvenes que trabajan lo hacen en el mercado informal con bajos salarios, baja productividad y sin derechos laborales.

→ "El rol del sector privado es fundamental para fomentar la diversidad y la representación dentro de las organizaciones. Al valorar y celebrar las diferencias individuales, se crea un entorno más equitativo y enriquecedor que refleja la variedad de perspectivas, individualidades y experiencias presentes en la sociedad."

Escaso optimismo

Cada año KPMG Internacional realiza la encuesta a mujeres ejecutivas conocida como *Global Female Leaders*. En la muestra se recogen opiniones acerca de sus actividades como empresarias, cuestiones de liderazgo, equidad, ESG, diversidad e inclusión. También se tiene en cuenta los manejos de crisis, tecnología, y perspectivas del negocio de las economías de sus países y del mundo. En la última edición se encuestó a 835 mujeres de más de 80 países, de las cuales 24 fueron argentinas.

En el tema de diversidad e inclusión, casi un tercio de las ejecutivas argentinas cree que se ha desacelerado el avance que se había conseguido en los últimos años. En cambio, hay un consenso mayoritario del 62% acerca de que mejorará el desempeño de las organizaciones en los próximos tres años, un porcentaje menor al recibido de respuestas en el mundo, que fue del 76%.

En cuanto al tiempo que consideran que se podrá alcanzar la igualdad de género en la máxima conducción de las empresas, las expectativas son muy bajas: sólo el 13% de las más optimistas ejecutivas argentinas estiman que sucederá en un término de cinco años. Y a nivel global se obtuvo el doble de respuestas optimistas, con un 27%.

Otro dato interesante es que un poco más de la mitad de las encuestadas argentinas (58%) respondió que en su organización perdura aún un "club de viejos muchachos" que es determinante en las decisiones corporativas, una valoración que a nivel mundial fue del 51%. De todas maneras, los esfuerzos por alcanzar las metas de inclusión y diversidad en el mundo empresario parecen estar dando frutos, según se desprende de todas las respuestas. Un 63% de las empresarias argentinas dijo tener apoyo a sus carreras profesionales a través de una red de líderes femeninas y del *networking;* y el 58% cree que hay una mayor transparencia a tener salarios equitativos con relación al hombre.

Por su parte, Andrea Pastrana, socia líder de Diversidad en KPMG Argentina, manifestó: "La encuesta refleja bien las limitaciones y desafíos que tienen que enfrentar las mujeres cuando asumen responsabilidades de liderazgo. En materia de diversidad no es sólo decir cómo pasar a la acción, sino también cómo contagiar al resto de las empresas y a la sociedad, en general, de la necesidad de avanzar hacia la equidad de género en el mundo de los negocios. Además, está comprobado que redundan en un ambiente laboral más seguro, aumenta el compromiso de los equipos, atrae mejores talentos, propicia la creatividad y la adaptación a un entorno dinámico con mejores decisiones y más diversas que impactan positivamente en el trabajo y el resultado económico."

Belleza por un futuro

Son varias las iniciativas que se llevan adelante en Argentina desde el sector privado para promover la inclusión laboral.

Desde hace ocho años, L'Oréal cuenta con el programa *Belleza por un futuro* en alianza con Fundación Pescar Argentina. A través de este programa, la compañía brinda cursos de capacitación gratuitos en las profesiones de peluquería y maquillaje a personas en situación de vulnerabilidad social. Lo hace con el fin de ayudarlas a mejorar su calidad de vida a través de su inserción en el mundo laboral formal, en un mercado que represen-



"Esta clase de acuerdos colaborativos entre universidades y empresas resulta estratégica para lograr un mayor alcance a jóvenes con meritocracia que quieran recibir una formación superior."

ta más de 120.000 puestos de trabajo.

"El programa *Belleza por un futuro* responde de manera directa a cuatro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas: facilita el acceso a trabajo decente a personas en situación de vulnerabilidad por medio de un programa de educación de calidad, de esta manera colabora en la reducción de las desigualdades sociales existentes y a la erradicación de la pobreza", detalla Mariana Petrina, directora de Comunicación Corporativa, Sustentabilidad y Asuntos Públicos.

Los cursos que se brindan son de alta calidad. Incluyen 400 horas de capacitación en maquillaje y 500 en peluquería, dictados por profesionales asociados a las marcas que acompañan el programa: Maybelline, Vogue, L'Oréal Paris, L'Oréal Professionnel, Matrix.

Desde su creación en 2016, ya lleva 1.700 personas graduadas, de las cuales el 80% ya tienen un empleo formal, ya sea en relación de dependencia o a través de un emprendimiento propio.

Además, promueve la contratación de las personas graduadas entre clientes y proveedores de la compañía. Así, en más de una oportunidad las graduadas del programa han trabajado directa o indirectamente para L'Oréal.

"El rol del sector privado es fundamental para fomentar la diversidad y la representación dentro de las organizaciones. Al valorar y celebrar las diferencias individuales, se crea un entorno más equitativo y enriquecedor que refleja la variedad de perspectivas, individualidades y experiencias presentes en la sociedad", dice Petrina.

"Al mismo tiempo, la inclusión impulsa la innovación y la creatividad. Al contar con equipos diversos, se generan debates y enfoques variados que estimulan la generación de ideas nuevas y la resolución creativa de problemas", refuerza.

"La diversidad de pensamiento y experiencia dentro de la organización les permite comprender mejor las necesidades de los clientes y adaptarse de manera más efectiva a un entorno empresarial dinámico".

En Argentina, Fundación Cimientos, ACNUR (la Agencia de la ONU para los Refugiados), Fundación Pescar y Fundación San Genaro son las organizaciones que recibieron ayuda económica de L'Oréal para llevar adelante sus programas con foco en mujeres.

A través de Cimientos, 40 mujeres fueron seleccionadas en 2022 para recibir una beca para estudiar en la Universidad de la Matanza.

En cuanto a ACNUR, recibió la ayuda para *Nosotras conectadas,* una iniciativa que busca favorecer la incorporación laboral de mujeres refugiadas menores de 40 años en el sector IT por medio de capacitaciones en herramientas digitales. El programa, que llevan adelante el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la asociación civil Diagonal, cuenta ya con más de 100 mujeres capacitadas.

Desde el 2023 apoyan al programa que se dedica a la capacitación a mujeres para que se desarrollen en tecnología: *Women in Technology*, que se realiza en Córdoba, Salta y Munro.

La Fundación San Genaro desarrolla el programa Hacedoras y busca lograr la independencia de 70 mujeres jefas de hogar en la localidad de Ojo de Agua (Santiago del Estero). Esta iniciativa se llevará a cabo a través de capacitaciones que se dictarán en forma de talleres enfocados en manualidades, y los complementará con capacitaciones en técnicas de emprendimientos. Esto se realiza con un *partner* clave, Mujeres 2000, que es una asociación civil que busca promocionar el desarrollo comunitario de barrios de recursos escasos mediante estrategias que impulsen su progreso social, cultural y económico. La iniciativa está planificada a cinco años, y para el 2024 la fundación apunta a sumar a más mujeres de otras localidades.

Fomentar la igualdad de oportunidades

Otras empresas que comparten una iniciativa para fomentar la igualdad de oportunidades son Pirelli y UCEMA, quienes lo hacen enfocadas en la educación superior. Buscan potenciar el talento de jóvenes de recursos limitados a través del programa de *Becas Pirelli-UCEMA*. "Esta clase de acuerdos colaborativos entre universidades y empresas resulta estratégica para lograr un mayor alcance a jóvenes con meritocracia que quieran recibir una formación superior. Además, enriquece el semillero natural del que se nutren las empresas para incorporar talento. Esta alianza adquiere aun más relevancia, si se tiene en cuenta el aporte a la mejora de nuestra sociedad", mencionó Agustina Zimmermann, directora de Desarrollo Institucional y Alumni de UCEMA.

"El apoyo a este programa académico es parte de nuestro compromiso con el país, a través de la formación e inserción laboral de los futuros profesionales que son necesarios para el desarrollo y el crecimiento de la industria local", afirma

Mauricio Canineo, CEO de Pirelli Argentina.

El programa otorga becas de estudio a jóvenes egresados del bachillerato de hasta 21 años de edad con buen rendimiento académico, provenientes de colegios con altos subsidios del Estado y colegios parroquiales en las zonas cercanas a la planta de Pirelli en el partido de Merlo. Los estudiantes seleccionados tienen la oportunidad de realizar pasantías remuneradas en la empresa Pirelli durante el tercer y cuarto año de sus carreras.

También la Fundación Empujar, que nuclea a varias empresas, busca promover y potenciar la inserción laboral. Para conseguirlo otorga 500 becas totalmente gratuitas para que jóvenes de entre 18 y 24 años en estado de vulnerabilidad puedan conseguir su primer empleo formal.

El programa *Tu empleo* está impulsado por la fundación junto a una red de más de550 empresas. El objetivo es que los jóvenes adquieran herramientas que potencien sus habilidades laborales y puedan encontrar trabajo. En los cursos, los grupos de jóvenes aprenden a redactar su currículum, presentarse a una entrevista laboral y reconocer derechos laborales, tipos de trabajo y contratos.

Una vez terminado el curso, los jóvenes egresados acceden a labolsa de empleo exclusiva de la fundación por medio del programa de intermediación laboral que oficia de puente entre las empresas que ofrecen vacantes.

En 2022 a través del programa *Tu empleo* capacitaron a 648 jóvenes. Además, mediante el programa #IT capacitaron en Desarrollo Web Full Stack a 154 chicos.

En 2022, el 78% de los egresados logró conseguir un empleo y el 48% consiguió ingresar al mercado formal, lo que se traduce en 340 empleos formales conseguidos, de los cuales 78% fueron intermediados por la fundación Empujar.



Prudential Seguros S.A.
Atención al asegurado: 0800-777-7783
atencionalasegurado@prudential.com
Prudential Seguros
www.prudentialseguros.com.ar
Prudential
Nº de inscripción en SSN 0694
Atención al asegurado 0800-666-8400
Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn
SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Bolsa digital

EL MERCADO DE **créditos de carbono** AVANZA EN ARGENTINA

RECIENTEMENTE SE LANZÓ LA BOLSA ARGENTINA DE CARBONO, UNA PLATAFORMA QUE FACILITA LAS OPERACIONES DE COMPRA Y VENTA DE CRÉDITOS.

Opinan:
Adrián Cosentino, Julieta Artal Conte

De cara al 2024 el mercado financiero argentino busca abrirle espacio a las operaciones sustentables. El último paso en ese sentido fue el lanzamiento de la Bolsa Argentina de Carbono (BACX), una plataforma innovadora que facilita el comercio de créditos entre los actores que buscan reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero.

La intención es que esto sea una herramienta que facilite la transición hacia una economía verde en el país y que puedan utilizarlo tanto las empresas como las personas para compensar sus emisiones negativas.

Un crédito de carbono negociable equivale a una tonelada de dióxido de carbono, o la cantidad equivalente de un gas de efecto invernadero diferente, que ha sido reducido, secuestrado o evitado.

Esta iniciativa local es respaldada por ACX, la primera bolsa digital de carbono con más de 16 millones de transacciones.

"La bolsa ayudará a acelerar la acción climática de nuestro país con innovación y transparencia de vanguardia, con el objetivo de acelerar las metas de reducción de emisiones públicas y privadas", afirmó Adrián Cosentino, expresidente de la Comisión Nacional de Valores (CNV), quien está al frente de la BACX.

Cosentino expresó que Argentina "necesita herramientas financieras que le permitan llegar a todos los sectores y fondear la transición hacia una economía libre de emisiones". Y a eso sumó: "Para ello, el mercado voluntario ofrece instrumentos financieros para invertir en la transición ecológica hacia la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y reemplazar con créditos de carbono de calidad que permitan compensar a nivel nacional e internacional".

ACX recibió inversiones significativas del Deutsche Börse y del Abu Dhabi Wealth Fund, de esta manera se consolidó como la primera bolsa de carbono totalmente regulada que conecta a los participantes del mercado voluntario de carbono (VCM) mundial para negociar contratos de créditos de carbono de manera transparente.

Bonos sustentables

En paralelo a esta iniciativa, las emisiones de bonos verdes y sustentables avanzan en

el mercado local. Según un informe de BYMA (Bolsas y Mercados de Argentina) al cierre de noviembre de 2023, el Panel de Bonos Sociales, Verdes y Sustentables quedó conformado por un total de 61 valores negociables, un 61% de incremento con respecto al total acumulado al 2022.

El monto total de la deuda etiquetada en el Panel desde su lanzamiento en 2019 a la fecha ya supera los 1.500 millones de dólares, esto es un 36% de aumento con respecto al total al cierre del año pasado.

En 2023 se aceleró la velocidad de desarrollo que tuvieron las finanzas sostenibles en el año previo. Con 23 colocaciones se batió un nuevo récord en cantidad de emisiones. Esto superó en un 35% las operaciones del 2022.

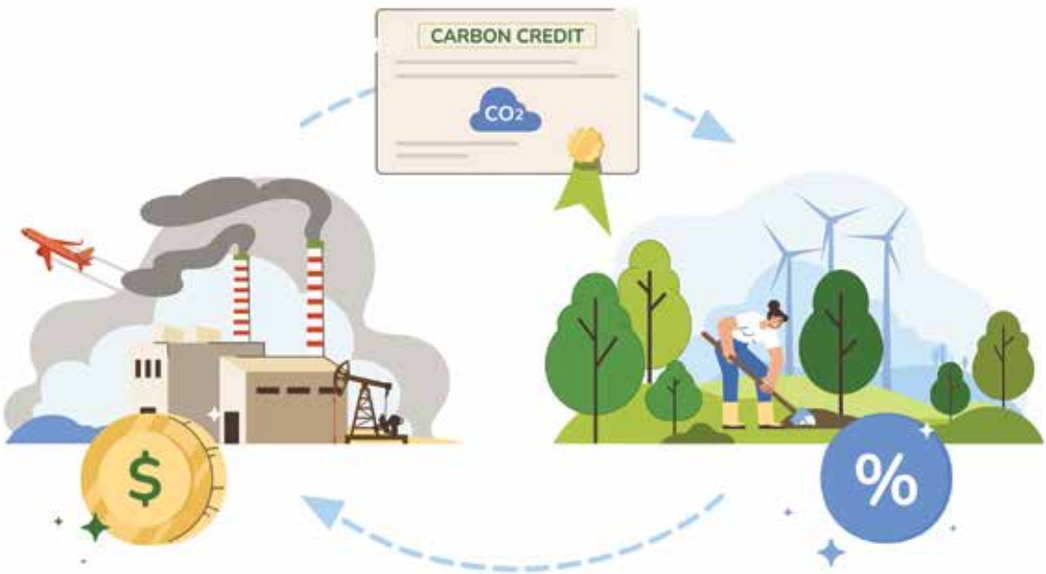
Otro dato destacado es que las emisoras se volcaron en mayor medida al financiamiento de proyectos categorizados como "verdes", que representan un 70% del total de emisiones del año pasado.

Entre las nuevas emisoras, varias son del sector gubernamental: municipalidad de Godoy Cruz, provincia de Mendoza, provincia de La Rioja y el gobierno nacional. Y una de ellas es la asociación civil Pro Mujer, que otorga créditos de libre disponibilidad destinados a mujeres con micro y pequeños emprendimientos en ciertos rubros.

Pro Mujer se suma al grupo de asociaciones civiles que vienen financiándose en el mercado a través de Bonos SVS desde 2021. Por su parte, la ONG Sumatoria volvió a realizar emisiones de este tipo en 2023, luego de haber emitido en 2022 y 2021.

Las organizaciones que emitieron en 2023 provienen de una variedad de sectores: empresas (57%), gubernamental (29%) y asociaciones civiles (14%). Varias emisiones fueron realizadas por una misma emisora. Una organización emitió cinco valores negociables (Genneia) y hubo casos de asociaciones civiles que realizaron dos emisiones (PRO MUJER).

Contemplando el total de bonos emitidos desde el lanzamiento del Panel (2019-2023), el 62% corresponde a bonos verdes, 23% a bonos sociales y 15% a bonos sustentables.



Cartera verde

Los Green Bond Principles (GBP) definen a los bonos verdes como cualquier tipo de bono en el que los fondos se aplicarán exclusivamente para financiar, o refinanciar, ya sea en parte o en su totalidad, proyectos verdes elegibles, nuevos o existentes y que se encuentren en línea con los cuatro componentes principales de los GBP.

De los 61 bonos que existían al cierre de 2023, el 50% corresponde a obligaciones negociables (30 emisiones). El resto se distribuye entre: obligaciones negociables pymes CNV garantizadas (trece emisiones), obligaciones negociables pymes (seis emisiones), títulos de deuda (seis emisiones), fideicomisos financieros (cuatro emisiones), letras (una emisión) y fondo común de inversión cerrado inmobiliario (una emisión). Como novedad de 2023, se suman las letras como nuevo instrumento de emisión SVS.

"Desde BYMA tenemos muy claro nuestro propósito: Transformar la inversión en trabajo y desarrollo. Estamos enfocados en contribuir con la evolución del mercado de capitales y el acceso al financiamiento. Al igual que lo realizado hasta ahora, seguiremos brindando herramientas, poniendo a disposición productos y desarrollos, y acompañando con capacitación y concientización a los participantes. La sustentabilidad es una prioridad", expresó Julieta Artal Conte, responsable de Gobierno Corporativo y Sustentabilidad de BYMA.

Días atrás, Genneia, la compañía líder en generación de energías renovables de Argentina, colocó su 11ª obligación negociable (ON) verde por un monto equivalente a 15 millones de dólares, tras recibir ofertas por más de 89 millones de dólares.

Con esta acción, la empresa reforzó su posición de liderazgo en el mercado argentino de bonos SVS, donde hasta la fecha ha emitido bonos por un valor cercano a los 700 millones de dólares.

Las órdenes provinieron, en su mayoría, de inversores privados e institucionales interesados en proyectos sustentables que generan un impacto positivo en el medio ambiente y ayudan en la mitigación del cambio climático. Esta operación se realizó bajo la coordinación de Macro Securities como organizador, mientras que Macro Securities, Banco Santander, Banco BBVA, Banco Patagonia, Facimex, MAX Capital y Banco Macro actuaron como colocadores.

DESA
ENERGÍA QUE TRANSFORMA

Categoría: **Inclusión y empleo**
1º PREMIO

Energía que incluye, **energía que transforma**

Energía que incluye es una iniciativa de la empresa de distribución y comercialización de energía eléctrica DESA que, mediante sus distribuidoras EDEA, EDELAP, EDEN y EDES en la provincia de Buenos Aires y EDESA en la provincia de Salta, lleva conexiones eléctricas formales a los barrios más vulnerables.

"En Argentina, cerca de 10 millones de personas no tienen acceso a la energía eléctrica. Por eso creamos *Energía que incluye,* un programa que nació en 2019 para formalizar la situación de las familias que mantenían conexiones clandestinas a la red", explica Mariana Reñe, responsable de Comunicaciones Corporativas de la compañía. La iniciativa nació a partir de la idea de que distribuir energía es mucho más que instalar redes, postes y transformadores. Es también fomentar inclusión y sembrar igualdad de oportunidades..

LA COMPAÑÍA DESA LLEVA CONEXIONES ELÉCTRICAS FORMALES A BARRIOS VULNERABLES PARA DESARMAR LAS CONEXIONES CLANDESTINAS Y FOMENTAR OPORTUNIDADES DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL.



"Las empresas de energía eléctrica son percibidas como muy alejadas de la comunidad. Nosotros teníamos un camino por recorrer para entender qué es lo que más le preocupa a la gente de los barrios en los que prestamos servicios. Armamos un equipo de trabajadores sociales para salir a recorrer los barrios y vimos que la gente no quería estar colgada, quería tener luz de manera legal, porque tener luz es un pasaje a la vida socioeconómica real", describe Mariana.

"El desafío era cómo llevar este servicio a los barrios vulnerados, donde la gente no tiene los 45 millones de papeles que se necesitan para acceder a un servicio, como la última factura de teléfono o el acta de nacimiento. Entonces armamos el programa para que la gente, con un papel que certifique la titularidad del terreno en el que está viviendo, pueda hacer la obra.

Además de la conexión de luz, que muchas veces empieza por el comedor del barrio con el que colaboramos, armamos una capacitación de oficios para que la propia gente del barrio pueda trabajar en esto.

Estas capacitaciones están certificadas por la universidad, para que estas personas puedan conseguir trabajo con más facilidad", añade.

Para incluir a las familias que están fuera del sistema de la red eléctrica se armó un plan integral que involucró a un equipo de trabajadoras sociales, junto con las áreas técnica, comercial e institucional de la compañía.

Las trabajadoras sociales son las que realizaron el primer acercamiento, relevaron la situación de los barrios y realizaron un proyecto de intervención. Luego participó el área técnica, según la necesidad concreta de cada barrio, instalando redes eléctricas, colocando pilares o renovando medidores. Tras la ejecución e inclusión del vecino al sistema comercial, las trabajadoras sociales los acompañan durante 18 meses para garantizar la sostenibilidad del servicio en el tiempo. Desde su creación en 2019, Energía que incluye formalizó la inserción a la red eléctrica de más de 4.900 familias que mantenían conexiones irregulares al sistema. "Casi todas vienen cumpliendo con los pagos, hay algún caso de una familia que se atrasa, pero nadie volvió a colgarse de la luz", resume Reñe.

A cada nuevo usuario se le asigna un NIS, que funciona como referencia numérica de identificación de suministros individuales. Como parte del acompañamiento a los usuarios, les ayudan a gestionar el alta de la tarifa social, un subsidio de 150 Kw mensuales del estado provincial para usuarios de comunidades vulnerables.

Acompañamiento a emprendedores

Además, desde DESA acompañan a emprendedores locales y cooperativas sociales en el desarrollo de negocios inclusivos. El ejemplo más concreto es la Cooperativa Innovar, una organización que emplea a jóvenes bajo el régimen de patronato de liberados, que construye mensualmente los pilares premoldeados que luego la empresa instala en los domicilios de las familias regularizadas bajo este programa.

En los barrios donde se implementa Energía que incluye también desarrollan el *Programa de oficios*, un curso básico de electricidad domiciliaria destinado a mejorar la condiciones de inserción laboral de la comunidad; donde ya se capacitaron más de 700 personas.

Otra iniciativa del programa es la *La liga de la energía*, una idea pensada para que los más chicos aprendan sobre generación y uso seguro y responsable de la electricidad a través de una saga de dibujos animados; por la que ya pasaron 2.000 niños y niñas de entre seis y doce años.

A principios del 2023, Energía que incluye llegó a un barrio de asentamientos en las afueras de Chivilcoy, provincia de Buenos Aires. "Nos enteramos de que los propios vecinos lo llamaban El Olvido en alusión a un sentimiento de abandono compartido.

La iniciativa nació a partir de la idea de que distribuir energía es mucho más que instalar redes, postes y transformadores. Es también fomentar inclusión y sembrar igualdad de oportunidades.



El primero de junio finalizamos las obras de infraestructura y nos comprometimos a realizar la instalación de circuitos eléctricos intradomiciliarios y el alumbrado público en las calles de vecindad. Cuando al cabo de un mes y medio regresamos a inaugurar las obras ante la inmensa alegría de los vecinos y vecinas, nos enteramos de que rebautizaron el barrio a La Victoria. Para ellos, el sentido de pertenencia que les otorga la titularidad del servicio, la seguridad en los propios hogares, la luz que permite a los niños jugar en la calle, es sinónimo de triunfo ante necesidades insatisfechas", relata Reñe.

"'Siento que tengo algo que es mío' hemos escuchado decir, una y otra vez, a lo largo y ancho de nuestros territorios de influencia", cuenta la ejecutiva.

Cook Master

Categoría: **Inclusión y empleo**
2º PREMIO

Programa *Creer*: otro proyecto de vida es posible



COOK MASTER CONTRIBUYE A LA INCLUSIÓN SOCIOECONÓMICA DE PERSONAS PRIVADAS DE LA LIBERTAD Y LIBERADAS, ASÍ COMO DE SUS ENTORNOS DIRECTOS.

Quienes están o estuvieron privados de la libertad cuentan, en general, con escasas opciones para el desarrollo de proyectos de vida. El desafío que se puso Cook Master, una empresa de alimentación que da servicios en las cárceles, es lograr la inclusión socioeconómica de las personas que están o estuvieron privadas de la libertad. A partir de una estrategia integral, se toma en consideración los obstáculos a los que se enfrentan y se apuesta a la construcción de una sociedad con mayores oportunidades para todos, cuenta Samanta Sacaba, jefa de Capacitación de la compañía.

"Somos una empresa B certificada y en 2017 decidimos intervenir con este programa. Hay 114.074 personas privadas de la libertad en Argentina. Las estadísticas muestran que el 46,5% de los liberados vuelven a reincidir y un porcentaje similar, al salir de la cárcel, no contaba con oficio ni profesión", detalla Sacaba.

Creado por Cook Master, el Ecosistema Creer busca generar sentido de pertenencia a través de la gastronomía como herramienta de transformación social. Las Escuelas Creer son centros de formación que funcionan dentro de las unidades penitenciarias, allí los internos, hombres y mujeres, pueden capacitarse y obtener una certificación oficial habilitante para el trabajo.

"Desde la Red Creer nos articulamos en torno a la Ruta de la inclusión, una guía orientadora para la acción colectiva que aborda las diferentes dimensiones que hacen posible la inclusión socioeconómica de personas privadas de la libertad y liberadas. Así, desarrollamos más de 20 escuelas de gastronomía dentro de complejos penitenciarios. Logramos incluir a más de 100 personas en relación de dependencia y a otros los asistimos para que trabajen en proyectos de cooperativas, a las que les realizamos compras inclusivas. Además, educamos en formación gastronómica a menores de centros cerrados de minoridad.

También diseñamos un plan de comunicación anual para visibilizar nuestras acciones, la estigmatización y los resultados obtenidos. Para estos proyectos recibimos financiamiento de la Unión Europea, y fuimos elegidos dentro de 5.000 proyectos alrededor del mundo".

Cook Master ha invertido en este proyecto 5.558.823 pesos en el desarrollo de habilidades socioemocionales de los alumnos. En las 17 escuelas de gastronomía en los centros de encierro se invirtieron 100 millones de pesos. Por otra parte, en las tres escuelas para liberados invirtieron 56 millones de pesos. Además, en comunicación se destinaron 6.931.250 y otros 10.225.864 pesos se usaron para fortalecer emprendimientos. Para la inserción laboral en relación de dependencia de 105 personas desde el inicio del programa en 2017 destinaron 35 millones de pesos.

Desde que arrancaron con el programa ya educaron a 3.820 alumnos. Sólo el 0,001 son reincidentes. "Las empresas, por obvias razones, no quieren tomar personas que han estado detenidas.

Nosotros, a las empresas a las que invitamos a sumarse a la red les decimos podemos contarte cómo nos fue a nosotros, cuál son los signos a tener en cuenta, las alertas, qué programas del Estado podes usar. Por ahí dicen no puedo tomar a una persona pero sin financiar una cooperativa".

VERDE BANCOR

Comprometidos con el medioambiente

MEDIR

REDUCIR

COMPENSAR

0 tCO^2e

MEDIMOS

- **Huella de carbono DIRECTA**
- **Huella de carbono INDIRECTA**



REDUCIMOS



- **Separación y reciclado de residuos**
- **Eficiencia energética**

COMPENSAMOS



- **Adquisición de certificados:** 2500 toneladas de carbono desplazado.
- **Reforestación local:** 2,500 árboles nativos.
- **Abordaje de emisiones por consumo eléctrico**
- **Desarrollo de un bono verde para financiar granja fotovoltaíca**

SOMOS UN BANCO SUSTENTABLE

Conocé nuestras líneas de financiación con destinos ecosustentables en www.bancor.com.ar

BANCOR

EL BANCO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Seguimos haciendo

@bancodecordobaok | Banco de Córdoba | @BancodeCordoba | 351 4140000 | www.bancor.com.ar

Fundación LOMA NEGRA

Categoría: **Inclusión y empleo**
3º PREMIO

Mujeres en concreto: empleo local con foco en el género

A la hora de definir un programa de inclusión laboral, en Loma Negra optaron por apuntar a varios frentes. Por un lado, idear incentivos para revertir la baja participación de mujeres en la industria y, por el otro, resolver la necesidad de la cadena de valor de contar con perfiles técnicos capacitados a nivel local.

Para alcanzar este objetivo llevaron adelante dos iniciativas: el programa de capacitación técnica en Catamarca y el programa *Mujeres en concreto.* En la provincia norteña trabajan con jóvenes del departamento El Alto. Allí armaron un curso anual de 550 horas cátedras con prácticas en un entorno laboral real.

"Nuestra planta está ubicada en el este catamarqueño, en el municipio de El Alto. Por una cuestión histórica y familiar se suelen contratar colaboradores de Frías, una localidad ubicada en Santiago del Estero, ya que la planta antes se encontraba en esa provincia. Los colaboradores contratados de San Fernando de Catamarca suelen trasladarse a vivir a Frías, la ciudad más grande cercana. En esa localidad cuentan con escuela técnica, por lo que hay otras características profesionales de los perfiles. En el Alto hay perfiles menos definidos y sin las capacidades técnicas necesarias para cubrir determinados puestos", describe Agustín Escofet, líder de la Fundación Loma Negra.

Las capacitaciones finalizaron en mayo de 2023 con el egreso de 30 alumnos: 15 mujeres y 15 varones. Al día de hoy hay siete personas trabajando directa o indirectamente en Loma Negra. Dos mujeres trabajan como operarias en la embolsadora y un varón en el área de mantenimiento mecánico y una mujer y tres varones fueron contratados por una empresa contratista local.

Por otro lado, Mujeres en concreto contempló más de un mes de capacitación para las participantes en manejo de camiones "mixeros". De esta primera edición realizada en 2022, egresaron 12 mujeres con título habilitante para manejar estos camiones, de las cuales el 70% fue contratada para desempeñar su trabajo en Lomax.



La estructura del programa implica que las beneficiarias reciben becas de honor y las van devolviendo a medida que empiezan a trabajar. Se trata de una ocupación que, en general, paga sueldos altos.

En 2023 se realizarán dos ediciones del programa, con un total de 24 becas de estudio. La inversión alcanzó los 12 millones de pesos. Fueron proyectos articulados entre Fundación Loma Negra y el área de Capital Humano de la compañía.

"En particular, el proyecto de capacitación de mujeres conductoras logró alinear los intereses del negocio de contratación de personal calificado con la necesidad de inclusión laboral genuina.

Cuando vaya creciendo el programa en volumen iremos armando alianzas con otras empresas, para que el programa se haga cada vez más sostenible", apunta Escofet.

LOMA NEGRA BUSCA AMPLIAR LA INCLUSIÓN LABORAL DE LAS MUJERES EN EL SECTOR Y, A LA VEZ, FORMAR PERFILES TÉCNICOS PARA CUBRIR PUESTOS PARA LOS QUE HAY POCA OFERTA.

Unipyme, una plaforma para potenciar al sector

LA INICIATIVA DE UNILEVER DESTACA LA IMPORTANCIA DE APOYAR A LAS PYMES COMO AGENTES DE CAMBIO Y COMO INSTRUMENTOS PARA FORTALECER LA CADENA DE VALOR.

En Argentina representan el 99,4% del total de empresas y emplean al 64% de los asalariados registrados. Unilever, una de las principales compañías del país, tiene más de 2.000 pymes aliadas para proveer insumos y producir localmente.

Así, la multinacional creó UniPyME, una plataforma que potencia el negocio de las pequeñas empresas a través de capacitaciones estratégicas gratuitas y de consultorías especializadas. Lo que empezó siendo sólo para la cadena de valor de la compañía hoy potencia a más de 5.700 pymes de todo el país.

UniPyME diseñó capacitaciones con seis ejes: herramientas financieras, desarrollo de negocio, sustentabilidad, logística, cultura organizacional y digitalización.

A través del sitio web unipymelatam.com se accede al 100% de las capacitaciones. Según el nivel de participación de las pymes, cada una adquiere puntajes adicionales que le permiten acceder a más beneficios.

Para su implementación se generaron alianzas con organizaciones públicas y privadas de renombre, como ONU Mujeres, Sistema B, Ecolatina, IDEA, CAME, SubSePyME (Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa de la Nación) y universidades (UCA,UBA, UNSAM, UCEMA), Manpower, Escuela de Regeneración, Wytoc Digital Transformation Company, The Carbon Sink, entre otras.

En 2022, UniPyME realizó una encuesta en donde profundizó sobre los intereses, el estado de situación y las oportunidades de mejora del sector. Allí, se observó que el 79% de las pymes no han generado prácticas que promuevan la inclusión de personas LGBTIQ+. Así, junto a Human Rights Campaign (HRC), llevaron adelante un proyecto para promover la formalización de políticas y prácticas de diversidad, equidad e Inclusión en las pequeñas y medianas empresas.

Ante la pregunta sobre que le aportaría a su pyme mejorar su desarrollo de energías sustentables, buena parte de los consultados respondieron que su implementación bajaría los costos. Para dar respuesta a esto, desde UniPyME junto a Argos Energía, proporcionan soluciones integrales e innovadoras para ayudar a las pymes a identificar oportunidades de mejora en materia de consumos de energía y de transición hacia energías limpias.

La primera edición (2020) contó con 200 pymes. Hoy son más de 5.700 las que lo eligen día a día para capacitarse y formarse para el futuro. Para seguir esta línea, se aumentó significativamente la inversión, que hoy llega a 22.800 pesos por cada pyme que participa en esta cuarta edición.

Una de las empresas que participaron es Palletizate, una compañía familiar de Gualeguaychú, que vende pallets nuevos y recupera los usados. Comenzaron participando en esta plataforma y hoy son proveedores de Unilever. Ya lograron recuperar y reintegrar a la cadena productiva más de 38.000 unidades de pallets, han recuperado chapadur de grandes empresas y reintegrado alrededor de 230.000 unidades mensuales en la cadena productiva de empresas embotelladoras.

Así lo cuenta Juan Ignacio Alfaro, gerente de Palletizate: "Estas capacitaciones que tuvimos a través de UniPyME nos permitieron y nos prepararon para poder ser hoy proveedores de Unilever. Para una pyme familiar de una ciudad del interior del país es un salto cualitativo muy grande".



Categoría: **Inclusión y empleo**
MENCIÓN

De voluntariado corporativo a equipos solidarios



SANCOR SALUD TIENE UN PROGRAMA DE PADRINAZGO CON MÁS DE 1.500 COLABORADORES QUE BUSCAN PROMOVER LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EDUCATIVAS EN LAS COMUNIDADES RURALES.

Para promover la igualdad de oportunidades educativas, el Grupo Sancor Salud se propuso como objetivo apadrinar a escuelas rurales en distintas provincias del país. "Lo hacemos con el compromiso de promover condiciones de estudio más dignas e inclusivas para que los estudiantes puedan sostener el trayecto escolar", señala Florencia Alvarez, jefa de Comunicación y Sustentabilidad.

En ese camino en 2016 generaron una alianza estrecha con la APAER (Asociación Civil Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales) para apadrinar a diferentes escuelas rurales del país.

El objetivo de la compañía es apadrinar, como mínimo, a una escuela rural cada tres años, e incrementar con el paso del tiempo el número de instituciones educativas en contexto rural.

Para avanzar en el plan involucraron a los colaboradores del Grupo Sancor Salud en el programa de padrinazgo, de esta manera lograron que el compromiso sea transversal a toda la compañía.

El primer establecimiento que apadrinaron fue la Escuela N° 74 José Justo de Urquiza, ubicada en Estación Sosa (Entre Ríos). Allí acompañaron el ciclo de aprendizaje de 70 alumnos mediante la donación de útiles escolares, guardapolvos, juguetes, ropa, calzados, y otros elementos.

En 2022, ya con un total de siete escuelas apadrinadas y 653 alumnos, transformaron al voluntariado corporativo en un nuevo proyecto transversal a toda la compañía. Así surgió el proyecto Equipos solidarios, una invitación masiva a todas las gerencias con la posibilidad de que cada una elija la escuela que deseaba apadrinar.

"Logramos conformar equipos de trabajo diversos, enlazando áreas de diferentes gerencias y uniendo a todo el país por una misma causa: aportar a una educación inclusiva y de calidad", apunta Alvarez.

Cada equipo solidario tiene la responsabilidad de acompañar a una escuela particular, en la que se llevan a cabo acciones de acompañamiento en dos momentos particulares del año: mes de las infancias y cierre del ciclo escolar. Más de 1.500 colaboradores y colaboradoras de 19 gerencias diferentes del Grupo participan activamente.

El programa de padrinazgo contó con el respaldo del Grupo Sancor Salud. La inversión económica desde 2016 a 2022 estimada fue de 4.500.000 pesos, monto que fue destinado a las visitas realizadas y a los aportes económicos y materiales a las escuelas.

"El compromiso de acercarnos a quienes más lo necesitan se volvió masivo. Hoy toda la comunidad corporativa de Sancor Salud se encuentra unida para contribuir a la misión de hacer del trayecto escolar un camino digno e inclusivo que abra puertas futuras a los más pequeños", concluye.

Capacitar a los jóvenes para que se inserten en el mercado laboral

En nuestro país hay más de mil gomerías, y cada una emplea, en promedio, a cinco personas. Entonces nos planteamos lo siguiente: ¿por qué no empezamos a unir necesidades, formamos jóvenes que buscan oportunidades y los contactamos con empleadores que buscan talentos?", cuenta Paula Rivas, coordinadora de Marketing y Comunicación de Goodyear. "Al visitar frecuentemente puntos de venta y servicios, hemos detectado que hay una demanda de personal para el trabajo de atención al cliente, el área comercial y administrativa y la sección de servicios de gomería", explica.

Desde Goodyear vieron que tenían por delante el desafío y la oportunidad de poner los recursos técnicos y económicos a disposición de la comunidad para atender a esta demanda. "Sólo nos faltaba encontrar cómo hacerlo, cómo llegar a jóvenes que quieran capacitarse", comenta Rivas.

Así, empezaron a buscar organismos o fundaciones que trabajen en ese ámbito y enseguida encontramos el vínculo con la Fundación Pescar.

"Entendimos rápidamente que era el nexo que necesitábamos para llevar adelante nuestra idea", apunta Rivas. Así nació Centro Pescar Goodyear, un espacio de formación con orientación técnica para tareas operativas en el oficio de gomería y comercial en atención al cliente y formación personal.

Luego de la búsqueda de participantes, el Centro se formó con trece jóvenes de entre 17 y 29 años residentes en la zona de influencia y se llevó a cabo en un local en Banfield. La capacitación se llevó adelante durante diez semanas con jornadas de lunes a jueves.

A los jóvenes se les abonaron los viáticos para poder trasladarse al Centro los días presenciales y se les entregaron remeras de trabajo, anteojos y zapatos de seguridad, además de cuadernos y lapiceras. El monto total de la inversión en el 2022 fue de más de tres millones de pesos, con un total de nueve personas trabajando para el Centro durante los dos meses de duración.

"Les enseñamos a mejorar su autoconfianza, y estima, gestionar las emociones, comunicarse oralmente y a través de la escritura, junto con nociones sobre el lenguaje no verbal para utilizarlo de una manera correcta para el mercado laboral. También aprendieron a hacer un curriculum vitae, prepararse para una entrevista, trabajar en equipo, gestionar el tiempo. Se formaron con competencias técnicas sobre el oficio de gomería: cómo recibir a un cliente, armar una orden de trabajo, reconocer el estado de un neumático, hacer un diagnóstico inicial, saber balancearlos, reconocer el trabajo de alineación de un vehículo", explica Rivas.

EL OBJETIVO DE GOODYEAR ES BRINDAR FORMACIÓN TÉCNICA Y HABILIDADES SOCIOEMOCIONALES A JÓVENES EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD SOCIOECONÓMICA.



Cuatro de los trece chicos obtuvieron becas de Google para hacer un curso de Project Management y dos consiguieron trabajo durante la capacitación. Más del 50% de los alumnos lograron incorporarse al mercado laboral en diferentes organizaciones en menos de seis meses tras finalizar su formación, mientras que más de un 80% de los estudiantes finalizó sus estudios secundarios y otros continúan su formación en carreras terciarias y universitarias.

"Hoy pensamos en esos chicos que conocimos aquel día y quienes se graduaron dos meses y medios después, y son irreconocibles", destaca Rivas. "Podemos decir que Pescar y Goodyear cambiaron nuestras vidas, vimos en nosotros y nuestros compañeros un gran cambio positivo", dijeron Martin y Abril, dos de los estudiantes en el acto de colación.

Pan American ENERGY

Categoría: **Sustentabilidad**
1º PREMIO

Guardianes de la vida marina: conocer para conservar

Los océanos producen, al menos, el 50% del oxígeno del planeta, contienen el 80% de los seres vivos del globo y absorben alrededor del 30% del dióxido de carbono (CO_2) producido por los humanos. Sin embargo, el estado de conservación de las especies marinas es alarmante: están desapareciendo de sus hábitats al doble de la velocidad que las especies terrestres. En concreto, el 90% de las poblaciones de peces grandes, así como aves y mamíferos, se encuentran en serio riesgo de extinción.

Dentro de su plan de conservación de la biodiversidad, PAE desarrolla el programa *Guardianes de la vida marina: conocer para conservar*, en el que centra sus esfuerzos de investigación y conservación en la ecorregión del Mar Argentino. Específicamente, en tres especies que sostienen, nutren y multiplican la vida marina: tiburones, pingüinos y cetáceos. "El objetivo del programa es sensibilizar y generar conciencia en las comunidades locales para la generación de estrategias de conservación y reproducción de especies bajo amenaza", explica Leticia Figueiras, líder de Comunicación Institucional de PAE.

EL PROGRAMA DE PAN AMERICAN ENERGY SE CENTRA EN TRES ESPECIES CLAVE PARA EL ECOSISTEMA OCEÁNICO: TIBURONES, PINGÜINOS Y CETÁCEOS.



Para el trabajo con el tiburón gatopardo, PAE se alió con la Fundación Temaikén. En la primera etapa del proyecto, los equipos emplearon técnicas de marcaje y posterior liberación de los tiburones *in situ* con el objetivo de obtener información de peso y longitud de los individuos, toma de muestras de sangre y tejidos para la posterior determinación de los niveles hormonales reproductivos, y determinaciones genéticas poblacionales. A su vez, se utilizaron estaciones de video fijas con cebo, con el fin de estimar la cantidad relativa de la especie.

Desde 2022, el proyecto sumó el estudio de tres tiburones gatopardo *ex situ,* que se encuentran en el Bioparque Temaikén, con el objetivo de conocer el ciclo de reproducción de estos ejemplares y el desarrollo hormonal de las hembras.

En el caso del proyecto sobre pingüinos, la compañía eligió trabajar junto a WCS Argentina, para estudiar la ecología y biología de los pingüinos de la costa de Santa Cruz y sus problemas asociados a su conservación. Para ello se incorporó el uso de tecnología de seguimiento remoto que permiten investigar a estas especies, aún cuando se encuentran en el mar.

El objetivo del programa es sensibilizar y generar conciencia en las comunidades locales para la generación de estrategias de conservación y reproducción de especies bajo amenaza.

Por último, para el desarrollo del proyecto de cetáceos, PAE se alió con la Fundación Azara, el CENPAT-CONICET, la UNPSJB, el Municipio de Rada Tilly y la Reserva de Punta Marques. Para el análisis de la cantidad relativa y el seguimiento de los cetáceos en el Mar Argentino, se realizaron monitoreos aéreos, lo que permite identificar y conocer el recorrido que realizan las especies y los lugares donde se asientan y buscan alimento. Finalmente, se obtienen muestras de tejido de las distintas especies de ballenas, con el objetivo de conocer su estructuración genética y su procedencia.

Los recursos financieros invertidos desde 2015 en este programa alcanzan los 243.758 dólares.

Oportunidades

"El intercambio entre jóvenes alumnos, científicos y conservacionistas generó un destacado entusiasmo de la comunidad, al sentirse identificada como parte del ecosistema e impulsada a generar acciones que protejan el medio ambiente", señala la ejecutiva.

"Los indicadores de gestión se cumplieron a lo largo de estos años. La proliferación de las alianzas confirmó al ODS 17 como troncal en la búsqueda del desarrollo sostenible. Es que a partir del entusiasmo social y del interés de otras instituciones académicas y científicas se abrieron nuevas oportunidades de desarrollo del programa, tales como la restauración de especies", concluye Figueiras.

El impacto positivo

"El programa impacta directamente en la biodiversidad y en los ecosistemas para lograr el equilibrio y en toda la sociedad, al cambiar la percepción sobre la importancia de conservar el mar argentino por la condición de interdependencia", cuenta Figueiras.

En la Península Valdés y en el Parque Interjurisdiccional Marino Costero de la Patagonia Austral se alcanzaron los siguientes resultados:

- Más de 300 tiburones marcados y liberados.
- Relevamiento de peso y longitud de los individuos y niveles hormonales reproductivos.
- Estudio de las determinaciones genéticas poblacionales y la cantidad relativa del tiburón gatopardo.

Dentro del acuario de la Fundación Temaikén se lograron los siguientes objetivos:

- Tres tiburones gatopardo estudiados en el acuario.
- Más de 4.000 vecinos alcanzados.
- Más de 700 escuelas y 300 jardines alcanzados.
- Ocho universidades involucradas.

Los resultados de los estudios sobre el Pingüino de Magallanes y Pingüino Penacho Amarillo fueron:

- Dos especies investigadas con 50.000 animales alcanzados dentro de cinco colonias censadas.
- Varios individuos (34 pingüinos) con equipos de seguimiento (GLS) durante la migración.
- Pingüinos (65 individuos) equipados con GPS para estudiar los pequeños desplazamientos que realizan en busca de alimento durante la cría de pichones.
- Cien encuentros de sensibilización con autoridades, jóvenes y comunidad local y 20 jóvenes voluntarios participando de los trabajos de campo.

Sobre cetáceos se lograron lo siguientes resultados:

- 3.000 animales investigados de 12 especies.
- Cinco vuelos realizados.
- Quince salidas en embarcaciones realizadas, con 25 muestras de ADN obtenidas (ballenas y delfines) y posteriormente analizadas en el Laboratorio de Biología Genómica y Molecular de la PUCRS en Brasil.
- Elaboración de una Guía de cetáceos del Golfo San Jorge para dar a conocer la biodiversidad de la zona y la relevancia de las especies para el ecosistema.
- 500 vecinos sensibilizados.
- Diez escuelas y tres clubes alcanzados.

POMERA MADERAS

Categoría: **Sustentabilidad**
2º PREMIO

Un árbol para mi barrio



EN COLABORACIÓN CON REFERENTES COMUNITARIOS EN POSADAS, MISIONES, POMERA DESARROLLÓ ESTE PROGRAMA PARA PLANTAR ÁRBOLES AUTÓCTONOS EN ZONAS CARENTES DE ESPACIOS VERDES.

Pomera Maderas es una empresa foresto-industrial con plantaciones propias y más de 20 años de trayectoria en el mercado. Del vínculo entre Pomera y referentes comunitarios del barrio El Porvenir II, municipio de Posadas (Misiones), surgió la idea de plantar árboles autóctonos en la localidad, donde la temperatura veraniega supera los 40 ºC, la humedad del ambiente es muy elevada y los espacios verdes escasean.

"Somos vecinos de esta comunidad: termina nuestra plantación y empieza el barrio. Decidimos contribuir con el arbolado del barrio, que estaba prácticamente ausente, con una plaza sin árboles, lo mismo en el centro de salud, donde la gente hace fila en las veredas para atenderse con 40 grados al sol", sostiene Gabriela del Ristoro, jefa de comunicación del grupo Insud, vinculado a Pomera.

Los árboles maduros estratégicamente ubicados reducen la temperatura entre 2 y 8 ºC. Además, absorben hasta 150 kilos anuales de gases de efecto invernadero, filtran polvo, suciedad y humo. Son importantes para mitigar el cambio climático y mejoran la calidad del aire y, por lo tanto, la salubridad. También regulan el flujo de agua y desempeñan un papel clave en la prevención de inundaciones y la reducción del riesgo de desastres naturales. Un árbol de hoja perenne puede interceptar 15.000 litros de agua al año.

El programa "*Un árbol para mi barrio*" basó su estrategia en la interacción con líderes comunitarios y se reforzó con la alianza de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) y la municipalidad.

El programa integró un taller vecinal participativo de concientización y una jornada educativa con 300 estudiantes de primero y segundo ciclo en la escuela. Se convocó a la comunidad a participar en la plantación de los 350 árboles de ocho especies nativas, con una inversión de 5,5 millones de pesos. "Arbolamos 25 cuadras, paradas de colectivos, la plaza, la escuela, centro de salud, el mercado. Los árboles en núcleos urbanos dan calidad ambiental y de vida", cuenta del Ristoro.

Plantaron especies autóctonas: lapachos amarillos y negros, timbós, jacarandás, cedros misioneros, cañas fístola, patas de buey y guayubirás. "Hicimos un trabajo de concientización también con la comunidad, porque al tratarse de especies nativas crecen mucho más lento que otras, así que les explicamos la importancia de que cuidaran esos plantines, que cuando fueron plantados medían 1,20 metros", comentó.

En el taller de concientización, se dialogó sobre la escasez de arbolado urbano, posibles soluciones, la relevancia de contar con especies autóctonas y los beneficios del programa para el entorno y la calidad de vida.

Parte de la capacitación se dio en la escuela, donde se sensibilizó a 300 estudiantes y sus diez docentes sobre la importancia de los árboles. En la plantación participaron 40 vecinos y 50 voluntarios de Pomera y la UNaM. El proyecto requirió una inversión de 5,5 millones de pesos y benefició a 4.250 vecinos.

Plantar árboles para mitigar el cambio climático

GMF se creó en el 2005 con la misión de ser una empresa pionera en la región en la mitigación del cambio climático, con la intención de desarrollar proyectos forestales de reducción y captura de carbono. Fue la primera empresa en Argentina que diseñó un proyecto forestal de captura de carbono certificado por los organismos internacionales más reconocidos en este ámbito.

"En GMF se busca potenciar el desarrollo económico regional mediante la incorporación de actividades productivas sostenibles y se trabaja en estrecha colaboración con las comunidades locales, las universidades de cada provincia y las comunidades originarias", explica Nidia Boggio, gerente general de la empresa.

Luego de más de 15 años y de haber invertido en el desarrollo de talentos, pasó de ser una empresa de tres personas a un total de 50, logró generar empleo y capacidad instalada en las regiones y comunidades, con los siguientes resultados:

- Siete proyectos en ejecución.
- 5.049.775 de árboles plantados en 5.220 hectáreas que capturan 67.860 toneladas de CO_2/año, equivalente a compensar la emisión promedio de 22.620 vehículos/año.
- 5.673.962 de árboles conservados en un total de 8.708 hectáreas, equivalente a 11.058 canchas de fútbol.
- Proyectos en factibilidad con la potencia lidad de plantar 7.840.642 de árboles y conservar 8.840.502.

Otros desarrollos destacados de GMF se hicieron en la provincia de Corrientes y en Misiones. En la primera, el proyecto Santo Domingo y Rolo Cue. Mientras que en la segunda, el proyecto silvopastorial San Francisco.

El proyecto Santo Domingo, en la provincia de Corrientes, está diseñado para acompañar al cliente Novartis en la estrategia de compensación de su huella de carbono. Comenzó en 2007 y abarca una superficie de 3.404 hectáreas, de las cuales 2.430 hectáreas están plantadas con una proyección de captura de 451.800 toneladas de carbono. Este proyecto impulsa un mercado sostenible a través de actividades de extracción de madera y resina, contribuyendo al desarrollo económico regional.

También en Corrientes se encuentra la iniciativa Rolon Cue, en la que trabajan para aportarle soluciones ambientales Vista Oil & Gas. Iniciado en 2022, incluye 3.300 hectáreas y está previsto plantar 2.430 hectáreas, lo que permitirá capturar 775.550 toneladas de carbono. Además de la plantación forestal mixta, el proyecto incluye áreas destinadas a la conservación con corredores biológicos y preservación de la fauna y flora.

Además, en Misiones está el primer proyecto silvopastoril San Francisco. Lanzado en 2020 como prueba piloto, busca neutralizar las emisiones de gases de efecto invernadero generadas durante el proceso de producción. La estrategia consiste en plantar árboles en las parcelas destinadas al pastoreo sin desplazar a la ganadería. De esta manera, el carbono capturado por los árboles compensa las emisiones de metano del ganado. El proyecto tiene como objetivo frenar la deforestación y degradación del predio, impulsando actividades productivas sostenibles.

GMF SE DESTACA POR SU ENFOQUE EN SOLUCIONES BASADAS EN LA NATURALEZA PARA ABORDAR DESAFÍOS AMBIENTALES Y SOCIALES CON PROYECTOS CERTIFICADOS INTERNACIONALMENTE.



Categoría: **Sustentabilidad**
MENCIÓN DE HONOR

Gestión de residuos y conciencia ambiental

LA COOPERATIVA RECICLANDO CONCIENCIA IMPLEMENTA EN PINAMAR PROGRAMAS SOSTENIBLES Y DE BENEFICIO COMUNITARIO. DA TRABAJO A 40 PERSONAS.



Reciclando Conciencia es una cooperativa de trabajo de Pinamar encargada de la planta de transferencia de residuos.

Charly Méndez, uno de los fundadores y presidente de la cooperativa, cuenta que movilizados por la contaminación ambiental comenzaron en 2014 a trabajar en este proyecto: "La falta de acción gubernamental en la materia de gestión de residuos sólidos urbanos llevaba a que todo terminara en un basural a cielo abierto. Así que nos propusimos minimizar los volúmenes de residuos que llegaban ahí".

"Queríamos concientizar a la población acerca de que el problema de los residuos es transversal y, por ende, es responsabilidad de cada uno qué es lo que hacemos con ellos", señala Méndez.

"Vimos que había mucho material reciclable y no se estaba haciendo nada para ese tratamiento. Entonces armamos un grupo de 17 vecinos y amigos y los domingos hacíamos limpieza de calles y poníamos receptores en los comercios para reciclar envases de plástico", cuenta sobre los inicios.

Con el tiempo fueron estableciendo en distintos puntos de la localidad islas ambientales donde los vecinos pueden llevar materiales como papel, vidrio y cartón para reciclar. Otros materiales deben ser llevados a la cooperativa, como chatarra, metales, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, neumáticos, igual que todo residuo reciclable voluminoso.

Además de fomentar la participación ciudadana, otro de los objetivos era generar empleos verdes y cumplir con el objetivo de ser una empresa social. En una localidad turística como Pinamar es central crear empleos que se sostengan todo el año.

Así, pusieron en marcha un programa de entrenamiento para jóvenes de 18 a 23 años. Más de 120 personas pasaron por esta experiencia, y tuvieron la oportunidad de capacitarse y sumar su primer trabajo a su currículum.

Junto a esto desarrollaron un programa de reciclado en las escuelas. Desde el 2016 a la fecha ya pasaron por este ciclo más de 6.000 alumnos de diferentes niveles provenientes de escuelas y jardines estatales y privados.

Además, llevaron adelante programas de reciclado de papel con la instalación de cestos en el sector público y en el privado. También incluyeron un programa de recuperación de envases tetrabrik y un programa de huerta y compostaje.

Con este tipo de iniciativas, en pocos años pasaron de ser tres socios productivos a ser 40. Y tienen previsto llegar a dar empleo a 125 personas.

Cuentan con una planta de reciclado de residuos que está preparada para procesar 16 toneladas diarias, hoy están procesando entre cinco y siete al día. El 45% del costo operativo de la cooperativa, que es de 3,7 millones de pesos mensuales, es cubierto por la municipalidad. El resto sale de la producción de la cooperativa. "Por ahora es bastante artesanal, pero aspiramos a profesionalizarla en el tiempo", señala Mendez.

Promoción de la economía circular a través del reciclado

Desde Tetra Pak resaltan la importancia de la articulación público privada para acelerar la transición a una economía circular de los envases posconsumo.

"Es por eso que Tetra Pak propone y apoya a CEMPRE y COYS —Córdoba Obras y Servicios— que llevan adelante en la ciudad de Córdoba capital un proyecto de promoción de la recolección, clasificación y valorización de envases larga vida posconsumo", apunta Horacio Martino, *manager* de Sustentabilidad de Tetra Pak.

En este proyecto participan todos los actores de la cadena de valor: recuperadores urbanos, cooperativas, promotores ambientales, recicladores, comunidad, instituciones y la UTN Regional Córdoba. Además de Tetra Pak, el proyecto cuenta con el apoyo de compañías como Arcor, Mastellone y Cartocor.

El objetivo del proyecto en conjunto es incrementar el reciclaje de envases larga vida, mediante dos aspectos:

EN CÓRDOBA, TETRA PAK LLEVA ADELANTE UNA INICIATIVA PARA FOMENTAR LA RECOLECCIÓN, CLASIFICACIÓN Y VALORIZACIÓN DE ENVASES.



1. Asegurar su reciclaje en Cartocor e implementar un sistema de incentivos adicionales, donde cuanto más se recicla (leches larga vida, placas, chapas, cajas de cartón para recolectar y otros ecoproductos) se genera una motivación extra, al recibir un *kit* escolar confeccionado a partir del material reciclado.

2. Como subproducto del reciclaje, a través de otros emprendedores se obtienen placas y chapas de ELV reciclados, que son entregados de vuelta al COYS como ecoproductos que pueden transformarse en mobiliario o materiales de construcción. De esta manera, vuelen como beneficio para los cooperativistas que trabajan en el COYS y a la comunidad de Córdoba Capital en general, y se evita que estos materiales sean enterrados en rellenos sanitarios o tirados en basurales a cielo abierto.

Se realizó una inversión de 15 millones de pesos en este proyecto. Asimismo participaron distintas áreas, como comunicación, marketing, sustentabilidad y producción de las diferentes compañías involucradas; un total de quince personas más los equipos técnicos del CEMPRE y del municipio de Córdoba. En Córdoba trabajan 800 familias en las plantas de recuperación.

Los resultados obtenidos a partir de la implementación de las estrategias mencionadas fueron significativos tanto en términos cualitativos como cuantitativos.

Se recuperaron más de 50.000 kilos de envases larga vida en el primer semestre. Este número representa una cantidad considerablemente mayor al total de envases Tetra Pak recuperados en los últimos cinco años sumados. Esta cifra demuestra el impacto positivo de las acciones implementadas, ya que en sólo seis meses se superó significativamente la cantidad de residuos reciclados en comparación con años anteriores.

Estrategias para reducir la huella de carbono



EL GRUPO PAOLINI SE PUSO COMO OBJETIVO NO SÓLO GENERAR EMPLEO SINO TAMBIÉN UN IMPACTO POSITIVO EN LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE POLÍTICAS DE RECICLADO Y CUIDADO DEL AMBIENTE.

El Grupo Paolini implementó estrategias para evitar el consumo innecesario de plásticos. Es un grupo de empresas que, en cuanto a construcción, emplea a 1.000 personas y está presente en catorce proyectos en cinco provincias: Buenos Aires (CABA, Lobos, Olavarría, Barker y Sierras Bayas), Córdoba (Capital, Malagueño, Alta Gracia, Adelia María, Gral. Levalle, Serrano), Mendoza (Vistalba), La Rioja (Capital, Sanagasta, Chilecito) y Tucumán.

"Hace tiempo que entendemos que tenemos un propósito que va más allá de generar empleo. Buscamos generar un impacto positivo. Por eso nos alineamos a los ODS propuestos por las Naciones Unidas", explica María Virginina Pesek, gerenta de Comunicaciones del Grupo Paolini.

A partir de allí, con colaboradores y sus familiares y allegados implementaron diversas estrategias para reducir la huella de carbono y el consumo de plásticos.

En la empresa encontraron que todos los días se desechaban a vertederos comunes plásticos de un solo uso en cantidades abismales: 980 bandejas, 980 pares de cubiertos, más de 3.000 botellas, más de 600 vasitos descartables y 300 vasitos térmicos.

Además usaban 1.800 resmas de papel al año, lo que equivale a la tala de, al menos, 300 árboles y al uso de 55.000 litros de agua.

"Con el foco puesto en ser neutros en nuestras emisiones de carbono para 2030 y para contar con el 100% de nuestros obradores sostenibles, comenzamos a trabajar en etapas desafiantes pero alcanzables", sostiene Pesek.

La primera etapa del proyecto tiene tres ejes: reducción del uso de plásticos, de papel y cuidado de los suelos. "Para fines de 2022 nos propusimos reducir en un 50% la utilización de papel, contar con composteras en el 80% de nuestras sedes, reciclar el 100% de las botellas plásticas y haber reemplazado el 70% de los descartables por una opción sostenible", comenta.

Para fines de 2023 los planes incluían ser neutros en el consumo de árboles para papel, desarrollar en el 70% de las sedes un espacio de huerta y árboles frutales, además de reducir en un 50% el uso de botellas plásticas.

"Instalamos en todas las sedes tachos de basura diferenciados por color para separar los residuos, eliminamos los tachos individuales, capacitamos sobre cómo separar y generamos convenios para entregar los plásticos y papeles desechados".

También hicieron una fuerte campaña de digitalización con capacitaciones, invertieron en Google Workspace, eliminaron impresoras individuales e implementaron procesos de trabajo colaborativo. Además, digitalizaron documentos y donaron el papel en desuso.

Reemplazaron los vasos descartables y botellas plásticas por dispensarios, jarras, tazas cerámicas y jarros térmicos reutilizables. Cambiaron bolsas descartables por unas reutilizables de friselina y otras para envíos con material biodegradable. Compraron cubiertos reutilizables y reemplazaron en algunas de las sedes las bandejas plásticas por unas de vidrio y, en otro caso, por unas compostables. Se invirtió por única vez en impresión de cartelería, composteras, material reutilizable, kits escolares, nuevos tipos de bolsas, lápices compostables, un total de 1.660.000 pesos.

Packaging con **enfoque sostenible**

La iniciativa de diseñar nuestro plan de *packaging* con enfoque sostenible responde a desafíos ambientales y sociales apremiantes. Nos motiva el inminente cambio climático, la creciente problemática de los residuos a nivel global y la necesidad de alinear nuestras operaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas", detalla Gastón Domínguez, jefe de Desarrollo de Packaging de La Serenísima.

Durante el 2022, la empresa consumió 25.000 toneladas de envases para empacar y distribuir sus productos. De las 25.000 toneladas, aproximadamente 12.000 toneladas estaban compuestas por plástico (PE, PET, PS y PP), conocidos por su impacto ambiental negativo. Adicionalmente, 7.000 toneladas de packaging consistían en papel y cartón, mientras que otras 6.000 toneladas eran de madera.

"El desafío es considerable, pero también representa una oportunidad para innovar y liderar la adopción de soluciones sostenibles en nuestro sector". El objetivo es que todos los envases sean 100% reciclables. "Queremos eliminar los residuos plásticos no reciclables y fomentar un sistema de economía circular", afirma. Para eso buscan reducir en un 30% el consumo de plástico virgen en los envases.

"Nos comprometemos a que el 100% del papel, cartón y cartulina que utilicemos provenga de fuentes sustentables, para asegurar la gestión responsable de los recursos naturales en los papeles vírgenes y fomentar el uso de papel reciclado", dice Domínguez.

Para avanzar en ese trayecto se realizaron más de 20 reuniones con integrantes de la cadena de valor del material de envase. Esto incluyó tanto a proveedores directos de plástico, papel y cartón, como a generadores de materias primas, recicladores y recuperadores.

"Trabajar con nuestros socios en la cadena de suministro fue esencial para encontrar soluciones sostenibles. Nuestro equipo invirtió más de 100 horas en investigar, planificar, escribir y reevaluar nuestras estrategias. Creamos una guía de ecodiseño sólida que ahora es un recurso valioso en nuestra empresa. Establecimos relaciones sólidas con nuestros proveedores y socios de la cadena de valor", explica el ejecutivo.

El objetivo es lograr que entre 2023 a 2025 se utilicen un 20% de materiales reciclados en las botellas, y alcanzar un 50% en 2030. En 2023, se logró la reducción de un 6%, lo equivalente a unas 180 toneladas de plástico virgen.

"En 2021, utilizábamos un 10% de materiales reciclados en las bandejas sacheteras. En 2023, incrementamos esto al 20%, con el objetivo de llegar al 100% en 2024, ya que contamos con el prototipo necesario", menciona Domínguez entre los logros que ya se han alcanzado.

"Nuestra iniciativa de diseñar un plan de *packaging* sostenible marca un paso importante hacia la reducción de nuestro impacto ambiental y la promoción de un futuro más sostenible", resume Domínguez sobre la iniciativa.

DESDE LA SERENÍSIMA SE IMPLEMENTARON ESTRATEGIAS DE ECODISEÑO Y CAPACITACIONES A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR CON AVANCES SIGNIFICATIVOS EN LA REDUCCIÓN DEL USO DE PLÁSTICOS.



El desafío de frenar la **expansión del dengue**

PAN AMERICAN ENERGY VIENE TRABAJANDO CON LA FUNDACIÓN MUNDO SANO EN TARTAGAL EN TAREAS DE PREVENCIÓN PARA REVERTIR LA PREMINENCIA DE LA ENFERMEDAD EN LA ZONA.



La Organización Mundial de la Salud (OMS) advierte que el número de casos de dengue registrados en el mundo se ha multiplicado por más de ocho en las últimas dos décadas. De 505.430 casos en el 2000 se ha pasado a más de 5,2 millones en 2019. Sin embargo, las estimaciones de la organización prevén que se produzcan unos 390 millones de infecciones por el virus del dengue al año.

Para los próximos años, se estima que el mosquito *Aedes Aegypti* continúe proliferando y afectando la salud de la población. El norte de Argentina, la región más cálida del país, concentra casi la mitad de los casos de dengue. Tucumán y Salta lideran la lista de provincias con mayor incidencia e impacto.

Pan American Energy (PAE) desarrolla sus operaciones en el noreste salteño, donde opera pozos gasíferos y una planta de procesamiento de gas natural. Por su vinculación estrecha con las comunidades y en sintonía con su estrategia de sustentabilidad, PAE comenzó a trabajar en la temática en 2009. Desde entonces lleva adelante distintas estrategias en pos de revertir el impacto de las enfermedades transmitidas por vectores como dengue, zika y chikungunya en la zona.

Allí trabajan junto con la Fundación Mundo Sano, la Municipalidad de Tartagal, el Hospital Juan Domingo Perón y la Coordinación Nacional de Vectores, delegación NOA, en un programa de control de enfermedades transmitidas por vectores que permite reducir el riesgo de casos autóctonos de dengue. Trabajan en la aplicación de estrategias que contribuyan a disminuir las poblaciones del mosquito transmisor.

Estrategias

La iniciativa consiste en un trabajo territorial a partir de la visita a las viviendas de Tartagal en búsqueda de recipientes que acumulen agua de lluvia y puedan ser criaderos de mosquitos, y en la instalación de ovitrampas para atraer a estos insectos y que depositen de sus huevos. Esto permite, mediante un continuo monitoreo, conocer los niveles de presencia y actividad reproductiva en el área bajo vigilancia.

Cuando el sistema de salud reporta un caso sospechoso se realiza un "bloqueo de foco", actividad que incluye la limpieza exhaustiva de la zona y aplicación de insecticidas para contener la posible dispersión del virus.

"La concientización es fundamental para evitar la propagación de la enfermedad. Por eso trabajamos de manera constante en programas y campañas preventivas, ayudando a los vecinos y a los agentes sanitarios de la provincia. Nuestra tarea se realiza de manera articulada con las autoridades locales y con equipos expertos que trabajan en territorio y entienden la importancia de tomar acciones para cortar el ciclo de reproducción del mosquito", dice Agustina Zenarruza, gerente de Sustentabilidad de Pan American Energy.

La compañía ha invertido más de 120.000 dólares en el programa y ha involucrado activamente a los equipos de Sustentabilidad y Comunicación para robustecer la iniciativa, sostenerla en tiempo y forma y expandirla.

Las acciones realizadas en estos años permitieron reducir el riesgo de dengue en la zona, lo que se ve reflejado en la baja incidencia de los brotes ocurridos. Entre 1998 y 2009, Tartagal registró 48,24% de los casos provinciales, mientras que en el período posterior de inicio del programa (2010-2022) la incidencia descendió hasta alcanzar el 7,13% de los casos provinciales.

Esto significa una reducción de 41 puntos en trece años.

Entre noviembre de 2009 y diciembre 2022 se visitaron 420.628 viviendas, de las cuales 178.005 fueron inspecciona-

das y tratadas. Desde 2012 se realizan dos campañas al año de descacharrado: una entre febrero y abril y otra entre septiembre y noviembre. En cada campaña se elimina un promedio de 150.000 kilos de elementos con capacidad de ser un criadero de *Aedes Aegypti*. Durante los períodos epidémicos (desde enero a mayo) se realizan operativos de refuerzo en áreas críticas junto con los bloqueos de foco ante la aparición de casos con sospecha de dengue. En este contexto, durante estos años se realizaron 1.905 bloqueos y se trabajó en 56 áreas críticas del área urbana (cementerio, terminal de ómnibus, barrios con deficiencia en el suministro de agua, entre otros).

Se entregaron a la comunidad alrededor de 150.00 folletos de divulgación de información general sobre el dengue y conductas preventivas tanto en idioma español como en wichi y chorote. Desde la fundación Mundo Sano, Marcelo Abril explica: "Esta problemática excede a los pueblitos. El dengue ha ido avanzando y ya abarca a todo el norte del país y a ciudades como Córdoba y Rosario. Tartagal forma parte de las áreas que tienen los mayores niveles de incidencia, pero en el número total ya hay más casos en las grandes ciudades que en estos pueblitos del norte del país. Y la desatención va más allá de las ciudades pequeñas, porque en las ciudades más desarrolladas no hay una tarea sostenida y con respaldo técnico de la calidad de lo que hacemos con el esfuerzo compartido en Tartagal".

"Tartagal seguirá bajo amenaza de las enfermedades transmitidas por vectores. Pero la conciencia instalada en su territorio, motorizada a partir de esta iniciativa, será la mejor de las herramientas para sortear los obstáculos que se presenten", resume Zenarruza. Y agrega: "El programa es un triunfo del encuentro en temas que requieren consenso social y acuerdo colectivo. La articulación de todos los sectores involucrados es una muestra de que juntos llegamos más lejos.

Este programa es parte de un eje central para PAE: la promoción de la salud. La única forma de dar batalla a las problemáticas que comprometen la salud de los argentinos es a partir de propuestas sostenidas en el tiempo que inviten a las comunidades a ser protagonistas para seguir expandiendo el impacto positivo". Así, en 2022, la compañía incorporó al municipio de Aguaray dentro de su hoja de ruta en la lucha contra el dengue.



Categoría: Salud y comunidad
2° PREMIO

Hacete un mimo, una invitación a la prevención



SANCOR SALUD LANZÓ UNA CREATIVA CAMPAÑA NACIONAL PARA PROMOVER EL AUTOEXAMEN MAMARIO, UNA PRÁCTICA QUE LAS MUJERES PUEDEN REALIZAR DESDE SUS HOGARES PARA LOGRAR LA DETECCIÓN Y DIAGNÓSTICO TEMPRANO.

En el cáncer, la detección temprana es fundamental. En las mamas, los tumores de menos de un centímetro tienen hasta el 90% de probabilidades de curación. Sancor Salud lanzó *Hacete un mimo,* una creativa campaña nacional para promover el autoexamen mamario, una práctica que las mujeres pueden realizar desde sus hogares para lograr la detección y diagnóstico temprano.

Desde hace varios años Sancor Salud viene trabajando con distintas iniciativas en torno a la prevención del cáncer de mama. "Con la mirada puesta en las comunidades en las que tenemos injerencia y con el convencimiento de que la información es fundamental para actuar y revertir la realidad, definimos poner en marcha la campaña, indica Florencia Alvarez, jefa de Comunicación y Sustentabilidad del grupo Sancor Salud.

Para generar gran impacto, la figura elegida fue la del mimo, con un mensaje directo y retórico a la vez. "El concepto del mimo apela al acto de cuidar la salud a través del autoexamen y al mimo —como artista— un personaje que representa la conexión con su cuerpo y el sentir", dice Alvarez.

La campaña se realizó en Sunchales, Rafaela, Rosario, Córdoba, Mendoza y Buenos Aires con la presencia de mimos que caminaron las calles representando la práctica del autoexamen mamario e interactuando con los transeúntes. "Nuestra mimo detuvo a cada uno de los que pasaba caminando, y le mostraba la práctica del autoexamen, invitando a que la persona lo replique en el momento, en su propio cuerpo. También entregamos turneros y una pulsera cinta con el diseño de campaña, a modo de recordatorio".

A la vez, crearon un sitio web para brindar información certera sobre los estudios complementarios (ecografía mamaria y mamografía) que explican paso a paso de cómo realizar correctamente la autoexploración.

La inversión económica fue de 2.600.000 pesos. "Esta vez tuvimos resultados superadores a los de campañas anteriores. Esto nos impulsa a seguir fortaleciendo nuestro compromiso con la prevención a través de información y herramientas de calidad, aspecto que nos fortalece como marca que cuida a la comunidad y se involucra en la toma de conciencia de temas relevantes", refuerza Alvarez.

Durante el periodo de campaña (segunda quincena de octubre), ingresaron a la página web 27.713 usuarios. Además, realizaron una encuesta que permite ver que el 75,4% de las personas se realiza el autoexamen, un número alentador.

"Y al consultarles si este año se hicieron una mamografía o ecografía mamaria, el 60% respondió que sí. Al consultar sobre qué le generó la campaña en sí, el 46% respondió: conciencia".

Con respecto al *spot* de campaña, entre los tres videos de diferente duración, se superaron las 100.000 visualizaciones.



Entendemos que cuando uno crece, crecemos todos.

Trabajamos para fortalecer la educación, el emprendedurismo, la cultura, el voluntariado y prácticas respetuosas con el medio ambiente

Conocé más acciones en nuestra web

bancopatagonia.com.ar

BANCOPATAGONIA

LOS ACCIONISTAS DE BANCO PATAGONIA S.A. LIMITAN SU RESPONSABILIDAD A LA INTEGRACIÓN DE LAS ACCIONES SUSCRIPTAS, EN VIRTUD DE ELLO, NI LOS ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE CAPITAL EXTRANJERO NI LOS ACCIONISTAS LOCALES O EXTRANJEROS, RESPONDEN EN EXCESO DE LA CITADA INTEGRACIÓN ACCIONARIA POR LAS OBLIGACIONES EMERGENTES DE LAS OPERACIONES CONCRETADAS POR LA ENTIDAD FINANCIERA. LEY 25.738

Prevenir sin vueltas, una iniciativa contra el cáncer

EL PROGRAMA DE PREVENCIÓN SALUD LOGRÓ DETECTAR CASOS DE ALTO RIESGO, SALVAR VIDAS Y GENERAR CONCIENCIA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER COLORRECTAL.



El cáncer colorrectal es el segundo tumor más frecuente y el segundo de mayor mortalidad en Argentina. Cada año, se diagnostican más de 15.000 nuevos casos y más de 7.000 personas mueren por esta causa. Sin embargo, este tumor es uno de los más simples de prevenir. En más del 90% de los casos se origina a partir de una lesión precursora que se denomina pólipo adenomatoso y que tarda entre 10 y 15 años en volverse maligna. Esta progresión lenta favorece la realización de exámenes periódicos, denominados *screening,* para detectar y extirpar los pólipos y así prevenir la enfermedad.

En la población general, el *screening* más apropiado el test de sangre oculta en materia fecal (SOMF) de forma anual. Las personas con resultado positivo de este test deben ser derivadas para la colonoscopia complementaria.

"Detectamos que la mayoría de las personas en el rango etario de mayor riesgo no se realizaban los estudios correspondientes. Así nació *Prevení sin vueltas,* un programa con el que convocamos a nuestros afiliados a hacerse este examen. Focalizamos los esfuerzos en contactar a nuestros afiliados de entre 50 y 75 años de edad que no se habían realizado su *screening* de control en el último año", cuenta Julieta Cardellino, médico auditor de Prevención Salud.

"Para convencerlos, les facilitamos el pedido médico correspondiente y gestionamos su turno en el laboratorio más cercano a su domicilio. Una vez realizado, los afiliados podían acercarse a su médico de confianza para que les brinde una devolución de los resultados, o bien utilizar nuestro Consultorio Médico Virtual, donde un profesional los atendía sin necesidad de esperar un turno y sin salir de su casa. Así implementamos un primer programa de prevención en la zona de Resistencia, y luego lo implementamos en el resto del país", explica.

Desde Prevención Salud se apoyaron en el uso de las tecnologías digitales, como la calculadora *online* (https://www.chequeatucolon.com.ar/), una herramienta digital para estimar el nivel de riesgo de una persona.

En este programa invirtieron 3,9 millones de pesos e invitaron a participar a 338 personas. Fueron 100 las que accedieron a hacerse el test y encontraron que el 15% de los resultados estaban alterados. Fueron derivados a colonoscopia, el 50% tenía patologías no oncológicas y en el otro 50% hallaron pólipos adenomatosos que fueron extraídos para evitar la progresión a un cáncer. Desde Resistencia, Chaco, Marisa es una de las personas que se hizo el examen. Comentó sobre su experiencia: "Me siento privilegiada de integrar el programa de prevención de cáncer de colon. Cuando me invitaron fui al laboratorio a realizarme la muestra de materia fecal. El resultado fue positivo, de inmediato pedí turno con una gastroenteróloga, me indicó una videocolonoscopía, me extirpó un pólipo, que me biopsió y por suerte me dio negativo. Los turnos médicos los conseguí rápido, gracias a Dios, porque me moría de la ansiedad. Desde que comencé y hasta que completé los estudios, estuvieron en comunicación siempre, las autorizaciones me las hicieron de inmediato y sin problemas. Esta iniciativa me parece muy buena porque, así como me ayudaron a mí, seguro van a ayudar a más personas".

Categoría: **Salud y comunidad**
MENCIÓN DE HONOR

Un consultorio móvil para **promover la atención sanitaria**

Cristian Mur es director ejecutivo de la Fundación Boreal, institución que busca brindar una solución al problema de saturación del sistema público de salud en las comunidades vulnerables.

"Durante nuestros ocho años de trayectoria hemos desarrollado programas sanitarios con fuerte impacto en la población. A través de *Promover salud*, un programa surgido en 2018, pusimos en funcionamiento una unidad móvil que nos permite desplegar un extenso trabajo territorial que se expande desde Tucumán hacia el norte del país. Este vehículo, gracias a sus cuatro consultorios que lo integran, permite que una gran cantidad de personas de diversas localidades puedan tener acceso a profesionales de la salud", expresó.

A partir de la adquisición de otra unidad móvil sanitaria, la Fundación Boreal replicó este programa en localidades de Cuyo. "Llegar a cada rincón del país es una meta que asumimos y concretaremos. Uno de los pilares de este programa es la atención oftalmológica. Posibilitamos que miles personas no sólo tengan acceso por primera vez a un control de su salud ocular, sino también a contar con sus respectivos lentes de forma totalmente gratuita", comentó.

Para acercarse a la población local, trabajan con promotores de salud territorial, integrantes de la localidad visitada a los que se los capacita en materia de salud, para que puedan impulsar una mejor calidad de vida dentro de su comunidad.

Después de que los promotores visitan a los vecinos y les cuentan la iniciativa, se pacta la visita del móvil. Dan 30 turnos por especialidad, con un margen de 20 turnos extras. Así, cada especialista puede llegar a atender entre 50 personas o más por día. En zonas vulnerables se llegó a atender hasta 100 pacientes por consultorios. La fuerte inversión que se realizó consistió en la compra de dos colectivos con la finalidad de transformarlos en unidades móviles sanitarias completamente equipadas. De esta forma, la inversión inicial del programa fue de 22 millones de pesos. Además, cada salida con los colectivos sanitarios requiere una erogación de 170.000 pesos entre traslados y pago de profesionales. Ese monto puede escalar a 450.000 cuando se trata de localidades alejadas. De esta forma ya se invirtieron más de cuatro millones de pesos.

En estas visitas de la unidad móvil relevan información sobre las principales patologías que afectan a la población y luego arman campañas de prevención de las enfermedades más recurrentes. "No sólo queremos curar a las personas, sino también aportarles herramientas y conocimientos que mejoren su calidad de vida", señala Mur.

LA FUNDACIÓN BOREAL LLEVA CONSULTAS OFTALMOLÓGICAS Y DE SALUD EN GENERAL A PUEBLOS DEL NORTE Y EL CENTRO DEL PAÍS.

Hasta el momento, el colectivo sanitario concurrió a más de 200 localidades tanto en la provincia de Tucumán como en todo el norte del país: "Muchos de estos parajes fueron visitados en más de una ocasión debido a los requerimientos de cada comunidad. El año pasado estuvimos en Olacapato, el pueblo más alto de la Argentina, a 4.100 metros sobre el nivel del mar, que cuenta con 186 habitantes. Para muchos de ellos fue la primera vez que consultaban a un profesional".



Promoción de la salud para **prevenir adicciones**

La prevención y la promoción de la salud son fundamentales para el desarrollo de comunidades saludables, y todavía más luego de la pandemia. Una de las consecuencias negativas de ese período fue que el aislamiento provocado por la COVID-19 potenció los consumos problemáticos de sustancias.

Desde hace más de siete años, PAE viene generando iniciativas que abordan la prevención y el tratamiento dirigido a profesionales de la salud, de la educación y el desarrollo social en las comunidades cercanas a sus operaciones.

En este contexto se llevaron adelante una serie de programas para fortalecer el apoyo a comunidades en el ámbito de la salud comunitaria y la prevención de consumos problemáticos. Incluso se logró la participación de diversos sectores, lo que evidenció un enfoque integral y colaborativo.

Durante 2022, la empresa impulsó un congreso sobre consumos problemáticos en Neuquén en alianza con Fundartox y Sedronar. Ese año, la red de participantes y articulación incluyó a 50 directivos, 50 médicos, 100 funcionarios públicos, 1.600 participantes del público general, cinco entes gubernamentales y tres universidades, que tuvieron 25 horas de capacitación.

Así, se desarrolló una diplomatura en prevención del consumo problemático de sustancias psicoactivas, junto al Ministerio de Educación de Neuquén, la Subsecretaría de Ciudades Saludables y Prevención de Consumos Problemáticos del Ministerio de Ciudadanía de la provincia de Neuquén, y la Fundación Fundartox en articulación la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires.

Dentro del consumo problemático de sustancias, el alcohol sigue siendo la principal causa en relación al número de personas afectadas, sin distinción de rango etario, ni grupo social. Conocer sus implicancias a nivel individual, familiar, social y laboral, así como en los ámbitos en donde se produce su consumo resulta imprescindible para realizar un abordaje adecuado con una visión amplia que requiere capacitación permanente y dinámica.



PARA RESPONDER AL DESAFÍO DE PROMOVER LA SALUD Y EL BIENESTAR, PAE ARTICULA CON DIFERENTES ACTORES EN LOS TERRITORIOS DONDE OPERA.

El programa estuvo destinado a docentes, asesores pedagógicos, auxiliares de asesores pedagógicos y preceptores con el fin de capacitar a los equipos de gestión educativa en la prevención del consumo problemático de sustancias psicoactivas. Participaron 169 personas, con 36 proyectos en 20 horas de capacitación impartidas.

PAE comenzó el programa de apoyo, gestión y desarrollo de proyectos en Junín de los Andes, Zapala, Confluencia, Chapelco y Región Sanitaria (provincia de Neuquén).

Se trabajó para diseñar diez proyectos de prevención del consumo de alcohol y promoción de hábitos saludables desde una perspectiva del arte, la literatura, la cultura y el deporte en toda la zona de influencia.

Por su parte, la iniciativa educativa *Yo elijo* incluyó en 2022 a 3.094 estudiantes,15 escuelas, 41 encuentros y 21 horas de capacitación impartidas.



la segunda
SEGUROS

N° de inscripción SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Departamento de Orientación
y Asistencia al Asegurado
0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

BANCOR Categoría: **Bancos**
1° PREMIO

Financiación del acceso a la **movilidad sustentable y las energías limpias**

DESDE BANCOR DAN PRÉSTAMOS A PERSONAS Y EMPRESAS QUE BUSQUEN REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO Y LA EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.

Para la provincia de Córdoba, avanzar en políticas sustentables de cara al cambio climático es decisivo. Allí se registraron más de 400 incendios forestales en 2022. Según datos de la Universidad Nacional de Córdoba, en las últimas décadas se quemó, aproximadamente, el 60% de la geografía serrana, y eso tuvo un impacto fuerte en la flora y la fauna, así como en el agua, que luego es consumida por la población.

Además, estos efectos negativos golpean la producción de granos y también afectan a las economías regionales y la ganadería.

A esto se suma que el incremento del parque automotor (que consume combustibles no renovables) se ha duplicado en la última década en la ciudad de Córdoba y ha traído problemas, como el tráfico, los embotellamientos, la contaminación sonora y la deficiente calidad del aire debido al smog y la polución.

"Incluso entre los sectores más concienciados sobre esta problemática, la limitación de recursos económicos para adquirir productos que puedan resolver estos problemas representa un desafío significativo. Todas estas circunstancias nos han impulsado a tomar decisiones acordes con nuestro rol como entidad financiera", indicó María Julia Martínez, gerente de Marketing de Bancor.

El banco asumió como objetivo estratégico el cuidado del medioambiente: "Nuestro propósito es mejorar la calidad del aire, reducir el consumo energético, promover el bienestar personal, disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero y mejorar la movilidad urbana, especialmente en la ciudad de Córdoba".



Líneas de financiación

Para lograrlo se crearon líneas de financiación para fines sustentables en colaboración con comercios y empresas especializadas en la venta de estos productos. Además otorgaron préstamos para la adquisición de vehículos sustentables, equipamiento para mejorar la eficiencia energética y proyectos de inversión para la transición energética. "Combinamos nuestro compromiso con la comunidad y los servicios bancarios", dice Martínez.

"El desafío principal consistió en lograr una difusión adecuada y establecer las alianzas necesarias para generar su efecto expansivo en la toma de conciencia", añadió.

El banco cuenta con una cartera de clientes de 1.956.000 personas y empresas. Hacia allí apuntaron con esta iniciativa a través de alianzas estratégicas con organismos gubernamentales, cámaras empresariales, ministerios y municipios que promueven iniciativas sostenibles.

Entre la nueva oferta de financiación sustentable está la línea SALÍ DE UNA!, que facilita el acceso a la adquisición de movilidad sustentable, como bicicletas, motocicletas y monopatines eléctricos, a través de alianzas con once empresas.

Por otra parte, se firmó un acuerdo con la Municipalidad de Córdoba para impulsar y

contribuir con un 50% adicional a la flota existente del programa *Bici Córdoba*, que ofrece un servicio de alquiler de bicicletas públicas sin costo.

También, con la ciudad de San Francisco impulsaron el programa *San Francisco sustentable* para facilitar la adquisición de bicicletas y monopatines para el transporte de trabajadores hacia el parque industrial de la localidad. Con la línea DALE ECO apuntan a empresas y familias que desean adquirir productos ecológicos, sistemas de energía alternativa o renovable, como paneles fotovoltaicos, iluminación LED y calefacción ecológica. También crearon una variante destinada a empresas que deseen construir galpones sustentables en parques industriales, a través de empresas que cuenten con el sello verde otorgado por el INTI.

Por su parte, DALE RENOVABLE es una iniciativa reciente en colaboración con la Secretaría de Biocombustibles y Energías Renovables de la provincia. Esta línea está destinada a proyectos de generación distribuida de fuentes renovables y la inyección de energía en la red de distribución nacional.

"Nos propusimos que nuestra comercialización fuera ágil y digital, lo que nos permite ahorrar tiempo y eliminar la dependencia del horario de atención de nuestras sucursales bancarias. Además, esto está en línea con nuestro compromiso de reducir las emisiones de GEI causadas por los desplazamientos físicos. Para ello pusimos a disposición DE UNA! una plataforma de comercialización de préstamos, disponible las 24 horas, todos los días, con acceso desde cualquier dispositivo y ubicación", detallan.

El banco invirtió más de 1.000 millones de pesos en préstamos para fines ecológicos, incluyendo campañas de publicidad, difusión y marketing.

Como resultado de estas líneas de crédito, 304 personas accedieron a su bicicleta, monopatín eléctrico o bicicleta eléctrica, para reemplazar el uso de automóviles para ir a trabajar o estudiar. Esto permitió evitar la emisión de alrededor de 74 Kg de CO2e por mes por persona, considerando dos viajes diarios en automóvil particular de 10 km cada uno en 20 días al mes. Además, 186 personas mejoraron su estado de salud al pedalear, ahorraron costos de combustible y evitaron el estrés de los embotellamientos y el tránsito.

El banco colaboró en convertir en hogares más sustentables a 512 familias que accedieron a comprar productos ecosustentables para comenzar con esta transformación

Sumaron 58 convenios con empresas desarrolladoras y proveedoras de proyectos sostenibles en toda la provincia de Córdoba, con una oferta de más de 100 productos ecosustentables.

Casos testigo

Desde el banco muestran varios casos testigo. La Cooperativa de Tío Pujio, localidad del este cordobés, pudo reemplazar, con este apoyo, financiero 600 luminarias de tecnología mercurio por 1.100 luminarias de tecnología LED. Este cambio resultó en un ahorro de energía de casi 500.000 kWh al comparar diez horas de consumo entre luminarias de sodio y luminarias LED.

La cadena de supermercados Cordiez, una de las más importantes de la región, reemplazó 140 luminarias de mercurio halógeno de 400 W por 200 lámparas LED de 130 W, con lo que lograron un ahorro energético en el consumo del 75%.

Bancor también financió la construcción de la sede propia del Colegio de Ingenieros de Córdoba con un sistema de iluminación 100% LED y una red fotovoltaica.

La Municipalidad de Jesús María, ciudad ubicada a 50 km al norte de la capital de Córdoba y sede del histórico Festival Nacional de Doma y Folklore, logró, con la financiación de Bancor, instalar un generador solar fotovoltaico de diez paneles con una potencia de 60 kWp.

"Para Bancor, la prioridad es ayudar a los cordobeses en la transición hacia un futuro más sostenible, aprovechando nuestro rol como banco líder en la región y nuestras líneas especiales de financiamiento para proyectos sustentables. Estamos felices con lo que hemos logrado y con el impulso que nuestras acciones han dado para difundir la toma de conciencia y convertir el pensamiento en acciones reales", destaca Martínez.



BANCO COMAFI

Categoría: **Bancos**
2° PREMIO

Contribuir a la inclusión con financiamiento de impacto

- Estrategias, tácticas, innovaciones y comunicaciones

BANCO COMAFI



EL BANCO COMAFI LLEVA ADELANTE UNA ESTRATEGIA CENTRADA EN RESPALDAR EMISIONES DE OBLIGACIONES NEGOCIABLES DE PROYECTOS VINCULADOS AL DESARROLLO SOCIAL, COMO LOS CASOS DE SUMATORIA Y PRO MUJER.

Al definir su estrategia de negocios, el Banco Comafi se alinea con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y busca promover, entre otros objetivos, el financiamiento de impacto. "Esto significa apoyar organizaciones que tienen como misión promover el financiamiento a través de microcréditos para comunidades vulnerables", cuenta Laura Gianazza, gerente de Comunicación Institucional del banco.

Con esta convicción se lanzaron a acompañar a la Asociación Civil Sumatoria en su primera emisión de obligaciones negociables. Se trata de una asociación civil sin fines de lucro que tiene como finalidad ampliar el acceso al crédito a emprendedores y cooperativas. "Fue la primera ON emitida por una asociación civil que fuera avalada por una entidad financiera", destaca Gianazza.

La experiencia fue un éxito: se recibieron órdenes por 59 millones de pesos, lo que superó ampliamente las expectativas originales. Las características de aquella emisión fueron: 13,1 millones de pesos emitidos a tasa fija a 15 meses, 30% TNA y 16,9 millones a tasa variable de Badlar privados más 0% a 15 meses.

"Dado el éxito de la primera emisión, aunamos esfuerzos con otras entidades financieras para seguir acompañando a Sumatoria en la colocación de obligaciones negociables Clase II y Clase III por 60 millones y 120 millones de pesos, respectivamente", cuenta Gianazza. Luego hubo una tercera emisión y entre las tres colocaciones se alcanzó un monto de 210 millones de pesos. Actualmente se está trabajando en la cuarta emisión.

En este caso, las comisiones de aval fueron 100% bonificadas por el Comafi. Esto representa entre 3 y 5% anual de ahorro sobre el monto emitido de 210 millones de pesos entre las tres series.

"Si bien es difícil calcular las horas destinadas, podemos estimar que las mismas rondan en 200 horas de trabajo para las tres emisiones", precisa la ejecutiva.

El Comafi también fue parte de la primera salida al mercado de capitales de Pro Mujer, empresa social reconocida por brindar servicios financieros, de salud y capacitación a mujeres. La emisión se realizó por un monto de 200 millones de pesos, a 12 meses de plazo y fue garantizada por un pool de bancos líderes de la Argentina, entre ellos Comafi.

Estas acciones para que las asociaciones civiles o empresas con proyectos de impacto puedan acceder al mercado de capitales surgieron a partir del cambio normativo dispuesto por la Comisión Nacional de Valores (CNV), que simplificó el régimen para las pymes, acortó los tiempos y facilitó los trámites. También dispuso una excepción para impulsar la llegada a este mercado de asociaciones civiles, que cumplen un rol central en los sectores sociales más vulnerables.

"Para los inversores representa una oportunidad de contribuir a través de inversiones directas a la agenda de ODS, como puede ser la equidad de género, la adaptación climática nacional, la seguridad alimentaria, la salud pública, el abastecimiento energético, entre otros impactos positivos ambientales y sociales. A la vez se obtienen retornos financieros comparables con los del *track* convencional", señala Gianazza.

Categoría: **Bancos**
3° PREMIO

BANCO PATAGONIA

El desafío de empoderar a los jóvenes

Este año, el Banco Patagonia llevó adelante un concurso nacional dirigido a estudiantes y docentes de escuelas secundarias. Se busca impulsar la creación de soluciones para desafíos relacionados con la educación, el empleo, las nuevas tecnologías, la inclusión financiera y el ambiente. "El objetivo es empoderar a los jóvenes para convertirse en agentes de cambio, ofrecerles herramientas educativas y fomentar la ciudadanía responsable", explica Heather Feehan, jefa de Responsabilidad Social Empresaria & Clima Organizacional de Banco Patagonia.

El equipo ganador recibe un *kit* educativo digital para la escuela y tablets para los integrantes del grupo de trabajo.

"Nuestro aliado estratégico es Tekuoia, una empresa que promueve una economía humana y regenerativa, con la que compartimos la creencia de que es posible un futuro que asegure prosperidad para todos dentro de los límites naturales del planeta", amplió.

Los objetivos de la iniciativa son:

• Trabajar con jóvenes en la identificación de problemáticas en su comunidad y el desarrollo y la ejecución de ideas concretas que brinden una solución.

• Promover espacios de intercambio de ideas y propuestas entre los jóvenes, fortaleciendo el compromiso social.

• Generar un espacio en el que los participantes reciban capacitación sobre metodologías ágiles y *design thinking*, herramientas creativas y novedosas para el diseño de soluciones con impacto social.

Desde Patagonia invitaron a escuelas, docentes y estudiantes de todo el país a participar de Desafío BP cargando sus proyectos a la plataforma de innovación abierta del concurso. Esto permite un intercambio colaborativo con mentores, amigos y familiares que votan sus proyectos favoritos y sobre todo, dan *feedback* a la idea.

En cuanto a los canales de comunicación, se definió utilizar Instagram, Tiktok, WhatsApp y *mailing* para interpelar a un público centennial (estudiantes), y por otro lado LinkedIn, mailing y WhatsApp para docentes. Se crearon mensajes personalizados para ambos públicos, haciendo énfasis en los premios para ambos.

La inversión total que realizó el banco en las seis ediciones fue cercana a los 15 millones de pesos. Desde que se lazó el programa impactaron en forma directa a más de 1.200 estudiantes y docentes, y se presentaron cerca de 500 proyectos de triple impacto, ideados en su totalidad por jóvenes de más de 50 escuelas secundarias.

EL BANCO PATAGONIA ARMÓ UN CONCURSO DIRIGIDO A LAS ESCUELAS SECUNDARIAS QUE BUSCA RESOLVER PROBLEMÁTICAS RELACIONADAS CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL AMBIENTE, ENTRE OTRAS TEMÁTICAS.

Para la comunicación interna se publicaron piezas en Workplace para que los casi 3.000 colaboradores de Banco Patagonia tomen conocimiento del desafío y lo difundan entre sus clientes, familiares y conocidos. "Los colaboradores del banco tenemos un rol clave en esto, tanto para hijos como familiares para que puedan llevar esta propuesta a las escuela", explican. En la última edición, el proyecto premiado fue Cáscaras mágicas, elaborado por una escuela de Trenque Lauquen para enfrentar la problemática de altos niveles de arsénico detectados en la red de agua de la ciudad. La solución propuesta fue usar cáscara de huevo de gallina que, al calcinarse, forma hidroxiapatita y logra absorber el arsénico del agua, con lo que disminuye su concentración.

También hubo una mención especial para el CET Número 1 Antonio Sánchez Platero, de General Roca, Río Negro, cuyos alumnos armaron una máquina integradora que permite hacer ejercicios de *press* de pecho, adaptada para personas con discapacidad motriz, para que puedan fortalecer los músculos pectorales, deltoides y tríceps y así mejorar la salud.



BANCOR Categoría: **Bancos**
MENCIÓN

Créditos para acceder **a la vivienda propia**

BANCOR APUNTA A PROPORCIONAR SOLUCIONES SOSTENIBLES PARA LA CLASE MEDIA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA, EN MEDIO DE LOS PROBLEMAS DE DÉFICIT HABITACIONAL Y FALTA DE OFERTA CREDITICIA.



Según datos de Indec, en Córdoba existen más de 240.000 familias en condiciones de hacinamiento, precariedad o cohabitación que deberían ser atendidas a través de planes de vivienda social. Y más de 46.000 familias sin vivienda propia, pero con nivel de ingresos tales que les permitiría acceder a créditos.

"El acceso a la vivienda propia era una materia pendiente en la industria financiera. Entonces expandimos el marco conceptual, abarcando aspectos del acceso a la vivienda como motor para el desarrollo social", señala Constanza Drey, subgerente de Marketing Relacional de Bancor.

El objetivo que se planteó la entidad fue aportar soluciones de mercado que disminuyeran el déficit habitacional en la provincia, mediante el impulso al desarrollo de las finanzas de una manera sostenible y el aporte de líneas de préstamos hipotecarios accesibles, para lograr un impacto positivo en los planos económico, social y ambiental.

"Nos propusimos otorgar a 3.500 familias cordobesas de clase media el acceso a su vivienda", explica Drey.

El objetivo de generar impacto ambiental positivo agregó valor a la propuesta. La reducción a cero del uso del papel en los nuevos expedientes digitales colabora anualmente con el ahorro de 350.000 hojas de papel, 567.000 litros de agua y disminuye la tala de árboles.

La reducción de emisión de carbono se suma en la misma dirección. Desde el asesoramiento hasta la gestión de las solicitudes propiamente dichas, se realizan sin necesidad de traslado físico a lo largo de toda la geografía de la provincia de los intervinientes en las operaciones.

"En cuanto a los términos de la financiación, analizando nuestra cartera, la tasa cero es el diferencial y tiene una ventaja a la hora de comparar la cuota mensual con el alquiler de ese mismo inmueble, aun teniendo en cuenta que su capital ajuste por inflación. A la hora de diseñar los requisitos de admisibilidad, entendimos que el monto mensual que se destina a pagar un alquiler tiene que ser similar a la cuota que se afrontará para pagar su casa a plazos. También nos preocupamos de que al ajuste de capital no se sume una tasa de interés que magnifique el impacto de la cuota sobre los salarios reales, para que la solución que hoy significa esta financiación sea sostenible en el tiempo", menciona Drey.

Después de 18 meses del inicio de esta acción, el objetivo de llegar con este producto a 3.500 familias fue sobrecumplido: ya tienen 4.000 solicitudes ingresadas.

A la vez, se firmaron 16 acuerdos con desarrollistas que aportaron 2.300 terrenos y viviendas terminadas para ser adquiridas por medio de boleto de compraventa. Se generaron 1.811 convenios con corredores o inmobiliarias llegando a certificar 5.497 inmuebles que fueron publicados en la bolsa de inmuebles para que los clientes encuentren mayor nivel de confianza en la etapa de buscar y elegir propiedades aptas.

"Llevamos tranquilidad a 4.000 familias cordobesas, que se convirtieron en propietarias y protagonistas de esta historia. Porque de esto se trata nuestra iniciativa: un enorme impacto social positivo con menor impacto ambiental medible", resume Drey.

ESTAR BIEN SEGURO

ESTAR ACOMPAÑADO
ESTAR PROTEGIDO
ESTAR TRANQUILO

SEGUROS DE VIDA

SEGUROS DE ACCIDENTES PERSONALES



Mista
_seguros
de SanCorSalud

0810 - 444 - 8729 | | mistaseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN
0632

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Categoría: **Seguros**
1° PREMIO

Una segunda vida para **materiales recuperados**



LA SEGUNDA LLEVA ADELANTE EL PROGRAMA DE ECONOMÍA CIRCULAR Y REVALORIZACIÓN DE DESCARTES, CON EL QUE TRANSFORMA INSUMOS EN MOCHILAS Y CARTUCHERAS PARA DONAR A ESCUELAS Y ORGANIZACIONES SOCIALES.

En 2023 La Segunda decidió redoblar su apuesta por el reciclado de materiales y la economía circular. Y lo hizo a través de dos caminos. Por un lado, el rebranding de la compañía, que dio nuevo impulso al programa con el que venían trabajando. Y por el otro, la transformación de parte de los insumos que utilizan en la empresa en productos escolares que donan a escuelas y organizaciones sociales.

"Esta acción comenzó en septiembre de 2022, en nuestra XIV Convención Nacional para productores L2. Allí presentamos la nueva imagen de marca y dimos inicio al gran desafío de implementar Segunda vida: programa de economía circular y revalorización de descartes. De esta manera se genera una trazabilidad en el diálogo con todos los *stakeholders* del circuito, sensibilización y concientización en los procesos y en nuestra cultura interna", cuenta Gricel Di Bert, Líder Gestión Estratégica Sustentable de la compañía. "Nuestra primera experiencia fue con las lonas de todos nuestros productos promocionales, que permiten reutilizarlos para transformarlos en mochilas, cartucheras y otros productos ecosustentables que fueron donados a organizaciones sociales. Esto forma parte de la inversión social que venimos haciendo. Una de las acciones que llevamos adelante son las campañas escolares que organiza nuestra comisión de reciclado de papel. Lo que hacen es contribuir a establecimientos educativos y organizaciones sociales con el recupero de papel y cartón para generar un fondo económico con el que se compra insumos para colaborar con la comunidad toda".

Generación sustentable

"Esto nos permite crear valor a través de una economía circular reduciendo los costos en la fabricación de nuevos productos promocionales y reutilizando los materiales de descartes. Así los revalorizamos y, a la vez, producimos un circuito productivo en la generación de empleos", detalla. Y todo esto lo damos a conocer junto a los beneficiarios de cada acción promovida a través de nuestra campaña de comunicación: Generación sustentable.

En cuanto a la imagen de marca, cuenta que el rebranding fue pensado como una forma de transicionar hacia un modelo de economía circular con varios objetivos: eliminar los residuos y la contaminación, hacer circular estos materiales de descartes sobrantes y contribuir a la comunidad generando empleo en los grupos de recuperadores y empresas tratantes.

Desde el principio en La Segunda tuvieron claro que buscaban hacer algo que fuera más allá de la filantropía convencional. "Empezamos desarrollando el plan de recuperación de materiales de descartes de cartelería que utilizamos en la provincia de Buenos Aires y buscamos una sinergía con proveedores que tratan residuos y con recuperadores urbanos".

De manera progresiva, la compañía planea llevar el programa a otras provincias como Mendoza, San Juan, Córdoba, Misiones, Resistencia, Corrientes y Neuquén.

"El flujo de residuos crea un gran desafío para la recuperación de materiales. Nuestra expectativa institucional fue impulsar acciones alineadas a nuestra estrategia de sustentabilidad para aportar a un genuino modelo económico circular", refuerza Di Bert. Desde la compañía remarcan que promover y apoyar la economía circular se integra como un pilar estratégico dentro del Plan de acción 2022-2030 bajo los lineamientos de sustentabilidad del grupo. Esta incorporación del programa les permite integrarse a grupos de trabajo con organizaciones gubernamentales a nivel mundial y participar de la Mesa de Economía Circular de Pacto Global de ONU, poniendo énfasis en repensar los procesos productivos y encontrar oportunidades de mejoras en las operaciones. Por otro lado, a nivel regional participan en CIMPAR (Comisión Público Privada de Sustentabilidad Ambiental) con el objetivo de fortalecer y crear sinergias con tratadores, recuperadores y proveedores de la zona de mayor influencia del grupo. Además participan de la mesa ambiental de MOVERSE, una asociación civil que nuclea a las empresas en pos del desarrollo sostenible. La inversión que realizaron es de alrededor de 2.500.000 pesos. Esto abarca producción y reciclaje, desmonte de cartelería

y logística. Fueron 83 personas las que trabajaron en el proyecto.

La compañía viene trabajando en la reutilización y reciclado de residuos de papel y cartón, suministros de impresión, plásticos, metálicos, aceite vegetal usado, baterías y alarmas.

En esta línea tienen una alianza con CESVI Argentina, donde entregan autos siniestrados para la recuperación y descontaminación de las unidades.

Reutilización

Entre los objetivos que se plantearon figuran garantizar para el 2023 la reutilización del 55% de los materiales de promoción del Grupo la Segunda y reemplazar el 35% de cartelería de las zonas con presencia en el país. Para 2024 ya se busca reutilizar el 75% de estos materiales. Y en 2025 el objetivo es llegar al 100%

También apuntaron a lograr la recirculación de los materiales, para darles una segunda vida al 45% de la cartelería y materiales de promoción. Son nueve las provincias que participaron de la primera etapa de recambio de cartelería. De esta manera se logró recuperar 1.017 kilos de lonas de banners, con lo que fue posible fabricar 200 mochilas, 100 bolsones, 50 cartucheras, 50 neceseres. A través del tratamiento de descartes de cartelería (chapas, acero, hierro, aluminio), y mediante una alianza con seis proveedores, se recuperaron 882,5 kilos de chatarra, 280 kilos de aluminio, 19 kilos de acero y 150 kilos de hierro.

El Grupo La Segunda es un conjunto de cinco empresas nacionales con presencia en todo el país y en Uruguay. Operan en las ramas de seguros patrimoniales, ART, personas, retiro y servicios, además tiene participación accionaria en ocho compañías del sector en Argentina, Uruguay y Paraguay. Cuentan con más de 2.406 Centros de Atención Personalizada y están presentes en más de 3.300 localidades.

Con 90 años de trayectoria es una de las diez primeras aseguradoras del país con el respaldo de las principales reaseguradoras del mundo. "Nos desafía al trabajo decente, inclusivo y el crecimiento económico. Con los proveedores de reciclaje se trabajó con mujeres jefas de hogar para promover el empleo en sus propios hogares sin dejar el cuidado de su familia, con recuperadores urbanos y empresas tratantes", señala Di Bert.

"Queda un largo camino por recorrer, dimos un paso más que nos acerca a un futuro más sostenible, alineados con los ODS de la ONU. En equipo construimos una Generación Sustentable. Lo hacemos porque creemos", subrayó.



Banco Municipal

Categoría: **Bancos**
MENCIÓN

Educación financiera para todos

El Banco Municipal de Rosario se propuso dar una respuesta a la carencia de educación financiera que encontraban en las comunidades con las que trabajan.

"Vemos casos de trabajadores con recibos de sueldo embargados por falta de pago de deudas contraídas, a veces, a tasas demasiado altas, o personas que dejan mucho dinero sin invertir en períodos en los que la inflación les come los ahorros", apunta Natalia Diruscio, responsable de Comunicación Institucional y Sustentabilidad de la entidad.

El objetivo primario de la acción es educar a los jóvenes para que alcancen sus metas, enseñándoles los conceptos básicos de las finanzas personales. A esto le sumaron la capacitación a otros grupos, como personas con discapacidad, adultos mayores, trabajadores de casas particulares, emprendedores, profesionales y empleados de empresas clientes.

DESDE EL BANCO MUNICIPAL DE ROSARIO SE IMPLEMENTARON CAPACITACIONES PRESENCIALES E INTERACTIVAS EN ESCUELAS E INSTITUCIONES, CUYO OBJETIVO ES IMPULSAR UN CAMBIO CULTURAL HACIA LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RECURSOS.



La estrategia para cumplir estos objetivos fue buscar aliados. Así, se vincularon con la Fundación Juncal que, a su vez, cuenta con una alianza con Cents Ability, una fundación americana cuyo objetivo es facultar jóvenes para que logren un buen manejo financiero.

En sus primeras instancias el programa se probó con jóvenes que daban sus primeros pasos profesionales en instituciones deportivas y con hijos de los trabajadores del banco. A partir de ahí se fueron vinculando con las escuelas.

"El diferencial creativo que ha tenido este proyecto está vinculado a conectar con una necesidad social, involucrarse, trabajar con el compromiso de los voluntarios y aprovechar el capital social institucional para devolver a la comunidad conocimientos con los que puedan crecer y desarrollarse", señala Diruscio.

"El balance con las escuelas es muy positivo, ya que valoran el contenido del programa, el acercamiento de la institución financiera y la oportunidad de ofrecerles a los alumnos un espacio de intercambio con el mundo del trabajo. Los docentes, por su parte, aprecian tanto la oportunidad para sus alumnos como para sí mismos, pues muchas veces asisten algunos (preceptores, docentes de otras áreas) que encuentran novedoso el contenido de los distintos módulos", menciona.

Con esta iniciativa, "para los estudiantes se abren nuevas formas de pensar sus objetivos financieros, con alternativas para alcanzarlos y la comprensión de herramientas que o bien no conocían o bien no comprendían del todo", señala la ejecutiva.

De este proyecto participaron un total de 20 instituciones: ocho lo hicieron en 2022 y otras catorce en 2023. En total hubo 1.250 alumnos que tomaron parte en las capacitaciones.

"Estimamos que con esos 1.250 alumnos alcanzamos 3.700 impactos (si consideramos que cada persona que vive el programa comparte información con, al menos, otras dos)".

"El agradecimiento de las instituciones, los estudiantes, y algunos casos particulares en los que los participantes dieron cuenta de un particular compromiso, han significado una recompensa emocional muy gratificante para los voluntarios".

Categoría: **Seguros**
2° PREMIO

ZURICH

Una *green week* para contribuir a la toma de conciencia

El cambio climático es una realidad mundial y todas las personas debemos tomar conciencia", explica María Ahuad, ejecutiva de comunicación interna de Zurich. "Nuestro objetivo es crear valor sostenible y resiliencia y ayudar a proteger el futuro de las personas. Tomamos medidas concretas y urgentes para reducir nuestra huella de carbono y contribuir a limitar el aumento de la temperatura global", explicó sobre la estrategia de sustentabilidad.

El punto central de dicha estrategia es la *Green Week*. Se trata de una campaña global lanzada en 2019 que reúne a todos los colaboradores de la compañía.

En esa semana se convoca a los colaboradores a participar en diferentes talleres e iniciativas para generar una mayor conciencia sobre la relevancia de incorporar prácticas sostenibles en la rutina diaria. Con esto se busca impactar en los más de 800 colaboradores de la compañía y otros *stakeholders*, como los productores asesores de seguros que integran la red de distribución de Zurich.

En concreto, bajo el concepto de #SustentHabilidad a lo largo de dos semanas, se llevaron a cabo nueve activaciones diferentes, con el propósito de inspirar pequeños cambios en la vida cotidiana. Para asegurar la implementación exitosa se establecieron colaboraciones estratégicas con organizaciones como Fundación Vida Silvestre Argentina, Fundación Leer y Cascos Verdes, entre otras. Además, los integrantes de *Voluntario Z*, el programa de voluntariado de Zurich con más de 20 años de trayectoria —y, particularmente, *Ambiente Z* y *Cuadrilla Z*—, impulsaron la participación de sus colegas en todo el país, convocándolos a sumarse a la *Green Week* y a actuar durante todo el año.

Las actividades de la *Green Week* se focalizaron en cuatro ejes: economía circular, consumo responsable, energía renovable, alimentación y movilidad sustentables. Así, abarcaron una amplia gama de enfoques, como, por ejemplo, la limpieza de playas y costas, talleres sobre la huella de carbono, plantación de especies nativas en reservas naturales urbanas con Fundación Vida Silvestre Argentina, clases de cocina saludable basada en plantas con Pablo Martín, maratones de lectura en escuelas con Fundación Leer, y talleres sobre consumo responsable con el equipo de Cascos Verdes. Además, se incentivó la participación mediante una trivia y un *challenge* con premios y sorteos.

En el 2022, más de 350 participantes se sumaron a las diversas actividades propuestas. Se sortearon 150 *kits* sustentables, para incentivar la adopción de prácticas responsables en la vida diaria de los colaboradores y otros stakeholders. Se logró, asimismo, una integración interna que enriqueció nuestra cultura.

DESDE HACE MÁS DE 20 AÑOS, ZURICH VIENE LLEVANDO ADELANTE SU PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO, CADA VEZ MÁS AFIANZADO EN LA SUSTENTABILIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE.



En la *Green Week* 2022 la inversión total fue de 5.700.000 pesos. "Tuvo resultados cuantitativos y cualitativos muy buenos, en línea con los objetivos planteados", cuenta Ahuad.

"Más allá de las cifras, las acciones lograron un impacto emocional y educativo significativo. Se generó una mayor comprensión sobre la huella de carbono, la reducción de desperdicios y el consumo responsable. Esto se refleja en las publicaciones de los participantes", mencionó.

Algunos de los resultados concretos son, por ejemplo, la limpieza del Paseo de Costa en Vicente López y de la Playa Constitución en Mar del Plata, donde recolectaron 48,6 kilos de residuos. Además, en las Reservas de Pilar y Costanera Sur plantaron 90 plantines. "Estamos orgullosos de los resultados obtenidos. Hacemos de la sustentabilidad un atributo de nuestra cultura y seguiremos trabajando en este sentido para que cada vez seamos más los que nos comprometemos con la lucha contra el cambio climático y la construcción de un futuro mejor para todos", concluye Ahuad.

Provincia Seguros

Categoría: **Seguros**
3° PREMIO

Más licencias familiares para **una sociedad más igualitaria**

DESDE PROVINCIA SEGUROS VIENEN TRABAJANDO EN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL QUE INCLUYE LA BÚSQUEDA DE LA EQUIDAD DE GÉNERO Y LA ERRADICACIÓN DE LAS VIOLENCIAS.

En busca de la equidad de género y la erradicación de la violencia, en Provincia Seguros pusieron el foco en la desigualdad del trabajo no remunerado, del que se hacen cargo más las mujeres que los varones.

Para encarar este problema, se plantearon dos objetivos: construir espacios de trabajo inclusivos y equitativos y disminuir los niveles de desigualdad. Para conseguirlo, primero revisaron cómo se estaban implementando las licencias familiares en la compañía y cómo se podían mejorar. "Encontramos que la licencia para el cuidado de enfermedad de familiares era utilizada en mayor medida por las mujeres. Tampoco se contemplaba ninguna licencia especial para el caso de las adopciones y la cantidad de días contemplados en la licencia por paternidad no eran satisfactorios para lograr el objetivo de la promoción de la corresponsabilidad", explica Hernán Maggiolo, gerente de Marketing y Recursos Humanos de Provincia Seguros.



En este contexto, se aprobó como política institucional el Programa integral de bienestar y flexibilidad, con alcance a todas las personas que trabajan en la empresa.

Con esto se gestionó la ampliación y creación de licencias y beneficios para acompañar a las personas del colectivo LGBTQ+, así como el reintegro por guardería para el cuidado de las niñeces, mayor flexibilidad de horarios para el desarrollo de la vida familiar y profesional, y la construcción de lactarios que permitan continuar con la lactancia luego de la reincorporación de las personas gestantes.

"Con relación a los beneficios, se trabajó en tres ejes: obsequios, reintegros y espacios comunes, con el objetivo de generar un acceso equitativo según las necesidades particulares", resumió.

El lanzamiento del programa se acompañó con una campaña de comunicación interna para visibilizar y concientizar. Por ejemplo, en el marco del Día Mundial de Acción por los Cuidados en 2022, se compartió un podcast llamado "Esa taza no se lava sola", que logró poner en evidencia la importancia del trabajo no remunerado de las mujeres.

Una acción que tuvo gran impacto fue la creación de la licencia por nacimiento. A nivel nacional, la licencia por paternidad establece el goce de dos días corrido y, si el nacimiento cae en fin de semana, ninguno. El proceso fue gradual: inició en 2016 cuando se aumentó de dos días a quince días corridos. En 2021 se ampliaron los días de licencia a 30 días corridos y, finalmente, en 2022 se tomó la decisión de equiparar los días de cuidado posteriores al nacimiento que se ofrece por licencia por maternidad a 60 días corridos.

Así se fue dando un cambio significativo: 30 varones hicieron uso de la licencia por nacimiento, dos personas utilizaron la licencia por tratamiento de fertilidad, dos personas gozaron de la licencia por nacimiento para casos especiales, dos personas hicieron uso de la jornada reducida hasta los cuatro años del niño y una persona hizo uso de la licencia de adecuación de género.

En relación con la licencia para el cuidado de familiares, si bien la tendencia indica que su uso es mayor en las mujeres, la brecha se achicó en un 11% comparado con 2020.

Seguros inclusivos y conciencia aseguradora

PRUDENTIAL DESARROLLA UN PROGRAMA PARA DEMOCRATIZAR EL ACCESO AL SEGURO ENTRE MUJERES EMPRENDEDORAS.



La inclusión financiera es la clave para cerrar la brecha de la exclusión y ayudar a las personas a lograr sus sueños. Con ese foco Prudential se puso a trabajar en la importancia de democratizar el acceso del seguro como herramienta financiera.

"Nos propusimos instalar la importancia de la conciencia aseguradora en la población emprendedora que no tiene acceso a un seguro", cuenta Jesica Lores, supervisora de RSE y sustentabilidad de Prudential.

"Llevamos adelante una encuesta a las mujeres emprendedoras, quienes respondieron que, si bien veían la necesidad de contar con un seguro en caso de accidente o enfermedad, no tenían demasiada información al respecto", amplía Lores.

En detalle, los resultaron mostraron los siguientes datos:

- El 95% manifestó que le interesaría contar con un seguro de vida y una cobertura en caso de accidentes y por enfermedad.
- El 50% respondió que no cuenta con un seguro de vida por el precio.
- El 40% no cuenta con un seguro de vida por desconocimiento.
- ción no poder trabajar por accidentes o enfermedad.

"Esto nos llevó a generar espacios de reflexión y discusión sobre la relevancia de contar con un seguro", dice Lores.

En abril de 2023 lanzaron un programa social de seguros inclusivos para brindar seguros de vida colectivo y renta diaria en formato de donación a 34 mujeres emprendedoras renovadoras de microcréditos de la Asociación Civil Mujeres 2000.

"De esta manera, les donamos un producto que responde a las necesidades de las emprendedoras para afrontar cualquier situación que les impida continuar con su emprendimiento", explica Lores.

La cobertura del producto tiene las siguientes características:

- Ramo: una sola póliza seguro de vida colectivo.
- Producto: capital uniforme.
- Tomador: ONG seleccionada, Asociación Civil Mujeres 2000
- Contrato: grupo de afinidad.
- Coberturas: fallecimiento por cualquier causa (350.000 pesos); invalidez total y permanente por cualquier causa (350.000 pesos); renta diaria por internación por enfermedad o accidente (C.A 2.000 pesos por día, carencia de tres días con un máximo de 60 días, 2.000 pesos)

En estas acciones se invirtieron 58.000 pesos para la donación de seguros.

Se involucraron áreas comerciales, legales, operaciones y RSE, más un total de trece personas y otras dos personas de la organización social.

"El programa de responsabilidad social empresaria cumplió su objetivo primordial, que consiste en generar espacios de diálogo de conciencia aseguradora con las emprendedoras sobre sus necesidades de protección y que puedan contar con un seguro que las proteja ante diferentes situaciones que puede experimentar una mujer emprendedora de sectores vulnerables", apuntó Lores.

GRUPO SANCOR SEGUROS

Categoría: **Seguros**
MENCIÓN AL MÉRITO

Una campaña para **mantenerse activos**



BUSCA AYUDAR A LAS PERSONAS PRÓXIMAS A JUBILARSE A REDUCIR MIEDOS Y FALSAS INTERPRETACIONES SOBRE EL SIGNIFICADO DE ESTA NUEVA ETAPA VITAL.

En el ciclo de la vida laboral, la jubilación implica un cambio y requiere adaptación a las nuevas circunstancias y demandas sociales.

Para muchas personas el Grupo Sancor Seguros, con casi 80 años de historia, ha sido su único lugar de trabajo. Como tal, estructura la vida familiar y social, los vínculos de amigos, el ritmo de la familia, la economía, las oportunidades educativas, entre otros puntos.

En ese marco, el Grupo Sancor Seguros cuenta con *Manteniéndonos activos,* un programa destinado a su personal en edad cercana al retiro. Y los ayuda a pensar en su jubilación como un período de aprendizaje y socialización.

"El objetivo principal e inspirador del programa es contribuir, mediante un trabajo preventivo, a que los colaboradores y las colaboradoras de nuestra empresa en edad próxima a su retiro laboral puedan elaborar los cambios que se producen a partir del cese laboral y pensarse en la nueva etapa con proyectos concretos, acordes a sus posibilidades y expectativas", contó María Laura Rho, del sector Sustentabilidad.

La primera edición fue en 2012 y estuvo destinada a colaboradores de Sunchales (Santa Fe), por pertenecer a Casa Central y constituir un número mayor de empleados en situación de retiro.Tras aquella primera experiencia el programa se amplió a las demás unidades de negocio del grupo en las distintas zonas de Argentina y países en los que la empresa está presente.

A través de un trabajo conjunto entre las áreas Sustentabilidad, Administración de Personal y Capital Humano, se identifica quiénes son los empleados próximos al retiro. Desde Administración del Personal se ponen en contacto para ofrecerles el beneficio. Cada beneficiario puede participar del primer encuentro, conocer las actividades que se implementarán y luego optar por continuar o no.

El programa se financia desde el Área de Sustentabilidad, quien destina parte de su presupuesto anual al mismo (650.000 pesos, aproximados, para la última edición).

Algunos de los indicadores destacados son los siguientes:

• Hubo ocho participantes en la octava edición (2022-2023). Y 60 beneficiarios en todas las ediciones.

• En la encuesta final del grupo que culminó recientemente, se resalta que el 100% calificó el programa como muy útil y el 85% destacó la posibilidad que brinda de reflexionar sobre ciertos aspectos de su vida personal y laboral.

Sumado a ello, cuando los empleados aún los que están en actividad también cuentan con una herramienta para planificar su futuro en el plano económico. Porque a través de aportes mensuales a AMESS (Asociación Mutual Empleados de Sancor Seguros) contribuyen a un fondo compensador de sus jubilaciones y pensiones.

"Para el Grupo Sancor Seguros, el equipo de personas que lo conforma constituye su capital humano, imprescindible para el crecimiento y la mejora continua de la empresa; por ello entendemos la importancia de proteger sus derechos básicos, brindar condiciones laborales justas y favorables, asegurar un tratamiento equitativo y contribuir a un nivel de vida digno", detalla Rho.

"Tenía muy buenas referencias del programa y realmente cumplió todas las expectativas. Cuenta con una gama de recursos que nos ayudaron a pensar en cómo afrontar esta nueva etapa de la mejor manera posible. Invita a derribar nuestros propios prejuicios sobre la jubilación y la vejez. Todo cambio siempre tiene un impacto, la idea es que tenemos el potencial para poder seguir desarrollándonos individual y colectivamente", cuenta Eduardo Mondino, retirado desde hace ya más de un año y medio.

Las postas del camino de la prevención

PROVINCIA ART PUSO EN MARCHA UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE CORTA DURACIÓN PARA ENTRENAR A GRANDES GRUPOS DE TRABAJADORES EN PREVENCIÓN DE INCENDIOS, RCP Y PAUSAS ACTIVAS, ENTRE OTRAS TEMÁTICAS.



En 2022, desde Provincia ART optaron por innovar en los formatos de capacitación de los trabajadores a los que asisten, tanto en temarios como en formatos. Fue así como surgió una nueva forma de brindar capacitación in company que dio lugar al nacimiento de Camino de la prevención.

"Se trata de un formato por postas de corta duración, con actividades dinámicas e interactivas que funciona como vehículo para capacitar a grandes cantidades de personas en poco tiempo en forma compatible con las obligaciones de la jornada laboral", cuenta Leonardo Lorenzo, jefe de Prevención de Provincia ART. Camino de la prevención consta de entre tres y cuatro postas que duran un máximo de 25 minutos cada una. En grupos de hasta 30 integrantes, los participantes van pasando por las postas y, en el curso de una hora y media, todos completan el circuito de formación. Los temas se seleccionan en conjunto con la empresa u organismo cliente en función de sus necesidades y riesgos. Cada uno consta de una breve introducción teórica y una actividad práctica. "Al realizar ejercicios y dinámicas, las personas trabajadoras pueden tener una vivencia más cercana a la situación de peligro, toman conciencia del riesgo al que están expuestas y aprenden a actuar preventivamente".

Por ejemplo, en prevención de incendios, el capacitador explica qué es el fuego, sus categorías y efectos, y lo hace con ejemplos concretos del lugar de trabajo. Luego, muestra cómo se utiliza el extintor y todo el grupo prueba accionarlo, hacen los movimientos básicos e indispensables para saber cómo actuar en caso de tener que extinguir un fuego.

"La flexibilidad de esta modalidad nos permite adaptarnos a los tiempos más convenientes para llevar adelante las capacitaciones. Por ejemplo, en la ciudad de Mar del Plata detectamos la necesidad de brindar charlas a los docentes de diferentes colegios y coordinamos las jornadas de formación durante el mes de febrero, período en el cual llevan adelante tareas pasivas. Esto posibilitó disponer del tiempo de las personas trabajadoras para capacitarlas en diferentes temas, como, por ejemplo, prevención en el uso y cuidado de la voz (riesgo específico del rubro de la docencia)".

Entre enero y junio de 2023 capacitaron con esta modalidad a más de 3.300 trabajadores. Se desarrollaron siete ediciones de Camino de la prevención en empresas y organismos clientes.

Los temas más comunes presentados fueron la ley de riesgos del trabajo, prevención en accidentes in itinere, prevención de incendios, reanimación cardio pulmonar (RCP), primeros auxilios, prevención en el uso y cuidado de la voz, y ejercicios de pausas activas.

PREMIO CONCIENCIA

13ª EDICIÓN

¿Con qué temática estás generando el cambio?

- Sustentabilidad y ambiente
- Inclusión y empleo
- Educación y cultura
- Infancia y seguridad
- Prevención y protección
- Voluntariado y comunidad

¿Cómo participar?

- Precalificá tu caso
- Inscribí a tu empresa
- Prepará tu caso para el jurado
- Avanzá a la etapa final del certamen
- Compartí tu experencia

Contanos lo que hace tu empresa para crear comportamientos más positivos e inspiradores

Calendario 2024

- ENERO - SEPT
  Tutorías y presentación escrita
- SEPTIEMBRE
  Finalistas de la primer etapa evaluatoria
- OCTUBRE
  Defensas orales de casos finalistas
- NOVIEMBRE
  Premiación y cierre 13° edición

WWW.PREMIOCONCIENCIA.COM.AR

JURADO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN 2023

Ministerio de Desarrollo Social Argentina

Tiene como fin implementar políticas sociales que promuevan la inclusión y la igualdad de oportunidades en todo el país.

Ministerio de Economía y Finanzas Buenos Aires Ciudad

El Ministerio de Economía y Finanzas de la ciudad instrumenta políticas financieras y coordina los sistemas estadísticos.

Vamos Buenos Aires

Son los responsables de diseñar y ejecutar planes dsanitarios, de producción y comercialización en el ámbito agropecuario, pesquero, forestal y agroindustrial

APrA Agencia de Protección Ambiental

Transforma la ciudad en un modelo de gestión sustentable. Previene impactos ambientales, promueve la equidad social y el crecimiento económico sostenible.

FLACSO ARGENTINA

Creada en 1974 por iniciativa de la UNESCO, FLACSO tiene el objetivo de formar expertos en áreas de ciencias sociales

FUNDACIÓN UADE UNA GRAN UNIVERSIDAD

La UADE aporta al progreso social y económico del país brindando la mejor educación para sus alumnos.

UCA

La UCA contribuye al desarrollo de la dignidad humana mediante la investigación, la enseñanza y servicios a la comunidad.

UNIVERSIDAD SIGLO 21 La educación evoluciona

La Universidad Siglo 21 es la institución educativa de nivel superior privada más elegida por los argentinos.

UCEMA

La Universidad del CEMA es una organización sin fines de lucro cuyos inicios datan de 1978.

consejo

El Consejo vela por el cumplimiento de los principios de ética que rigen el ejercicio profesional de las ciencias económicas.

Red Internacional Promotores ODS

La Red Internacional de Promotores ODS es un movimiento para concretar la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenibles.

Sistema B Argentina

Organización sin fines de lucro que promueve la construcción de una nueva economía que incorpore bienestar social y ambiental.

ecohouse

Organización sin fines de lucro especializada en educación, política, comunicación, consultoría, restauración ecológica y voluntariado.

SSF Sustentabilidad Sin Fronteras

Fundación que busca hacer frente al cambio climático a través de proyectos de adaptación y de mitigación de los gases de efecto invernadero.

MARKETING

Organización sin fines de lucro que promueve y difunde las mejores prácticas del marketing en diferentes ámbitos.

HABLAMOS POR EL CAMBIO CLIMÁTICO

Grupo de profesionales que suma la voz de los jóvenes al movimiento climático en Argentina. Realiza divulgación ambiental para una ciudadanía informada y comprometida.

Sustentar

Es una comunidad de líderes y profesionales con perfil multidisciplinario dedicados a promover el desarrollo humano integral y sostenible.

GEO

Espacio multidisciplinario que promueve la transformación a través de la sustentabilidad como modelo de desarrollo económico, social y ambiental.

.UBA económicas FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

La UBA definió un mundo de conocimiento y cultura, configurando un multifacético rol de protagonista y referente de la vida académica, científica y social de la Argentina.

FUNDACIÓN AMBIENTE &MEDIO

Entidad argentina de bien público comprometida con el medio ambiente y bajo los lineamientos de contar, mostrar y hacer.

CEMA CÁMARA EMPRESARIA DE MEDIO AMBIENTE

CEMA es una organización integrada por compañías que proveen bienes y servicios para la preservación del ambiente y la mejora de la calidad de vida.

CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO PARA EL BIEN PÚBLICO

Organización sin fines de lucro que crea mensajes de bien público para modificar comportamientos sobre temas que afectan a todos.

MiNU

Minu es una asociación civil sin fines de lucro destinada al desarrollo de programas de inclusión para jóvenes.

Cámara de Comercio Italiana en la República Argentina FUNDADA EN 1884

La Cámara de Comercio Italiana promueve el comercio bilateral entre empresas argentinas e italianas.

CEDyAT CENTRO DE DESARROLLO Y ASISTENCIA TECNOLÓGICA

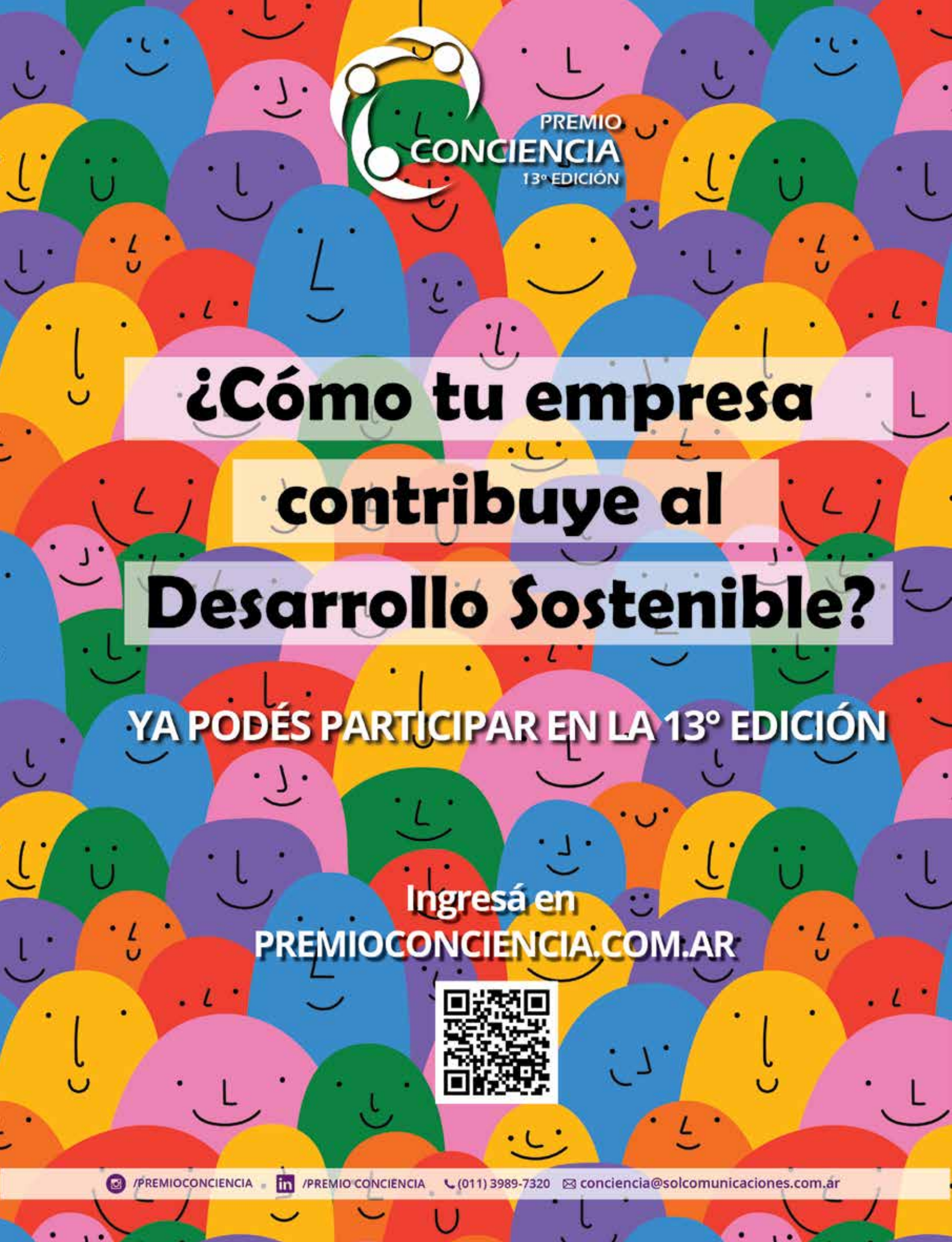
Asociación civil sin fines de lucro habilitada como unidad de vinculación tecnológica por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica.

FIA

Organización sin fines de lucro de la industria automotriz de 143 países para regular las competiciones de automovilismo.

ABA

Entidad empresaria que crea conciencia sobre la importancia de contar con un sistema financiero sólido para el desarrollo sostenido del país.


PREMIO
CONCIENCIA
13ª EDICIÓN
¿Cómo tu empresa
contribuye al
Desarrollo Sostenible?
YA PODÉS PARTICIPAR EN LA 13° EDICIÓN
Ingresá en
PREMIOCONCIENCIA.COM.AR
/PREMIOCONCIENCIA
/PREMIO CONCIENCIA
(011) 3989-7320
conciencia@solcomunicaciones.com.ar