

Tendencia: “La sostenibilidad debe empezar por casa”

- FIFCO compartió sus principales iniciativas de sostenibilidad, tanto internas como externas.
- La empresa hace énfasis en que agenda de sostenibilidad empieza a lo interno de la compañía.

Mayo 2019. En un formato íntimo y disruptivo FIFCO invitó a representantes de otras empresas, instituciones aliadas, cámaras empresariales y a líderes de medios de comunicación y redes sociales a conocer más de sus esfuerzos en materia de sostenibilidad, con especial énfasis en aquellos esfuerzos dirigidos a sus colaboradores. El iniciar los esfuerzos de sostenibilidad a lo interno de la compañía es un paso clave en el desarrollo de cualquier agenda de responsabilidad social empresarial según el testimonio de FIFCO.

Los asistentes se hicieron una medición antropométrica (para medir sus niveles de nutrición), recibieron clases de yoga y ejercicios de movilidad y hasta conocieron detalles de cómo es el proceso de diseño de un producto incorporando criterios de sostenibilidad, específicamente el proceso de productos como Imperial Ultra y Tropical Cero. Lo anterior como una muestra de la cultura organizacional de FIFCO que, siendo una empresa basada en la triple utilidad, busca bienestar y generar valor económico, social y ambiental de forma simultánea. Parte de la agenda social incluye iniciativas que buscan mejorar la calidad de vida de los empleados: asesorías en temas de nutrición y bienestar físico, erradicación de la pobreza, programas de capacitación, oportunidad de contribuir a causas sociales a través del voluntariado, por nombrar algunas.

“En FIFCO tenemos muy claro nuestro propósito, ‘Compartir con el Mundo una mejor forma de vivir’, y fue justamente lo que nos plantemos al transmitir nuestra experiencia de diseñar una agenda de sostenibilidad estratégica, tanto a nivel interno como externo. Con el fin de multiplicar las buenas prácticas y que se pueden replicar en otras empresas, instituciones o la comunidad en general, le dimos la oportunidad a los invitados de experimentar de primera mano nuestras principales iniciativas que fomentan bienestar y una mejor calidad de vida entre nuestros empleados.”, puntualizó Gisela Sánchez, directora de Relaciones Corporativas de FIFCO.

De una forma vivencial FIFCO recalcó el impacto y avances en sus 7 Compromisos:

Ser reconocidos como una de las mejores empresas para trabajar	FIFCO cuenta con un moderno concepto de universidad corporativa , UFIFCO, con opciones de capacitación y crecimiento profesional desde bachillerato por madurez, hasta planes de capacitación personalizados. Durante el 2018 la empresa dedicó más de 40.300 horas de capacitación. La empresa cuenta con una serie de beneficios que buscan aportar a un sentido de bienestar y balance a la vez que viven los 4 valores empresariales: sostenibilidad, pasión por ganar, celebración e imaginación.
Erradicar la pobreza a lo interno de nuestra compañía	El programa FIFCO Oportunidades logró erradicar la pobreza extrema en la compañía, en un tiempo récord de 3 años que incluyó 118 colaboradores y sus familias que superaron esta condición de vulnerabilidad social con la ayuda de “padrinos” quienes los guiaron y acompañaron en el proceso. La empresa continúa con un abordaje basado en el Índice de Pobreza Multidimensional. FIFCO desarrolló una metodología de intervención no asistencialista enfocada en atender 4 pilares: Nutrición& Salud, Educación, Finanzas y Vivienda.

Ser el referente del Consumo Inteligente Integral	El Programa Consumo Inteligente Integral se posiciona con sus mensajes educativos que fomentan estilos de vida activos y saludables, este concepto engloba un componente de voluntariado, uno de educación en centros educativos y campañas masivas dirigidas a todos los costarricenses. Durante el 2019 el programa ha impactado a más de 77.000 personas , además de liderar una agenda interna de reducción del azúcar, grasa y sodio en el portafolio de bebidas y alimentos de la compañía.
Completar 1 millón de horas de voluntariado	El programa de voluntariado Elegí Ayudar suma desde su creación más de 730.000 horas de voluntariado , logradas tanto con los empleados de FIFCO como aliados externos (proveedores, clientes y consumidores de la empresa) en los 4 países en los que FIFCO opera: Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Estados Unidos.
Liderar con marcas livianas que hacen del mundo un mejor lugar para vivir	La agenda de “Air Brands” tiene como objetivo que las marcas de FIFCO reduzcan sus huellas ambientales y sociales al mínimo posible. Un ejemplo es la marca Tropical que amplió su portafolio de productos a “Cero Azúcar” . Imperial también continúa con una robusta agenda de sostenibilidad siendo la primera cerveza “Agua Positiva” del mundo y liderando la iniciativa de recuperación costera más grande en Costa Rica con su plataforma “Águilas al Rescate” .
Ser una empresa agua, residuos y carbono positivo	FIFCO pasó no solo de generar experiencias extraordinarias en sus eventos, a crear eventos Carbono Positivo . Entre el 2018 y 2019, suma cinco eventos con este formato.
Lograr 100% de reciclaje de nuestros envases	Además de ser la empresa de bebidas que más recicla a nivel nacional (recupera un 87% de los envases plásticos que coloca en el mercado) FIFCO compartió su iniciativa Océanos FIFCO , proyecto que busca erradicar el plástico PET, una innovación para crear un bio-envase elaborado a partir de elementos naturales y que vuelva al ambiente de manera 100% segura.

¿Por qué abrir las puertas y contar sus experiencias?

Este año, FIFCO trató de retratar cómo será la sostenibilidad en el año 2050, tomó la opinión de destacados profesionales costarricenses y fusionó sus mejores ideas en un video que alinea iniciativas y rutas para tener un mundo más sostenible en el 2050. Una de las conclusiones del video, es que las empresas comprometidas con la sostenibilidad deben contar al mundo sus experiencias y multiplicarlas para trabajar en conjunto por un mundo mejor. Este video lo pueden ver en el canal de YouTube de FIFCO.