



Desde el 2018 hasta la fecha el programa de **RSE del BNB Veo Veo** realizó



La entrega de más de **10.000 lentes con medida** niños, niñas, jóvenes, adultos y adultos mayores en situación de vulnerabilidad en Bolivia.



Los lentes entregados mejoran la calidad de vida de quienes los reciben, logrando realizar de mejor manera sus labores y oficios.



### Evaluación y entrega de lentes

En lo que va del 2023 se realizaron más de 2.000 evaluaciones y se entregaron más de 1.000 lentes a personas con discapacidad intelectual, adultos mayores y personas en situación de calle.



### Alianza con las fundaciones



Estamos orgullosos de mejorar la salud visual de niños, niñas, jóvenes y adultos mayores con y sin discapacidad, este programa de RSE apoya a los beneficiados a mejorar su forma de relacionarse e integrarse con el mundo que los rodea.



**Solidaridad.** Cochabamba expresó su solidaridad con la campaña Caminando por la Vida.



**Actividad.**  
Inauguración de la caminata.

REDACCIÓN CENTRAL  
Los Tiempos

**C**aminando por la Vida es una campaña de solidaridad en la que participan personas, empresas y organizaciones, jóvenes voluntarias y voluntarios, que llevan esperanza a niñas y niños con cáncer de todo el país, como una acción de sensibilización a la ciudadanía en torno a esta enfermedad.

En ese marco, Banco FIE, ONG FIE y la Fundación Oncofeliz llevaron adelante la caminata correspondiente a la tercera versión de la campaña en la ciudad de Cochabamba. La ruta fue de 4 kilómetros desde el parque Japonés hasta el parque del Arquitecto, y congregó a más de 1.300 caminantes y a al menos 200 voluntarias y voluntarios comprometidos con esta causa.

Esta actividad está destinada a promover la recaudación de fondos para cubrir el tratamiento de cáncer de niñas y niños en el Hospital Manuel Asencio Villarroel en Cochabamba, el Hospital del Niño en La Paz, el Instituto Oncológico del Oriente Boliviano en Santa Cruz.

Durante el acto central de esta actividad, los representantes de la Fundación Oncofeliz, Carla Frías y Sergio Arce, destacaron el impulso y el compromiso de cientos de personas que cada año hacen posible que las niñas y niños puedan acceder a los tratamientos de manera oportuna y tener una esperanza de vida. “Queremos agradecer a todos los que están presentes, por acompañarnos y por sus aportes cada centavo que se logra recaudar va dirigido a apoyar a nuestros niños y sus familias”, manifestaron.

En su intervención, el director del Hospital Manuel Asencio Villarroel, Raúl Copana, ponderó el apoyo que cada año permite que los niños y niñas no abandonen los tratamientos por falta de recursos económicos. “Agradecer que existan personas como ustedes que se preocupan por los niños en el país que sufren esta grave enfermedad. Estamos comprometidos con esta causa y sabemos que los resultados han sido tangibles, pues en la gestión 2022 el apoyo logró la instalación de un labo-

# Campaña Caminando por la Vida a favor de niñas y niños con cáncer congregó a más de 1.500 personas en Cochabamba

**Actividad.** Este fin de semana, se desarrolló la caminata impulsada por Banco FIE, ONG FIE, entidades y empresas aliadas, grupos de voluntarios y la ciudadanía cochabambina que expresó su solidaridad con esta causa

ratorio que permite detectar la enfermedad de manera oportuna. Hemos hecho más de 200 diagnósticos mensuales y mientras más pacientes diagnostiquemos vamos a tener una mejor tasa de supervivencia”, aseguró.

Por su parte, la gerenta regional de Banco FIE en Cochabamba, Gabriela Terrazas, destacó que Caminando por la Vida se ha convertido en una verdadera cadena de solidaridad, de alcance nacional, que apoya a los principales centros de atención oncológica para niñas y niños, en las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

“Agradecer a todas las personas que hoy han acudido a esta convocatoria. Tenemos la seguridad de que esta campaña sensibiliza a toda la población y nos ayuda a dar estos pasos de esperanza junto a nuestras peñas guerreras y guerreros, para que puedan recibir tratamiento médico y un diagnóstico oportuno en los tres centros hospitalarios de atención del cáncer infantil en el país. Extiendo nuestro agradecimiento a todas las em-

presas e instituciones aliadas, que permiten a esta campaña crecer cada año y a los y las voluntarias, sin cuyo esfuerzo no podríamos seguir adelante”, puntualizó la gerente regional.

En la gestión 2022, se recaudaron 1.618.466 bolivianos una cifra muy importante cuando se conoce que cada tratamiento tiene una duración aproximada de tres años y el costo total puede llegar incluso a los 20 mil dólares. El monto recaudado y el aporte directo realizado por Banco FIE a la campaña permitió extender la cobertura del apoyo brindado a las niñas y niños de escasos recursos que padecen esta enfermedad en el país.

Y fueron los padres de los niños con cáncer que protagonizaron el momento más emotivo en el cierre de la caminata, destacando su agradecimiento a los organizadores de esta campaña.

La recaudación de aportes a favor de las niñas y niños con cáncer continuará hasta el

31 de septiembre a través de las diversas modalidades: el uso de canales digitales, en las agencias de Banco FIE en todo el país o en las latas físicas que manejan los voluntarios/as y empresas aliadas.

### Aliados de Caminando por la Vida en Cochabamba

Banco FIE, ONG FIE, Hospital Manuel Asencio Villarroel, Oncofeliz, APANIAC, Padres y Madres de Niños con cáncer en vigilancia, Gobierno Autónomo Municipal de Cochabamba, Secretaría de Salud de la Gobernación de Cochabamba, Cámara Nacional de Industrias, Camebol Cochabamba y empresas como CBN-Agua Somos, Bagó, Farmacorp, Toyosa, La Boliviana Ciacruz, Consega, Megalabs, Nike, Totto, Burbank, y Four Group y Postall, aliados técnicos; así como los grupos de voluntarias y voluntarios de la Universidad Privada Boliviana, la Universidad Salesiana de Bolivia, Ingenieros Financieros San Simón y los grupos de Scouts del Distrito de Cochabamba.



# UNAMOS NUESTROS PASOS

CAMINEMOS POR LOS NIÑOS Y NIÑAS CON CÁNCER

**¡GRACIAS COCHABAMBAMBA!**

**MÁS DE 1.500 COCHABAMBINOS Y COCHABAMBINAS CAMINARON POR LA VIDA.**



El domingo 20 de agosto, Cochabamba se unió en una caminata solidaria para dar esperanza a niños y niñas con cáncer.



LAURA MANZANEDA  
Los Tiempos

El estudio “Estado de la situación actual de empresas con actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)” en Bolivia reveló que el 62 por ciento de éstas se destinan a cuidado del medioambiente, le siguen educación, salud e igualdad de género.

El estudio fue realizado con 80 empresas del país por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) a solicitud de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

Asimismo, el estudio reveló que las actividades de RSE de las empresas estaban enfocadas en un 83 por ciento la comunidad o sociedad, seguido de trabajadores, clientes y proveedores, respectivamente.

Uno de los principales hallazgos en la investigación es que cada vez son más las empresas que enfocan su estrategia de negocio e incluyen aspectos de RSE en los cimientos empresariales como su visión, misión, políticas, comités internos, creación de áreas específicas de RSE e involucramiento con la cadena de valor. Los compromisos y liderazgos energéticos e importantes suelen sobresalir entre las acciones de realizan las empresas bolivianas, los cuales han conllevado sus acciones a impactos importantes y muy valorados en la sociedad en general, con acciones hacia el desarrollo de capacidades técnicas, incentivo al bienestar, sustentabilidad y gestión de reciclaje, promoción y valoración de la fauna y flora, principalmente.

En tal forma, el 69 por ciento de las empresas cuentan con políticas estratégicas que incluyen en su enfoque de gestión acciones sociales y medioambientales, con altos grados de compromiso por los niveles ejecutivos principalmente y además por los trabajadores de las empresas.

Asimismo, las áreas de mayor actividad en acciones de RSE descritas por las empresas son medio ambiente, educación y salud, donde estas empresas desarrollan campañas externas para un mejor cuidado del medioambiente, gestión de reciclaje en diferentes materiales principalmente en plásticos; arborización de zonas sensibles, incentivos a producción ecológica, fomento a emprendimientos ecológicos, principalmente, e internamente las empresas establecer políticas y normas de cuidado ambiental, ya sea desde la reducción de consumo energético y agua, reciclaje y talleres de incentivo a la conciencia ambiental.

En las acciones de educación, las empresas trabajan de igual forma, tanto internamente con el fortalecimiento de capacidades y habilidades a sus trabajadores; así como externa en capacitaciones y entrenamiento de diferentes temas técnicos, habilidades, valores, arte y otros.

Las acciones de salud se reflejan mayormente en donaciones e integración de empresas e instituciones para facilitar operaciones y cirugías, además de atenciones gratuitas y de costos bajos; e internamente las empresas promueven un bienestar saludable para sus trabajadores, con revisiones periódicas y preventivas en general.

Se apreció que la sociedad destaca en la atención de las empresas con el 83 por ciento, donde éstas suelen ser las comunidades y alrededores en donde las empresas realizan sus operaciones y la sociedad en general. En segundo enfoque están los trabajadores, motor básico de la productividad de la empresa, y donde estas se preocupan no sólo de su rendimiento sino de su bienestar, por ello, implantan un fortalecimiento de capacidades principalmente técnicas.

Otro hallazgo importante es que las empresas son conscientes de la limitaciones de su accionar en RSE, por lo que conocen los aspectos que les falta desarrollar o implementar para una mejor acción en este tema, requiriéndolo



## El 62% de las empresas nacionales aplican actividades de Responsabilidad Social Empresarial

**Contribución.** Un estudio reveló que las empresas nacionales se dedican al cuidado del medioambiente, apoyan la educación, salud e igualdad de género

se en un 62 por ciento entre las empresas un mayor presupuesto para ampliar el impacto y los beneficiarios; así como también ampliar el personal dedicado a estas acciones.

El estudio además señala que la RSE supone un mayor compromiso de las empresas por su contribución al bienestar social, además de aportar voluntariamente a las necesidades de la sociedad. Las empresas que la aplican priorizan un enfoque de apoyo hacia la sociedad, implicando un cambio integral e invirtiendo esfuerzos necesarios permitiendo la participación activa de los involucrados en fomentar la calidad y bienestar social, además de permitirse ampliar las relaciones entre los grupos de interés y la empresa.

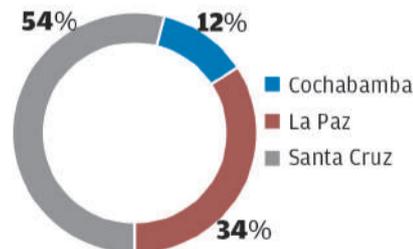
Los resultados obtenidos del estudio enfatizan el estado y las perspectivas de las empresas bolivianas en actividades de Responsabilidad Social Empresarial. Siendo que la RSE llegó a Bolivia hace aproximadamente dos décadas, puede afirmarse que en la actualidad los actores empresariales están tomando consciencia en el impacto de sus negocios hacia aspectos sociales y medioambientales, aunque continúan enfocando muchas acciones como simplemente filantropía por la carencia de sistemas de gestión bien definidos.

Según el estudio del IBCE todavía se debe continuar con el incentivo al desarrollo de estos sistemas de gestión en las empresas de todo tamaño.

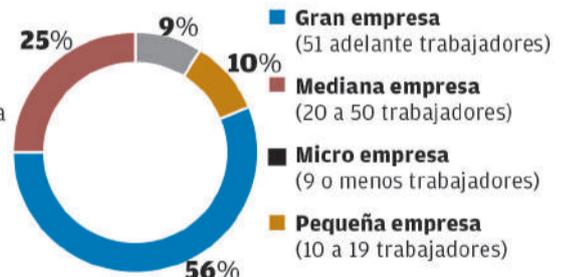
### EMPRESAS CON ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN BOLIVIA

FUENTE: IBCE  
GRÁFICO: Los Tiempos / Wilson Cahuaya

#### Porcentaje de empresas encuestadas



#### Tamaño de empresas participantes



#### Estudio de la FEPC

El presidente de la Federación de Entidades Empresariales Privadas de Cochabamba (FEPC), Luis Laredo, indicó que el Observatorio Económico de su institución inició hace tres meses un estudio para conocer a las empresas que aplican actividades de RSE.

Laredo explicó que el estudio está por concluir y tiene el objetivo de conocer la cantidad de empresas que aplican la RSE, en qué áreas, sus acciones y el presupuesto que destinan para ello.

“El estudio del Observatorio mostrará esas acciones que realiza el empresariado

en la comunidad y en los grupos de interés”.

El ejecutivo considera que durante muchos años estas actividades de RSE pasan desapercibidas por la sociedad, pero aclaró que hay varias empresas que lo aplican. “Es importante porque el Gobierno quiere que todas las empresas hagan RSE, pero ya desde el 2010 la hemos adoptado, pero no se visualiza y creo que es importante conocerlas”.

Detalló que aplicar la RSE trae muchos beneficios para la empresa y que no se requiere mucho presupuesto para aplicarla y depende de la voluntad de las empresas.

**Responsabilidad.** “La sustentabilidad es nuestra esencia, no solo una parte de nuestro negocio. Es lo que somos y cómo operamos”, James Quincy, CEO de Coca-Cola Company.

REDACCIÓN CENTRAL  
Los Tiempos

**E**n un mundo cada vez más consciente de la importancia de cuidar el entorno, Embol Coca-Cola Bolivia se destaca como un líder ejemplar en el cuidado ambiental gracias a sus innovadores proyectos y un firme compromiso con un futuro más sostenible. Todas sus iniciativas de ESG se realizan a través de la Fundación Coca-Cola de Bolivia.

En este sentido, el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa 2022 (MERCOS), otorga a Embol Coca-Cola Bolivia el primer lugar en la categoría “Environment”, lo que significa que es la Empresa más Responsable con el Medio Ambiente en Bolivia; un reconocimiento merecido por sus esfuerzos en tres pilares fundamentales: Un Mundo sin Residuos, Cuidado del Agua y Empoderamiento Económico.

**Un Mundo sin Residuos**

En colaboración con el gobierno nacional, gobiernos municipales e instituciones, la Fundación Coca-Cola de Bolivia ha logrado recuperar y reciclar una asombrosa cantidad

# Embol Coca-Cola Bolivia es la empresa más responsable con el medio ambiente según el MERCOS Environment



**Apoyo.** Coca-Cola tiene tres proyectos de reposición de agua y uno de acceso a agua segura.

de 3.080 toneladas de botellas plásticas a nivel nacional, un paso significativo hacia su visión de un “Mundo sin Residuos”. Además, ha capacitado a más de 16.000 personas en reciclaje y desplegado 2.500 contenedores de reciclaje en todo el país. Sin duda, este es un esfuerzo colectivo para el bienestar del planeta.

Para alcanzar la meta de recuperar el 100% de los envases que pone en el mercado para el 2030, la compañía reconoce la importancia de involucrar a todas las personas e instituciones posibles en esta causa.

**Empoderamiento Económico y Social**

La Fundación Coca-Cola Bolivia demuestra su compromiso con el empoderamiento económico de la sociedad boliviana. En este camino y durante 2022, ha apoyado a más de 1.500 jóvenes y mujeres emprendedoras a través de programas como las Olimpiadas de Emprendimiento, Mercados Turísticos, Pista 8, Emprendedor Global Sustentable y Emprendedoras con Propósito. Esto no sólo fomenta el espíritu emprendedor, sino que también contribuye de manera significativa al empoderamiento económico y social en el país.

**Cuidado del Agua**

La gestión responsable del agua es un pilar fundamental para la Fundación Coca-Cola Bolivia. En alianza con la Fundación Natura y Bolivia con Agua viene desarrollando tres proyectos de Reposición de Agua y un Proyecto de Acceso a Agua Segura. Estas acciones están alineadas con el objetivo global de agua para el 2030, que busca proteger cuencas, reabastecer el agua, reducir el consumo en sus plantas y reciclar el agua de procesos. Destacar también su compromiso de reposición del 100% del agua que utiliza en la elaboración de sus productos.

A través de los Acuerdos Recíprocos por Agua (ARA) con la Fundación Natura, ha logrado reponer más de 2.900 millones de litros de agua a los acuíferos de Santa Cruz, La Paz y Beni, protegiendo así más de 39.893 hectáreas de bosques. El programa “Bolivia con Agua” ha beneficiado a 1.100 familias al proporcionarles acceso a agua segura y ha capacitado a más de 100 mujeres en plomería, además de contribuir a la construcción de infraestructura educativa y proyectos de reforestación.

A través de la Fundación Coca-Cola de Bolivia, la compañía sigue liderando el camino en la Responsabilidad Social Empresarial y la protección del medio ambiente en el país, creando un ejemplo inspirador para otras organizaciones.



**RUMBO A UNA INDUSTRIA DE BEBIDAS 100% SUSTENTABLE**

ORGULLOSAMENTE RECONOCIDOS POR MERCOS COMO LA **EMPRESA #1 EN GESTIÓN DE MEDIOAMBIENTE**





# Las empresas bolivianas aplican cada vez más la responsabilidad social empresarial

LAURA MANZANEDA  
Los Tiempos

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tipo de gestión integral de negocios que considera tanto el crecimiento económico de la empresa como el bienestar social y la protección del medioambiente. En Bolivia, cada vez más empresas la aplican porque mejoran su reputación e imagen.

La RSE hace que las empresas sean reconocidas por sus prácticas en materia de desarrollo sostenible, en beneficio tanto de la sociedad como del medioambiente, lo que tiene un impacto positivo al interior y exterior de la empresa.

El gerente de Responsabilidad Social Empresarial del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), Rodrigo Magariños, explicó la importancia de la aplicación de la RSE y aclaró que las empresas nacionales son cada vez más conscientes de su importancia, por lo que, su aplicación se incrementa cada año.

## 1.- ¿Las empresas bolivianas aplican la RSE?

Existen varias empresas bolivianas que realizan acciones de RSE. En el sector de la banca se aplica de manera obligatoria, solicitado por la ASFI a través de un reglamento. Para las demás empresas comerciales se le dio la potestad a la Autoridad de Fiscalización de Empresas (AEMP) para que supervise las actividades de RSE a través de informes que solicita anualmente.

Existen tres importantes estudios sobre RSE. El primero fue realizado por la Fundación Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial para conocer una aproximación de la aplicación de RSE en el sector privado. El segundo fue realizado por el Observatorio de RSE de la FEPC y el último fue realizado por el IBCE con apoyo de JICA para conocer a las empresas que la aplican a nivel eje troncal. De todas maneras, estos estudios no incluyen a todas las empresas que realizan alguna acción de RSE, muchas realizan acciones pero no lo comunican.

## 2.- ¿Por qué pocas empresas aplican la RSE?

No hay un conteo oficial de las empresas que aplican RSE.

Lo que sí se aprecia es que la RSE es cada vez más aplicada y comunicada por las empresas privadas con el fin de apoyar a todas sus partes interesadas (trabajadores, comunidad, accionistas).

La razón por la que no todos lo aplican depende de muchos temas. En primer lugar, falta de conocimientos, de un (profesional) experto, falta de recursos y apoyo, o no conocen las ven-

**Responsabilidad.** La RSE busca el crecimiento económico de las empresas, pero con bienestar social y protección del medioambiente

tajas o beneficios reales de la RSE y en otros casos hay empresas que lo aplican mal.

## 3.- ¿Por qué es tan importante la RSE?

- La RSE es un modelo de gestión que busca que la empresa pueda generar una sinergia con las partes interesadas, ya que identifica los impactos positivos o negativos a lo largo de su cadena de valor y todas sus operaciones para buscar aquellas que de alguna manera causan un conflicto con cualquier parte interesada y buscan la forma de solucionar este conflicto o puede que identifiquen un impacto altamente positivo para fortalecerlo y que sea de mayor beneficio.

Entonces la intención de la RSE no es hacer una foto bonita al realizar un acto de donación, sino gestionar estos impactos para que tengan buenos resultados y realizar buenas acciones operativas en la empresa.

## 4.- ¿Cómo ayuda el IBCE a las empresas a aplicar la RSE?

- El IBCE, a través de su gerencia de RSE, apoya a todas las empresas en la implementación de programas de RSE.

Ayuda a realizar este diagnóstico, estructurarlo correctamente y de manera formal esta actividad dentro la empresa a través de un equipo especializado con una metodología propia, a partir de ahí y definiendo los lineamientos de RSE (...) que le permita a la empresa identificar las actividades, las metas, los indicadores, los recursos, los responsables con la intención de cumplir con los objetivos estratégicos que se están planteando dentro de su plan de responsabilidad social de manera que pueda desfasarse de esas actividades filantrópicas y que todas sus actividades de RSE se generen en base al giro del negocio y que busquen minimizar los impactos negativos y fortalecer los positivos

El IBCE además apoya en todos los niveles de trabajo incluyendo la comunicación de las buenas prácticas a través de reportes de sostenibilidad con una metodología.



**Ejecutivo.** El gerente de Responsabilidad Social Empresarial del IBCE, Rodrigo Magariños.

## Staff:

Yola Polo • Gerente Comercial Nacional polo.yola@gmail.com - Laura Manzaneda • Editora Contenidos - Paola López • Diseño de Suplemento  
Alison Salazar • Fotocromía - Imprenta • Editorial Canelas S.A Cel.: 60706796 Editorial Canelas S.A. Sede Cochabamba - Plaza Quintanilla • Casilla 525  
Telf. piloto: 4254567 • Fax: 4257773 Oficina regional Santa Cruz Cel.: 591 60706779 Oficina regional La Paz - Telf.: 591 2 2357142 - Cel.: 61793777

# MERCO ESG 2022: CBN es reconocida como la empresa con mejor gestión en temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo

**Distinción.** La empresa obtuvo el primer lugar en la categoría ESG en el ranking MERCO. En julio, MERCO ya reconoció a la CBN como la empresa con mejor reputación del país

REDACCIÓN CENTRAL  
Los Tiempos

La Cervecería Boliviana Nacional se posicionó, una vez más, en el primer lugar del prestigioso Ranking MERCO, que cada año califica a las 100 mejores empresas con relación a su responsabilidad ESG. Es la segunda vez que MERCO califica esta categoría y la segunda que CBN está en el primer lugar.

“Este es un galardón que particularmente nos llena de orgullo, porque representa el reconocimiento social a nuestro empeño cotidiano por generar valor compartido, dentro de la compañía, en nuestra comunidad y nuestro planeta. Esta es una labor con la que cada miembro de la familia CBN está profundamente comprometido”, expresó la gerente de Sustentabilidad y Comunicación Corporativa de la compañía, Andrea Benavente.

## MERCO

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), institución de referencia en Iberoamérica, evalúa la reputación de las empresas. Es un instrumento de evaluación reputacional lanzado en 2003 y que basa su categorización en una metodología multi-stakeholder, compuesta por seis evaluaciones y más de veinte fuentes de información para cada medición.

Desde el año pasado, MERCO cambió su categoría de RSE, con la que hasta entonces reconocía los esfuerzos solidarios y de compromiso sustentable de las empresas, para pasar al enfoque ESG. Desde el inicio del recuento en el país, el trabajo de CBN en este campo siempre fue reconocido con los primeros lugares.

Para el ranking 2021, que se difundió en 2022, MERCO incluyó en sus mediciones la categoría ESG, que incluye las subcategorías Ambiental, Social y Gobierno Corporativo, a la estructura de recopilación de información y análisis del recuento “con el fin de ampliar los objetivos y los públicos de interés y mejorar la información estratégica para la empresa”, de acuerdo a la consultora.

## Trabajo institucional

Varias de las iniciativas de la CBN articulan más de una dimensión de ESG, por ejemplo, Acelera 100+ una iniciativa que busca identificar emprendimientos locales que trabajen brindando productos o servicios que tengan una visión innovadora y sostenible, y que respondan a sus objetivos de sostenibilidad: gestión del agua, agricultura inteligente y acción climática.

Otra de las iniciativas que responde a la apli-



**Presentación.** Primer Camión Eléctrico de Bolivia.

cación de los criterios ESG es el proyecto integral Sembrando Vida, que busca la restauración de una de las áreas protegidas de Bolivia, el Parque Nacional Tunari, en el departamento de Cochabamba. El proyecto propone como acciones principales la plantación de arbolitos endémicos para la conservación de la flora y fauna, el uso responsable del agua, la concientización a través de la movilización social y la vinculación con voluntarios y la comunidad que vive en este lugar.

“Con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono, hemos instalado paneles solares en nuestro Centro de Distribución de El Alto, donde la energía producida cubre las necesidades del complejo. De la misma forma, presentamos el primer camión eléctrico de Bolivia, con el compromiso de progresivamente sustituir la flota de distribución de productos por vehículos de este tipo. Asimismo, implementamos montacargas eléctricos que aportarán en la disminución de la huella de carbono”, dijo.

Por otro lado, Cervecería Boliviana Nacional lanzó al mercado, en septiembre de 2021, Agua Somos, el primer producto concebido desde su nacimiento con un propósito solidario: llevar agua a comunidades en situación de vulnerabilidad. Por ello, benefició con estanques de agua a cuatro comunidades agrícolas en las proximidades de la planta Huari, en Oruro, con los cuales se potenció el microrriego y ayudó a más de 1.246 familias, a sus cultivos y ganado.

“En CBN promovemos el desarrollo de talento femenino y buscamos abrir camino a las mujeres hacia posiciones de liderazgo, brindándoles visibilidad interna y externa, a través de iniciativas como Women in Beer, Womentoring o Historias de mujeres Líderes CBN. Como parte del pilar de Diversidad e Inclusión, hemos sido miembros activos de la Mesa de Género del Pacto Global de Naciones Unidas en las acciones que se llevaron a cabo a lo largo del año”, señaló Benavente.

El año pasado conmemoraron la decimoquinta versión de la Semana del Consumo Inteligente, con la campaña El Arte de Beber con Inteligencia. Durante la campaña, se reforzaron cuatro mensajes en todos los canales de comercialización: rechazar la presión social a la hora de beber, intercalar el consumo de alcohol con agua, ingerir alimentos antes y durante el consumo de bebidas y programar un taxi para regresar a casa.

En el marco de su gobernanza corporativa realizaron la rendición de cuentas, abordaron la independencia de los/as directores/as, su remuneración, la estructura de la empresa, el cumplimiento fiscal, la transparencia y los programas anticorrupción, entre otros.

“Trabajamos todos los días con la convicción de que nuestro esfuerzo, personal e institucional está construyendo un futuro de prosperidad compartida que forma parte de nuestra visión estratégica como compañía”, concluyó la ejecutiva.

**CBN** | Cervecería Boliviana Nacional

**merco**

Ter LUGAR  
RESPONSABILIDAD ESG  
2022

# Somos N°1

**CBN** trabaja para construir un futuro con prosperidad compartida, promoviendo un crecimiento inclusivo y sustentable.



Ter Lugar  
Empresa con mejor  
Reputación de Bolivia  
2022

Ter Lugar de  
Responsabilidad ESG  
2022

Ter Lugar  
Empresa  
Categoría Bebidas  
2022