



COMUNICACIÓN DE PROGRESO (COP) DEL PACTO MUNDIAL

Avance del plan de sostenibilidad de Ribeiro S.A.
COP 2016-2017

Período cubierto: 01/07/2016 al 30/06/2017



mi ni cuo tas
RIBEIRO



Buenos Aires, 3 de Noviembre de 2017

A nuestras partes interesadas:

Me complace confirmar que Ribeiro S.A. reafirma su respaldo a los Diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en las áreas de los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la anticorrupción.

En esta Comunicación de progreso anual, describimos nuestras acciones para mejorar continuamente la integración del Pacto Mundial y sus principios a nuestra estrategia de negocios, cultura y operaciones diarias. También nos comprometemos a compartir esta información con nuestras partes interesadas a través de nuestros principales canales de comunicación.

Atentamente,

Manuel Ribeiro
Presidente

DECLARACIÓN
DE APOYO CONTINUO



La actividad principal de Ribeiro es la comercialización y financiación de artículos para el hogar (electrodomésticos, muebles, bazar, telefonía celular, computación, juguetes, máquinas, herramientas, artículos de camping, regalos y otros).

Se trata de una empresa familiar, Argentina, que tiene sus orígenes en la ciudad de Villa Mercedes, Provincia de San Luis. Allí es donde se iniciaron las actividades comerciales en el año 1910.

Hoy cuenta con más de 85 sucursales en todo el país y su crecimiento es constante. Con el tiempo desarrolló una serie de servicios, entre los que se destacan principalmente: la financiación para sus clientes a través del crédito “Minicuotas Ribeiro”; y “Minicuotas Alta Confianza” (MAC). Ambos son mecanismos crediticios que permiten satisfacer la creciente demanda por un sistema de pago más cómodo y flexible.

Estos sistemas han permitido que muchas de las personas que hoy integran nuestra numerosa cartera de clientes hayan podido acceder por primera vez a créditos para la compra del producto deseado. Ribeiro también otorga a sus clientes la posibilidad de acceder a Préstamos Personales de Dinero en efectivo.

Actualmente, la dirección de Ribeiro S.A. está integrada por los miembros de la tercera generación familiar, quienes permanentemente velan por la modernización y actualización tecnológica de la empresa.

En línea con el crecimiento de estos últimos años y las perspectivas futuras, la compañía realiza inversiones de magnitud en las áreas de logística, sistemas de información, inteligencia artificial y en la ampliación de su red comercial, entre otras.

Hoy Ribeiro cuenta con una dotación superior a 2000 personas que acompañan la filosofía de la Empresa, que se traduce en integridad y austeridad para las mejores prácticas comerciales. Prevaleciendo siempre los valores éticos, cifrando los resultados en una vocación de servicio y en el cumplimiento de los compromisos.

Por todo lo indicado y de esta única forma, Ribeiro ha logrado su máximo objetivo: consolidar la confianza de quienes la acompañan.

....HOY CUENTA CON MÁS DE
85 SUCURSALES EN TODO
EL PAÍS Y SU CRECIMIENTO
ES CONSTANTE.

LA EMPRESA



* NUESTROS OBJETIVOS GENERALES *

Desarrollar y potenciar nuestra modalidad
de Crédito Fácil.



Conservar vivo el espíritu fundador de Atención
Personalizada antes y después de la Venta.



Mantener el impulso de crecimiento sin fronteras,
para llegar a todos con nuestra Actitud de Servicio.

Generar permanentes relaciones de confianza y
respeto con los Clientes, Personal y Proveedores.



Buscar la realización personal de cada integrante de
Ribeiro, el trabajo en equipo y el buen clima.



Procurar la rentabilidad de la Empresa.



Honestidad.

* NUESTROS PRINCIPIOS *

Que todos sin exclusiones
puedan acceder a los bienes
para el hogar que
mejoren su calidad de vida.

* NUESTRA MISIÓN *

* NUESTRA VISIÓN *

Todo el mundo viviendo
en un hogar confortable.

CULTURA
ORGANIZACIONAL



ACCIONES EN POS DE
AVANZAR EN EL
CUMPLIMIENTO DE LOS 10
PRINCIPIOS FUNDAMENTALES
DEL PACTO MUNDIAL
DE LAS NACIONES UNIDAS

DERECHOS HUMANOS

PROTECCIÓN DE LOS TRABAJADORES

Ratificamos nuestro apoyo y respeto a la protección de los Derechos Humanos. En pos de contribuir con ellos, se ha procurado propiciar instalaciones de trabajo seguras, adecuadas e higiénicas. Se ha firmado convenio con distintas consultoras especialistas en Seguridad e Higiene encargadas de realizar auditorías en los distintos centros de costo de la organización donde se controla:

CONDICIONES DE HIGIENE

Verificación de Tableros Eléctricos y máquinas/herramientas /matafuegos
Control de Luces de emergencia y señalización
Relevamiento de botiquines de primeros auxilios
Verificación de actas de inspecciones

Además estas empresas se encargan de dictar cursos sobre:

Uso de Extintores
Plan de Evacuación
Movimiento manual de cargas
Prevención de accidentes
Seguridad in itinere
Riesgo de Incendio
Ley de Riesgo del Trabajo, ART

En todos los establecimientos de la compañía conformamos las brigadas de evacuación, y cumplimos con los simulacros correspondientes. En los Centros de Distribución, además, incorporamos Brigadas de Incendio especializadas, entrenadas directamente por el Departamento de Bomberos de cada comunidad.

Actualmente nos encontramos actualizando los miembros que componen la brigada de evacuación en el Back Office. Estas consultoras contratadas resultan aliados estratégicos de nuestra compañía, ya que colaboran además en el control de la iluminación de los lugares de trabajo, la existencia de la puesta a tierra (control eléctrico), análisis físico, químico y bacteriológico del agua, estudios de carga de fuego y estudios ergonómicos.

Ribeiro se adecua a la resolución 886 de la SRT, la cual en sus anexos incluyen la aplicación obligatoria de nuevos protocolos para la Identificación y la Clasificación del riesgo ergonómico en puestos y tareas; además del registro de recomendaciones de acción, y el seguimiento y validación de las mejoras ergonómicas.

Adaptarse rápidamente a esta resolución tiene como objetivo primordial disminuir la brecha entre las necesidades de la organización y las de sus colaboradores, logrando por un lado un mayor bienestar de los trabajadores, y por el otro, mayor productividad para la empresa.



CLIMA LABORAL

La ejecución de encuestas de clima en Ribeiro es una práctica sistemática y recurrente. Se suelen realizar aplicando una herramienta de medición cuantitativa de clima organizacional con baremos validados en Argentina llamada Work Environment Scale (WES), acompañada por entrevistas telefónicas o presenciales con cada empleado.

La empresa ofrece a todos los empleados de la compañía una casilla para que puedan realizar sugerencias y denuncias, atendida directamente por los cargos más altos del equipo de RRHH: sugerenciasrrhh@ribeiro.com.ar

INCLUSIÓN SOCIAL, ESTRATEGIA CLAVE PARA EL CORE BUSINESS

Como lo indica el nombre de fantasía de la empresa, el crédito es parte fundamental del negocio. La posibilidad de otorgar créditos para que los clientes puedan acceder a los bienes para el hogar que desean, le permite a Ribeiro contribuir en avanzar con los ODS 1, 10 y 12.

Ribeiro es una compañía pionera en un modelo de financiamiento social, preexistente a la tendencia general del microcrédito. Un sistema de financiación inclusiva mediante la cual cientos de miles de compradores que no alcanzan a cumplimentar las condiciones convencionales del crédito, pueden, en cambio, acceder a productos que mejoran su cotidianeidad, su entorno, sus posibilidades de comunicación e integración cultural al progreso; en suma, su calidad de vida.

Teniendo en cuenta **la realidad de algunos sectores más vulnerables de la sociedad**, desde septiembre de 2006 Ribeiro ha creado un **producto crediticio denominado “Minicuotas de Alta Confianza (MAC)”**, siendo este producto sustentable un **negocio social**, parte del corazón del negocio de la empresa.

Se entiende por negocio social a una iniciativa económica rentable, ambiental y socialmente responsable, donde se utilizan los mecanismos del mercado para mejorar la calidad de vida de las personas de bajos ingresos, al permitir, en este caso, su acceso a productos o servicios que les brinden la posibilidad de entrar en un “círculo virtuoso” de oportunidades.

Actualmente el programa Minicuotas de Alta Confianza llega a más de 150.000 hogares, manteniendo con cada uno una relación personal para atender sus necesidades de acuerdo a sus realidades.

....UNA COMPAÑÍA PIONERA
EN UN MODELO DE
FINANCIAMIENTO SOCIAL....

RIBEIRO Y LA COMUNIDAD

Un aspecto fundamental que Ribeiro destaca como pieza clave de los ejes de gestión de su plan de sustentabilidad es la Educación. Entendemos que la misma atraviesa todos sus ejes de gestión, sea desde aprender mejores prácticas de consumo en el uso de electrodomésticos hasta la necesidad de enseñar a sus clientes lo relativo al manejo y cuidado del crédito.

Pero además, se considera a la educación como una herramienta fundamental en el desarrollo del hombre, tanto a nivel personal como profesional. Por tal motivo, desde que inició el Plan de RSE “Minicuotas Sustentables”, la empresa decidió acompañar anualmente a Unicef en el evento de la Carrera por la Educación. En las tres carreras organizadas por UNICEF en el 2017 (Buenos Aires, Rosario, Córdoba) participaron 14 mil personas y se recaudaron más de \$6.300.000, todos para ser destinados en diferentes planes de Educación. Desde nuestro lugar, apoyamos la acción como Sponsors Platino en ambas oportunidades.

Dentro de las acciones que efectúa la empresa en el ámbito del plan de sustentabilidad existen diversas donaciones que se realizan en las diferentes comunidades donde la compañía se ha instalado. Atentos a las necesidades que diferentes organismos de cada localidad puedan tener, la empresa ha destinado un presupuesto para donar productos que solucionen alguna problemática al organismo solicitante. Un objetivo para el próximo periodo será conglomerar estas acciones, que tienen como fin primordial colaborar y estar más cerca de las comunidades, dentro de un programa específico de donaciones.

TRABAJO

SELECCIÓN DE PERSONAL Y PROPUESTAS SALARIALES

Ribeiro realiza a través de su equipo de selección de personal el 100% de las búsquedas de nuevos colaboradores. Todas las posiciones que se ofrecen en la compañía están enmarcadas dentro de lo indicado por la ley de contrato de trabajo, y el convenio correspondiente a la actividad que deberá desarrollar el nuevo empleado. En pos de realizar una selección basada en criterios relevantes y objetivos de cada puesto, la compañía trabaja con Descripciones de Puesto donde se describe el objetivo, tareas principales, competencias y requisitos mínimos para aplicar a cada posición. Además, en el periodo informado se avanzó con la contratación del PDA (Personal Development Analysis), una herramienta de análisis precisa y científicamente avalada que permite conocer el perfil conductual de las personas. Esta herramienta está siendo utilizada a la hora de evaluar perfiles de nuevos candidatos; y también para analizar los perfiles de empleados de la compañía que aspiran a ocupar puestos de Encargado de Sucursal; Gerente de Sucursal y Gerente Regional.

El 100% de los conceptos de remuneración se abonan a los colaboradores de acuerdo a lo indicado por las leyes y normativa vigente en Argentina.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Siendo la inclusión y la igualdad de oportunidades aspectos vitales en la esencia de Ribeiro, la empresa apoya la igualdad de condiciones y posibilidades para todos.



POTENCIAR LA EMPLEABILIDAD DE NUESTROS COLABORADORES

Uno de los ejes de gestión del Plan de Sostenibilidad de Ribeiro es la formación. Por tal motivo, la compañía entiende y sostiene en el tiempo la idea de fortalecer el capital intelectual que la conforma, ya que lo considera un diferencial, aquello que significa una ventaja competitiva para la organización. Esto la constituye en una prioridad para la empresa la gestión del desarrollo humano.

A tal fin, durante el periodo contemplado en esta comunicación se han actualizado los planes de formación tanto para Gerentes como para Encargados de sector en Sucursal. En el periodo 2016/2017 se nombraron 7 Gerentes, provenientes del cuadro de mandos medios de la compañía. El 74% de los Gerentes de Sucursal que trabajan en la empresa, a junio del 2017, han alcanzado la posición desarrollándose dentro de la compañía.

De la misma manera se ha trabajado en el desarrollo de los cuadros de mandos medios en sucursal. El 100% de los empleados que ocupan un cargo medio en sucursal dentro de la compañía se han formado internamente. Durante los periodos comprendidos en este reporte se han entrenado y nombrado más de 30 encargados de sucursal, y al 30 de junio del 2017 hay 6 candidatos que han cumplido satisfactoriamente su proceso de entrenamiento y están a la espera del nombramiento.

En este periodo se han desarrollado nuevos programas y se han rediseñado otros, pero además se ha incorporado una herramienta que es muy útil a la hora de acortar las distancias geográficas existentes por la distribución federal de las sucursales: El campus Virtual.



PROGRAMAS NACIONALES DE EMPLEO: COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD

Entendemos que generar puestos de trabajo es solo el primer paso para contribuir con la disminución de la tasa de desempleo que existe en nuestro país.

Brindar una posibilidad laboral a un candidato no debe quedar en el sencillo acto de ofrecer un puesto de trabajo y esperar que los resultados sean los mejores.

En abril del 2017, la compañía aplicó y fue admitida para participar del Programa Nacional de la Transformación Productiva (PNTP) del Ministerio de Producción de la Nación, a través del cual incorporamos personas que habían sido cesanteadas en sus puestos de trabajo de empresas productivas por el cierre de las mismas. Para participar de este proceso, además de incorporar gente de la base de desempleo otorgada por el Ministerio, adoptamos el compromiso de capacitar a los candidatos incorporados, intentando entrenarlos en habilidades blandas y de carácter comercial, ajenas al trabajo netamente productivo que venían realizando.

Luego de haber sido admitidos en el programa en mayo del 2017, para el 30 de junio de este año **ya se incorporaron 9 empleados por esta modalidad, y se proyecta llegar a 40 para fines del 2017.**

MEDIOAMBIENTE

Concientizando a nuestros clientes

En el primer semestre del 2016 se realizaron campañas de concientización sobre mejores prácticas de vida, consumo responsable y temas de interés general a nuestros clientes.

Se realizaron 7 campañas de e-mail marketing, que significaron más de medio millón de mails enviados:

“Ahorrar energía es más fácil de lo que pensás”

“Consejos para ahorrar energía en Heladeras y Lavarropas”

“¿Sabías estos tips para no gastar energía de más?”

“Consejos saludables de la mano de Ribeiro”

“Consejos saludables de la mano de Ribeiro 2”

“Consejos saludables de la mano de Ribeiro 3”

“Doná Sangre, Doná Vida”

Además, estas campañas se trasladaron a nuestros salones de venta, proyectando estos tips y consejos en los distintos televisores exhibidos en nuestros locales.



APERTURAS Y REMODELACIONES SOSTENIBLES

En el periodo comprendido se realizaron 4 aperturas de sucursal (Mar del Plata, Roque Sáenz Peña II, San Luis Centenario y Posadas Centro), y 3 mini sucursales (La Toma, Quines y Justo Daract).

Las Minisucursales representan un nuevo canal de contacto con comunidades que son importantes para Ribeiro pero que no poseen gran cantidad de habitantes. Inicialmente nuestros clientes de estas localidades se acercaban a sucursales que distan más de 140 km de su ciudad de origen para poder comprar. Entendiendo el esfuerzo y las complicaciones que generaba realizar este viaje, en Ribeiro diseñamos este nuevo formato, que permite comprar algunos productos en el local y otros a distancia, a través del e-commerce. Además, a través de las Minisucursales los clientes pueden optar por nuestro plan de cuotas sin tener que recorrer largas distancias todos los meses para cumplir con el pago de la cuota.

Todas las sucursales nuevas han sido equipadas con tecnología de última generación que contribuye a disminuir el consumo energético (electricidad y agua). Todos los aparatos de iluminación son de tecnología LED, tanto en depósitos como marquesinas y salones.

Con la premisa de avanzar en el camino de la ecoeficiencia, también se han actualizado en este periodo los sistemas lumínicos en 11 sucursales ya existentes (Caballito, Circuito 5, San Rafael, Las Flores, Almagro, Posadas, San Luis I, San Luis II, Villa Ángela, Santiago del Estero y Casilda), llegando así a un total de

33 edificios equipados en algunas o todas sus luminarias con esta tecnología.

La empresa cuenta con más de 2000 artefactos de iluminación LED, que frente a sistemas de iluminación tradicional significan un ahorro energético de entre el 40% y el 50%. También se modernizó la grifería, utilizando la tecnología Pressmatic que permite optimizar el consumo de agua en cada descarga. Además de instalar este tipo de grifería en las nuevas sucursales, en este periodo se modernizó el equipamiento en 9 sucursales más, llegando a 81 sucursales con este tipo de tecnología.

PROVEEDORES ECOAMIGABLES

Parte del compromiso con el medio ambiente que asume Ribeiro tiene que ver con la utilización de proveedores de materiales para construcción o remodelación de obras que sean sustentables. A tales fines, en el periodo comprendido en el COP se incorporaron tres nuevos proveedores que ofrecen materiales con un porcentaje de componentes reciclados, o bien regionales (fabricados en la misma región de utilización, disminuyendo el impacto al medio ambiente que puede generar el uso excesivo de transportes).

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN SUSTENTABLES

Los Centros de Distribución de La Zal y Spegazzini cuentan con luces led para los 25 mil metros cuadrados de depósito, lo que significó una inversión de 300.000 dólares. Además se han instalado lucarnas transparentes en los techos, que permiten el ingreso de luz natural evitando el uso excesivo de energía eléctrica.

Ambos Centros de Distribución cuentan con equipamiento de última tecnología, y Ribeiro tiene proyectos de agrandar estos espacios a futuro respetando estos lineamientos de inversión en tecnología de vanguardia y cuidado del medio ambiente. En los dos CD se renovó la flota de autoelevadores, utilizando modelos que reducen el consumo de combustible. Para el próximo periodo se presentará un informe de costos sobre opciones para instalar paneles solares en el CD Spegazzini para autoabastecer el consumo eléctrico del mismo.

ANTICORRUPCIÓN

REVISIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA

Ribeiro cuenta con un Código de Ética y un Convenio de Confidencialidad desde el año 2002. Estos documentos tienen como fin resguardar tanto información que es considerada privada para la compañía, como valores y cuestiones éticas que se ejercen y sostienen desde el Directorio, y que reflejan conductas que se espera que todos los colaboradores respeten y cumplan.

Estos documentos se han ido actualizando y verificando en el tiempo, siendo la última actualización en Junio de 2015. En el código de ética se dejan establecidos los comportamientos que se esperan de todos los colaboradores de la empresa. Allí se enuncian conductas esperadas para la operatoria general del negocio, y en cuestiones específicas tales como:

- Conducta de los empleados en su vida personal
 - Defensa propia de los derechos
 - Cumplimiento de las leyes y regulaciones
 - Política de los regalos
- Relación con proveedores y organizaciones que tienen actividades con la compañía
- Otorgamiento de créditos a familiares o amigos
 - Obtención de ventajas personales
 - Relación con la competencia
- Sobornos y comisiones clandestinas
- Participación en actos de corrupción
- Divulgación de información de la empresa

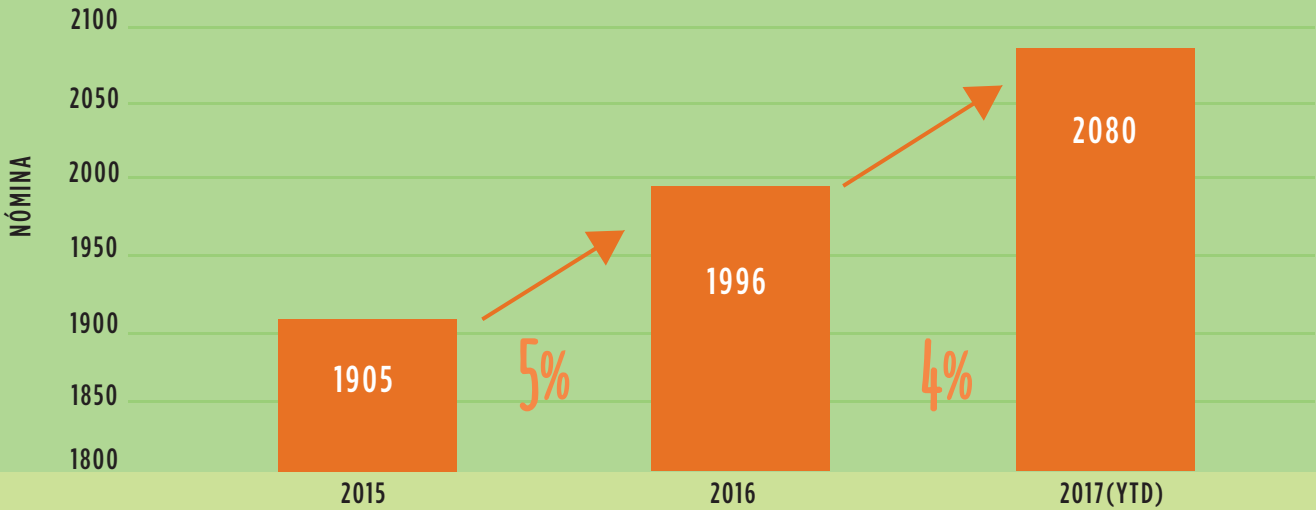
El Código de Ética es de lectura obligatoria para todos los integrantes de la empresa. Periódicamente se revisa el documento a fin de incorporar o detallar cualquier tema relevante, a la vez que se controla y documenta la recepción del mismo por parte de todos los empleados a través de un acuse de recibo.

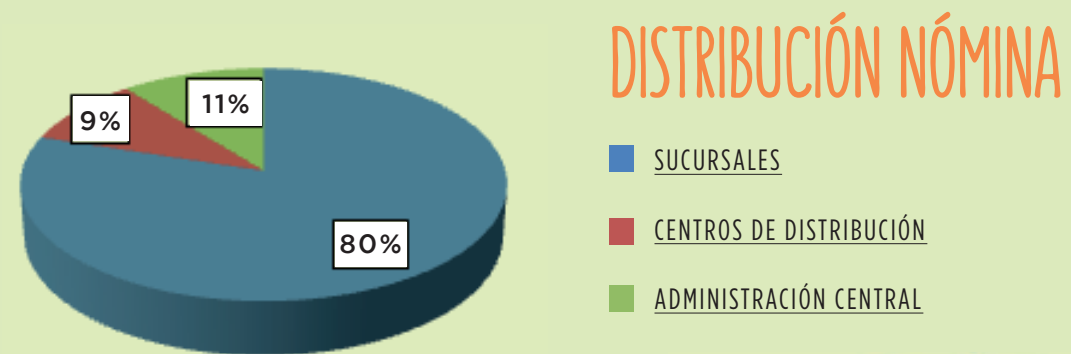
CANAL DE CONTACTO PERMANENTE

La empresa fomenta abiertamente la escucha y el diálogo con sus colaboradores. Disponemos de una casilla de correo electrónico (Sugerencias RRHH) creada especialmente para que los empleados puedan hacer llegar sus inquietudes, consultas o denuncias. Además, el sector de RRHH está consolidado como un área de servicio para la compañía, convirtiéndose así cada integrante del sector en una vía más de comunicación.

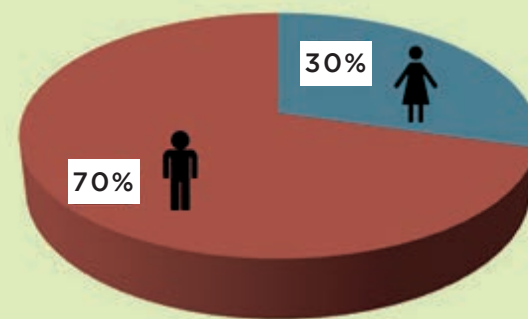
MEDICIÓN DE RESULTADOS
Estadísticas de Nómina

EVOLUCIÓN NÓMINA PROMEDIO ANUAL



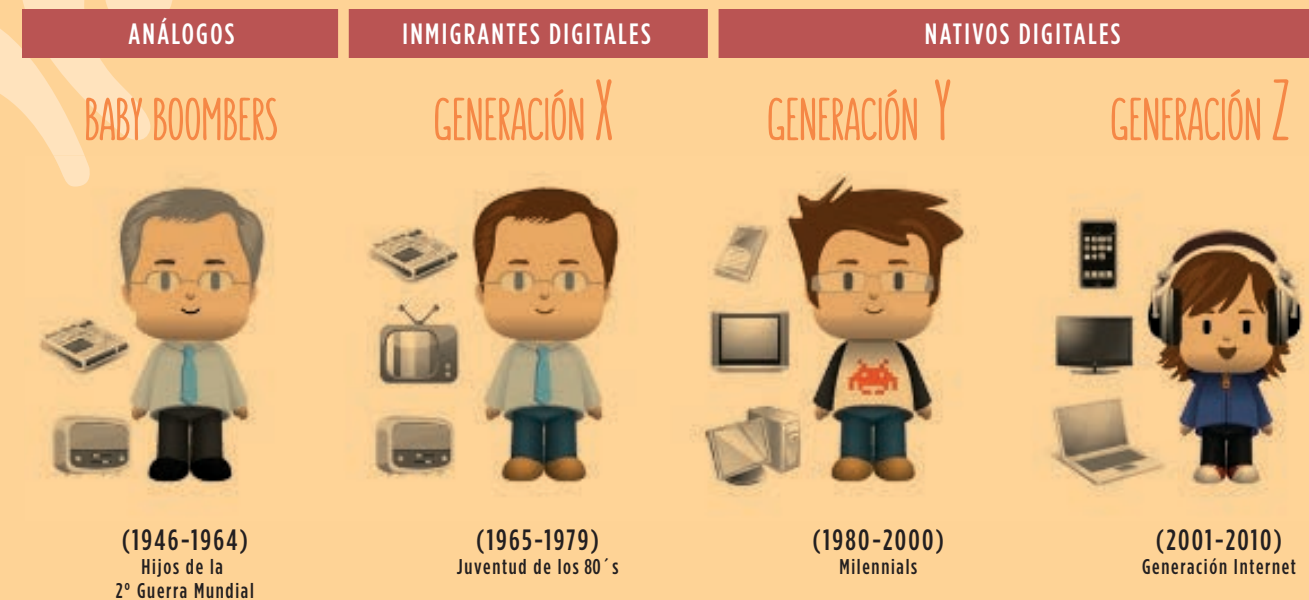


DISTRIBUCIÓN NÓMINA POR GÉNERO: AÑO 2017 (YTD)

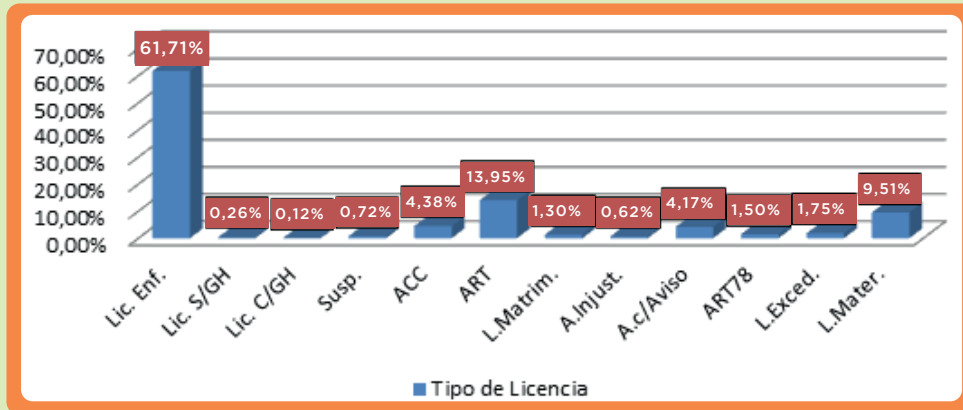


PERÍODO	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
ÍNDICE ROTACIÓN	20.56%	11.77%	13.58%	16.39%

AÑO	ÍNDICE AUSENTISMO
2015	4.52%
2016	3.44%
2017 (YTD)	3.13%



	BABY BOOMERS	GENERACIÓN X	GENERACIÓN Y	GENERACIÓN Z
ADM. CENTRAL	12%	32%	56%	0%
SUCURSALES	4%	40%	56%	0%
GENERAL COMPAÑÍA	5%	39%	56%	0%

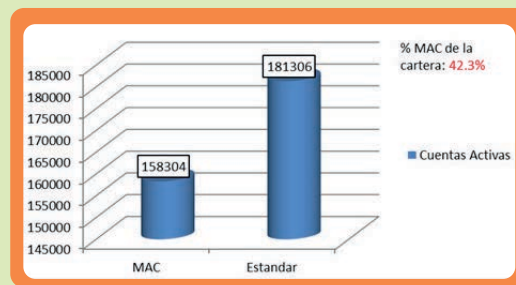
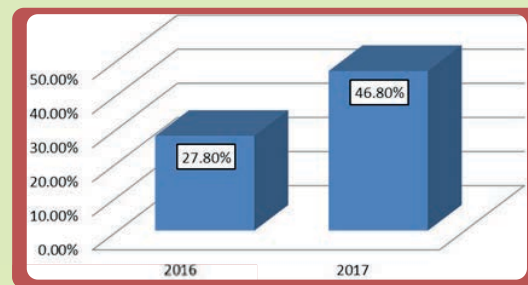


PORCENTAJES DE LICENCIAS 2016-2017

En el periodo contemplado en el reporte, se presentaron 140 casos de Licencias por Nacimiento, 106 correspondientes a Paternidades y 34 a maternidades. En estos últimos casos, el índice de reincorporación y permanencia es de 100%. Cartera de crédito, crecimiento del crédito social

La financiación, core business de la compañía, de por sí se constituye como un instrumento de inclusión. Desde ese lugar, **Ribeiro entiende que esta herramienta puede ser potenciada a través del crédito social que denomina Minicuota de Alta Confianza (MAC)**. A tales efectos se trabaja permanentemente en hacer la cartera de crédito y abrir más puertas de acceso al mercado a través del MAC.

%
CRECIMIENTO
CRÉDITO MAC



CUENTAS
ACTIVAS 2017

CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN

Una de las herramientas de marketing más utilizadas en la actualidad es el mail a la base de clientes. Este mecanismo permite en pocos segundos realizar una difusión masiva de cualquier pieza publicitaria que las empresas deseen. En Ribeiro, se utilizó esta herramienta para lanzar campañas de concientización sobre Ahorro de energía en el uso de electrodomésticos, vida sana, y la importancia de donar sangre. Estas campañas tuvieron su reflejo además en los locales comerciales de la compañía, donde se proyectaron imágenes alusivas en los televisores exhibidos y se presentaron piezas gráficas en vidriera sobre estos temas.

“Ahorrar energía es más fácil de lo que pensas”:

Se enviaron 142 mil mails. 4.8% aperturas. 0.02% de quejas por recibir este correo.

“Consejos para ahorrar energía en Heladeras y lavarropas”:

Se enviaron 142 mil mails. 4.3% aperturas. Quejas 0.02%.

“¿Sabías estos Tips para no gastar energía de más?”

Se enviaron 37.800 mails. 15% aperturas. Quejas 0.06%

“Consejos Saludables de la mano de Ribeiro”:

Se enviaron 29 mil mails. 16% Aperturas. Quejas 0.06%.

“Consejos Saludables de la mano de Ribeiro2”:

Se enviaron 29 mil mails. 21% Aperturas. Quejas 0.09%.

“Consejos Saludables de la mano de Ribeiro3”:

Se enviaron 29 mil mails. 15% Aperturas. Quejas 0.05%.

“Doná Sangre, Dona Vida”:


Se enviaron 270.300 mails. 4.4% aperturas. Quejas 0.03%.

INVERSIÓN AMBIENTE

Entre las aperturas y las remodelaciones que realizó Ribeiro en el período comprendido en el COP se instalaron 2355 artefactos de iluminación LED (Reduce el consumo energético entre un 40% y un 50% respecto del sistema lumínico precedente), significando una inversión de \$2.620.461,20.

También se instalaron o cambiaron 64 piezas de grifería por nuevas con sistema Press Matic (Regula el gasto de agua con cierre de suministro automático), lo que significó una inversión de \$266.242,41.

Además se colocaron relojes y fotocélulas en carteles exteriores de publicidad, para controlar el tiempo de encendido de los mismos; al igual que sensores presenciales en las salas de reunión de las oficinas centrales para que la luz se encienda solo ante la existencia de gente en la sala.

IMPLICANCIA	ACCIONES / ÁREA DEL NEGOCIO INVOLUCRADA	IMPLICANCIA	ACCIONES / ÁREA DEL NEGOCIO INVOLUCRADA
1 FIN DE LA POBREZA 	ALTA <ul style="list-style-type: none"> •Financiación en general, y el crédito MAC en particular •Otorgamiento de Préstamos Personales •Generación de puestos de trabajo en blanco en comunidades donde esta práctica no es recurrente •Trabajo con proveedores locales de cada comunidad (Obras) 	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto sobre este ODS. Desde las estrategias comerciales elegidas hasta la concreción de las actividades de la organización, no se genera contaminación de cuencas. La empresa entiende y apoya la importancia de trabajar en este ODS a nivel mundial</p>
2 HAMBRE CERO 	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> •Las acciones expuestas en el ODS1 contribuyen en forma indirecta a reducir el hambre •Dentro de las acciones de donación que se realizan en el Plan de RSE de la empresa, los sujetos de donación suelen ser Merenderos, Escuelas y Hospitales. 	7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto sobre este ODS. Se comercializan productos donde se identifica el consumo excesivo e innecesario favorece a brindar acceso a ña energía a más hogares.</p>
3 SALUD Y BIENESTAR 	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> •Dentro de las acciones de donación que se realizan en el Plan de RSE de la empresa, los sujetos de donación suelen ser Merenderos, Escuelas y Hospitales. •Se comercializan productos que fomentan la salud y el bienestar. •Se realizaron campañas de concientización sobre estos temas. 	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	ALTA <ul style="list-style-type: none"> •Financiación en general, y el crédito MAC en particular •Otorgamiento de Préstamos Personales •Generación de puestos de trabajo en blanco en comunidades donde esta práctica no es recurrente •Trabajo con proveedores locales de cada comunidad (Obras)
4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 	ALTA <ul style="list-style-type: none"> •Formación a clientes en cultura de crédito y ahorro energético. •Formación y desarrollo interno para colaboradores de la empresa •Dentro de las acciones de donación que se realizan en el Plan de RSE de la empresa, los sujetos de donación suelen ser Merenderos, Escuelas y Hospitales 	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> •La actividad comercial se favorece a la producción de la industria •Se promueve la innovación tecnológica permanente •Se realizan aperturas de sucursal trabajando con última } tecnología, que promueve el ahorro (orientado al cumplimiento de normas LEED)
5 IGUALDAD DE GÉNERO 	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> •Directorio compuesto por hombres y mujeres •Cargos de Gerencias de área ocupados por hombres y mujeres •Cargos de Gerencias de Sucursal ocupados por hombres y mujeres •Jefaturas y Mandos medios ocupados por hombres y mujeres •A igual puesto, igual salario para hombres y mujeres 	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	ALTA <ul style="list-style-type: none"> •Inclusión Social como reactor de la estrategia de financiación •Misma tasa de financiación Crédito Estandar y Crédito MAC •Acciones sociales de donación a Merenderos, Escuelas y Hospitales •Generación de empleo en comunidades que no son grandes citys urbanas

IMPLICANCIA	ACCIONES / ÁREA DEL NEGOCIO INVOLUCRADA	IMPLICANCIA	ACCIONES / ÁREA DEL NEGOCIO INVOLUCRADA
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto directo sobre este ODS, aunque la generación permanente de puestos de trabajo en comunidades que no conforman las grandes citys urbanas contribuye en este ODS, al igual que los productos para hogares con nuevas tecnologías que comercializa la empresa</p>	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto directo sobre este ODS. Desde las estrategias comerciales elegidas hasta la concreción de las actividades de la organización, siempre se buscará no afectar la vida de los ecosistemas terrestres</p>
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 	MEDIA <ul style="list-style-type: none"> •Identificación de consumo energético en productos •Campañas de concientización sobre correcto uso para menor consumo eléctrico •Servicio Técnico dedicado a reparar productos y evitar producción en exceso 	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto directo sobre este ODS. Desde las estrategias comerciales elegidas hasta la concreción de las actividades de la organización, siempre se pregona respaldar a las instituciones y fomentar ña Paz y la Justicia</p>
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto directo sobre este ODS. El cambio climático resulta un tema de interés para la organización, y se espera contribuir en el clima optimizando el consumo energético y el consumo de agua y papel dentro de la organización.</p>	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	MEDIA <p>Por el área de actividad de la organización, al ser un eslabón dentro de la cadena de producción y venta de productos, existe la posibilidad de realizar diversas alianzas que permitan avanzar en la concreción de los ODS. La empresa entiende este como el gran desafío empresarial en búsqueda de la mejora continua.</p>
14 VIDA SUBMARINA 	BAJA <p>Por el área de actividad de la organización, no tiene impacto directo sobre este ODS. Desde las estrategias comerciales elegidas hasta la concreción de las actividades de la organización, siempre se buscará no afectar la vida submarina.</p>		

**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

A stylized background graphic consisting of four hands, each with a circular palm and three fingers, arranged in a square pattern. The hands are light gray, and the central square is a darker gray. The entire graphic is set against a light gray background.

mi ni cuo tas
RIBEIRO