



**Informe de Sostenibilidad**  
Red Iberoamericana  
2023



## Índice

- 5 Carta del Chairman UHY Internacional  
Roberto Macho**
- 6 Una red global con un gran  
impacto local**
  - 8 UHY Internacional
  - 10 UHY en Iberoamérica
- 18 La sostenibilidad en las firmas de  
servicios profesionales**
  - 22 Nuestra contribución a los ODS, Objetivos de  
Desarrollo sostenible.
- 24 Ética, integridad y confianza**
- 30 El valor de nuestros profesionales**
  - 34 Así son los profesionales de nuestra red en  
Iberoamérica
  - 36 Seguimos creciendo
  - 37 Apostando por el desarrollo de nuestros  
profesionales
  - 38 Bienestar de los profesionales
  - 39 Comunicación interna
- 49 Cuidamos el planeta**
  - 51 Consumo de energía
  - 52 Emisiones totales
  - 52 Consumo de agua
  - 53 Generación de residuos
  - 53 Consumo de materiales
- 58 Comprometidos con nuestro  
entorno**
  - 62 Una red de alto valor. Asociaciones  
profesionales y empresariales
  - 64 Participación en eventos, ferias, congresos,  
encuentros
  - 65 Premios y reconocimientos
  - 66 Comunicación externa, clave para la  
estrategia de crecimiento.
  - 67 Acción social



## Carta del Chairman UHY Internacional

Roberto Macho

Estimados clientes, socios y colaboradores,

Es un honor presentarles **primera Memoria de Sostenibilidad de la Red Iberoamericana de UHY**, hito al que se une además el hecho de ser la primera publicación presentada al inicio de mi mandato como Presidente de UHY Internacional y diseñada con las directrices del nuevo branding.

Conscientes de la importancia que hoy en día tiene la sostenibilidad, hace unos meses, en la reunión de socios de la red de firmas de UHY de América Latina y España, conformada por 19 países y más de 954 profesionales distribuidos en 30 oficinas, asumimos el reto de realizar este informe. Fue un desafío, dada la cantidad de interlocutores, la armonización de los datos, la elaboración de un enfoque compartido, y la multiculturalidad de nuestra red. Sin embargo, este proceso ha culminado de manera muy satisfactoria, con resultados que nos enorgullecen a todos.

Este proyecto ha nacido con la intención de ser replicado a nivel global, ya que nos posiciona como una firma atractiva, transparente, responsable y sostenible, cualidades clave para atraer a los nuevos talentos que necesitamos. Además, transmite a nuestros clientes y demás grupos de interés una visión integral de no solo lo que hacemos, sino de quiénes somos y de las fortalezas que nuestras firmas aportan.

Me enorgullecen los esfuerzos realizados por mejorar el bienestar de nuestros profesionales, promoviendo la calidad del empleo y la estabilidad laboral, así como las numerosas iniciativas orientadas a potenciar el talento, las competencias y habilidades.

Es indiscutible la integración de los miembros de la Red Iberoamérica en cada uno de los territorios en los que opera, disponiendo importantes canales de network a nivel local, regional y del país en el mundo empresarial, académico, político y social. Esta fortaleza constituye un instrumento de incalculable valor para todos los miembros de UHY y sus clientes, ya que, vayan donde vayan, puede disponer de un servicio de alta calidad, un claro reconocimiento territorial y una amplia red de contactos.

Además, UHY Iberoamérica ha demostrado un fuerte compromiso con el desarrollo de las comunidades en las que opera, a través de diversas iniciativas de acción social y voluntariado corporativo, que incluyen desde la participación activa en labores pro bono, la ayuda a personas en situación de vulnerabilidad hasta la concesión de becas a estudiantes, etc.

Por otro lado, este ejercicio, nos ha permitido disponer del primer cálculo de nuestra huella de carbono en sus alcances 1 y 2, así como de buenas prácticas medioambientales que ayudarán a todos a mejorar día a día el compromiso con el planeta.

Finalmente, mi reconocimiento a las socias de sostenibilidad de España, Marta Casasola y Encarnita Del Amor y a su equipo por el trabajo y a todos y cada uno de los socios de la Red por creer en el proyecto.

# Una red global con un gran impacto local



# UHY Internacional

UHY es una red **líder de firmas de auditoría y consultoría** fundada en 1986 con sede en Londres, Reino Unido. En la actualidad, dispone de más de **330 oficinas en 96 países** con alrededor de **9761 profesionales** en todo el mundo. En este momento, UHY ocupa el **puesto 19** entre las mayores redes internacionales de auditoría, contabilidad, fiscalidad y consultoría.

Los principales servicios de la firma se enmarcan en: servicios de auditoría, contabilidad, fiscalidad y consultoría en todo el mundo.

Nuestras firmas miembro ofrecen conocimientos especializados en sectores y países con altos niveles de excelencia, capaces de dar la respuesta adecuada y en el tiempo requerido al cliente, trabajando siempre para superar sus expectativas. Detallamos a continuación algunas de las principales ventajas competitivas de la red:



**96**  
países

**330**  
oficinas en el mundo

**Puesto 19%**  
entre las mayores redes internacionales

**9.761**  
profesionales alrededor del mundo

**57**  
Publicaciones, eventos, webinars y videos

La **Junta Directiva** está conformada por once miembros, quienes desarrollan, ejecutan y supervisan las actividades estratégicas de UHY. Los miembros actuales del Consejo son:

- Roberto Macho** Presidente (Argentina)\*
- Subarna Banerjee** (GB)
- Michael Coughtrey** (Australia)
- Óscar Gutiérrez Esquivel** (México)\*
- Alan Farrelly** (Irlanda)
- William P Kingsley** (EE.UU.)
- Bas Pijnaker** (Países Bajos)
- Roman Seredynski** (Polonia)
- Datuk Alvin Tee** (Malasia)
- Gerald Townsend** (Medio Oeste)
- Colin Wright** (GB)

\*Roberto Macho con el apoyo de Óscar Gutiérrez Esquivel, lideran la red de UHY en Iberoamérica.



# UHY en Iberoamérica

La red de UHY en Iberoamérica está conformada por los miembros de UHY Internacional que cuentan con oficinas en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Un total de 954 profesiones distribuidos entre 19 países y 30 oficinas.

El principal propósito de la red es trabajar cada día para aportar a cada cliente un servicio excelente de alto valor añadido capaz de superar sus expectativas. En este sentido, la presencia de UHY en la mayoría de los países que conforman Latinoamérica, ofrece a los clientes importantes garantías de profesionalidad, confort, seguridad y calidad allá donde vaya o donde lo necesite.

**954**  
profesionales

**19**  
países

**29**  
oficinas



Trabajamos cada día para aportar a cada cliente un servicio excelente de alto valor añadido, que supere siempre sus expectativas”

## Nuestros principales servicios

UHY brinda una completa oferta de servicios de alta calidad realizados por profesionales con la experiencia y la trayectoria necesarias para prestar un servicio integral y personalizado a los clientes:

- Auditoría y assurance
- Asesoramiento empresarial y contabilidad
- Finanzas corporativas
- Gobierno corporativo y gestión de riesgos
- Consultoría y soluciones
- Asesoramiento fiscal y tributario
- Asesoramiento legal
- Sostenibilidad y aspectos ESG

## Sectores

Con una alta experiencia y un sólido historial, UHY se distingue por una trayectoria en diferentes sectores, lo que ha permitido colaborar con clientes que operan en una amplia variedad de industrias. Además, el amplio portafolio de servicios refleja la capacidad para adaptarse y ofrecer soluciones especializadas a diversos sectores:

Agricultura Automoción

Banca, servicios financieros y seguros

Químico y farmacéutico Construcción e inmobiliario

Distribución minorista Educación Energía

Ingeniería e industrial Alimentación Tecnología

Hostelería, turismo y ocio Medios de comunicación

Organizaciones sin fines de lucro Productos industriales

Medio ambiente Servicios profesionales, científicos, técnicos, consultoría de gestión

Sector público Telecomunicaciones

Transporte



UHY Macho & Asoc  
(Argentina)

## Expansión de la firma en el interior de Argentina



### Descripción de la buena práctica

Argentina además de una gran extensión, tiene en el interior del país importantes focos productivos de distintas actividades económicas, que contribuyen con el 49% de su PIB. La inestabilidad del mercado hace que cada vez más las empresas consideraran internacionalizar sus negocios e inversiones. Con la finalidad de llegar de una forma cercana a poder ofrecer nuestros servicios en los diferentes lugares del país, cubrir el crecimiento, demanda etc. desde UHY, Macho & Asoc vio la necesidad y oportunidad de ampliar la red de la firma en lugares estratégicos.

Así, la primera experiencia en el año 2022 fue en la región del Noroeste, en la ciudad capital de la provincia de Tucumán. Allí se realizó la búsqueda de profesionales, con una antigüedad de más de 8 años, y socios de 35 años, quienes pudieran aportar el conocimiento local, los contactos, la disposición a utilizar la marca y así alinearse con la firma. Posterior a esto, se realizó la inducción sobre la firma.

Tras numerosas reuniones, finalmente se llegó a un acuerdo y se hizo el lanzamiento y la presentación de UHY Macho & Asociados en el hotel Hilton, a cargo de Andrés Dian (socio local), Roberto Macho (managing partner), y otros socios de la oficina de Buenos Aires, con asistencia de más de 100 empresarios.

Los desafíos identificados durante el desarrollo del proyecto fueron:

Localizar la ciudad

1

Se descartaron las capitales más grandes con mayor competencia para comenzar en una plaza mediana, y así proveer de servicios a la región.

2

visión de avanzada en términos de tecnología, proyección internacional, cuidado del medio ambiente y ética profesional, buen nombre en el mercado, *staff* de mediana edad abierto a nuevos desafíos y a adoptar la marca.

Identificar una firma mediana que contara con conocimiento profesional

### Recursos empleados

#### La búsqueda



la negociación inicial, la organización del evento de presentación, las horas de capacitación, la unificación de procedimientos y de sistemas requirieron del esfuerzo de todos los socios y personal de la oficina de Buenos Aires. Si bien el esfuerzo económico no fue relevante, sí lo fue en términos de horas de recursos.

#### Durante el primer año



un socio de la oficina de Buenos Aires acompañó a los socios locales a todas las reuniones con clientes, lo que requirió aproximadamente un viaje por mes, en promedio de dos días cada uno, con el objetivo de asistirlos con el know how y la detección de oportunidades de negocios.

### Impactos y repercusión de la buena práctica

- **La firma rápidamente fue más conocida en el interior**, se incrementaron los seguidores en las redes sociales, se generaron negocios para la oficina de Buenos Aires y la de Estados Unidos, y, además, se refirieron clientes a algunas oficinas de LATAM.
- **La firma de Tucumán incrementó la oferta de servicios y el acceso a compañías más relevantes.** Como lo definió el socio local "fue un salto de 10 años en la carrera".
- **La comunidad de negocios de la provincia fue muy receptiva a la propuesta.** Si bien, aún es pronto para medir los resultados, tanto la comunidad de negocios como distintas cámaras que agrupan empresas por actividad, recibieron con mucho interés la propuesta y se han visto resultados.
- Finalmente, como estrategia, se ha planteado para el próximo año, **replicar el modelo en la región sur.**



### ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Sin duda alguna es una práctica replicable, si las condiciones geoeconómicas y las costumbres del país lo ameritan.

UHY Fay & Co  
(España)

## Constitución del primer Centro de Excelencia en Sostenibilidad para América Latina



### Descripción de la buena práctica

En la reunión de socios de Miami en 2023 tuvo lugar la presentación del primer Centro de Excelencia en Sostenibilidad de UHY para América Latina.

Este centro de excelencia nace con la vocación de expandir la cultura y el servicio de sostenibilidad en los países de la red, aprovechando el *expertise* de más de 16 años de las socias de sostenibilidad de España, Encarnita del Amor y Marta Casasola, ayudando a organizaciones en su proceso de implantación de la sostenibilidad, en más de 9 sectores, a lo largo de más de 200 proyectos tanto nacionales como internacionales.

Los servicios que se ofrecen son:



### Recursos empleados



### Impactos y repercusión de la buena práctica

- **Prestación** en las firmas que integran la red en Iberoamérica de un nuevo servicio, la apertura a un nuevo mercado y la escalada a otro tipo de clientes.
- **Disponer** de una experiencia de muchos años y sectores facilita la penetración en nuevos mercados nacionales y la eficiencia de las operaciones.
- **Mejora** el posicionamiento de las firmas en sus países, a través del liderazgo de un tema novedoso y donde hay en la actualidad pocas firmas preparadas.



# La sostenibilidad en las firmas de servicios profesionales

El término de sostenibilidad ha ido cobrando una mayor relevancia en los despachos de servicios profesionales en los últimos años, reconociendo la importancia que tiene la adopción de prácticas responsables en tres áreas clave: medioambiental, social y de gobernanza.

Adoptar estas prácticas presenta algunos desafíos para los despachos, como la necesidad de desarrollar nuevas competencias y conocimientos específicos en una gran variedad de temas relacionados con la sostenibilidad ambiental, los derechos humanos, la igualdad o el compliance, entre otros. Sin embargo, también se han abierto grandes oportunidades de negocio: por un lado, los clientes demandan cada vez más contar con asesoramiento en este ámbito; por otro, la presión regulatoria para verificar la información no financiera ha crecido, requiriendo que determinadas empresas sometan su información no financiera a una verificación independiente (en la Unión Europea es obligatorio para ciertas empresas bajo la Directiva de Información No Financiera y será más exigente con la entrada en vigor de

la CSRD). Estos servicios de assurance son prestados por firmas de auditoría, consultoría y certificación. Un desarrollo e implementación óptimos de la sostenibilidad deberían fundamentarse en las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza más relevantes que puedan afectar la capacidad de crear valor a largo plazo en las organizaciones. Trasladado a la realidad de los despachos de servicios profesionales, donde los principales activos son el capital humano, la reputación, y las relaciones con clientes y otras partes interesadas, los temas materiales identificados se describen a continuación. Sin obviar que todo esto se fundamenta en una buena gobernanza que garantice que la estructura de liderazgo es la adecuada para que la toma de decisiones se realice de manera eficaz, transparente y responsable.

Estos asuntos reflejan las principales áreas en las que los despachos de servicios profesionales pueden mejorar su sostenibilidad, al tiempo que facilita la identificación de los riesgos y oportunidades derivados de estas cuestiones.



Si bien los **aspectos ambientales** no son tan relevantes para el sector, sí conviene gestionar algunas áreas consideradas más clave: huella de carbono y eficiencia energética (reducción del consumo energético en las oficinas, fomento del trabajo en remoto...), y la gestión de residuos (papel y tóner principalmente).

# Nuestra contribución a los ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible






El 25 de septiembre de 2015 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó, por unanimidad, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: un plan de acción en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz universal. Cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030.

Este marco sitúa a las empresas como agentes clave de desarrollo y coloca sus aportaciones al desarrollo sostenible al mismo nivel que las realizadas por los estados y la sociedad civil.

Por la naturaleza de su actividad, la firma contribuye de manera directa a los Objetivos 4, 5 y 8 relacionados con las personas (“Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos”, “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas” y “Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos”) así como el Objetivo 16 “Promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia y construir instituciones eficaces e inclusivas” vinculado a la integridad profesional.



En la siguiente tabla se recogen algunas actuaciones que contribuyen a la consecución de algunos de los Objetivos, y que se han detallado a lo largo del informe.

Objetivo de Desarrollo Sostenible	Algunas Iniciativas
 <b>Objetivo 4.</b> Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planes anuales de formación</li> <li>- Evaluaciones de desempeño</li> <li>- UHY Forum</li> <li>- Alianzas con universidades para realización de posgrados por parte de profesionales</li> </ul>
 <b>Objetivo 5.</b> Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura de la igualdad</li> <li>- Plantilla equitativa entre hombres y mujeres</li> <li>- Profesionales de varias generaciones, culturas, nacionalidades</li> </ul>
 <b>Objetivo 8.</b> Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de empleo local</li> <li>- Compromiso con la estabilidad laboral. 95% de los contratos son a término indefinido</li> <li>- Planes de crecimiento y desarrollo. Profesionales evaluados</li> <li>- Prácticas de bienestar del empleado</li> </ul>
 <b>Objetivo 16.</b> Promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia y construir instituciones eficaces e inclusivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas de gestión ética</li> <li>- Códigos de conducta</li> <li>- Trabajo pro bono</li> </ul>
 <b>Objetivo 17.</b> Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en eventos, ferias, congresos</li> <li>- Asociaciones profesionales y empresariales</li> <li>- Alianzas con organizaciones sociales</li> </ul>

# Ética, integridad y confianza



Contar con un código ético es fundamental para todas las empresas, ya que proporciona una guía clara para el comportamiento de las personas, promoviendo la transparencia, la equidad y el respeto en todas las acciones y relaciones. Además, contribuye a la construcción de relaciones de confianza, previene conflictos de interés y conductas inapropiadas, facilita la toma de decisiones responsables y crea un ambiente de trabajo alineado con los valores éticos de la organización.

En este sentido, diferentes firmas cuentan con códigos éticos que, aunque se basan en los mismos principios y valores fundamentales, despliegan líneas de actuación preventivas adaptadas tanto a la normativa del país como a la casuística específica de cada territorio. En términos generales, estos códigos establecen directrices que buscan asegurar el cumplimiento ético en todas las áreas de actuación.

Algunos de los temas más habituales que se incluyen:

**Confidencialidad y protección de datos.** Establece normas para garantizar la privacidad de la información sensible de los clientes y el cumplimiento de leyes de protección de datos.

**Sostenibilidad.** Promueve prácticas que contribuyan al bienestar social, ambiental y económico, más allá del beneficio económico.

**Conflictos de interés.** Define situaciones que podrían comprometer la imparcialidad de los profesionales y cómo deben ser gestionadas para evitar problemas éticos.

**Igualdad y no discriminación.** Asegura un ambiente de trabajo inclusivo y equitativo, libre de discriminación por motivos de género, raza, religión, orientación sexual, entre otros.

**Relaciones con clientes.** Orienta el trato adecuado y respetuoso hacia los clientes, garantizando transparencia, honestidad y comunicación clara en la prestación de servicios.

**Honestidad.** Normas que aseguran transparencia y exactitud en la facturación de servicios, evitando cobros indebidos o engañosos.

**Cumplimiento de leyes y regulaciones.** Incluye el compromiso de respetar todas las normativas locales e internacionales que regulan la actividad profesional del despacho.

**Uso adecuado de recursos y activos.** Establece cómo deben utilizarse los recursos de la empresa de forma responsable y eficiente.

**Integridad profesional.** Fomenta un comportamiento ético en todas las interacciones, tanto internas como externas, y en la toma de decisiones profesionales.

**Denuncia de conductas inapropiadas.** Proporciona mecanismos para que los empleados puedan reportar conductas que violen el código ético de manera segura y confidencial.

Además, muchas de nuestras firmas están sujetas por sus servicios a normativas éticas muy restrictivas como es el servicio de auditoría.

UHY CALDERÓN GONZÁLEZ & ASOCIADOS  
(República Dominicana)

## Sensibilización en la importancia de la formación ética

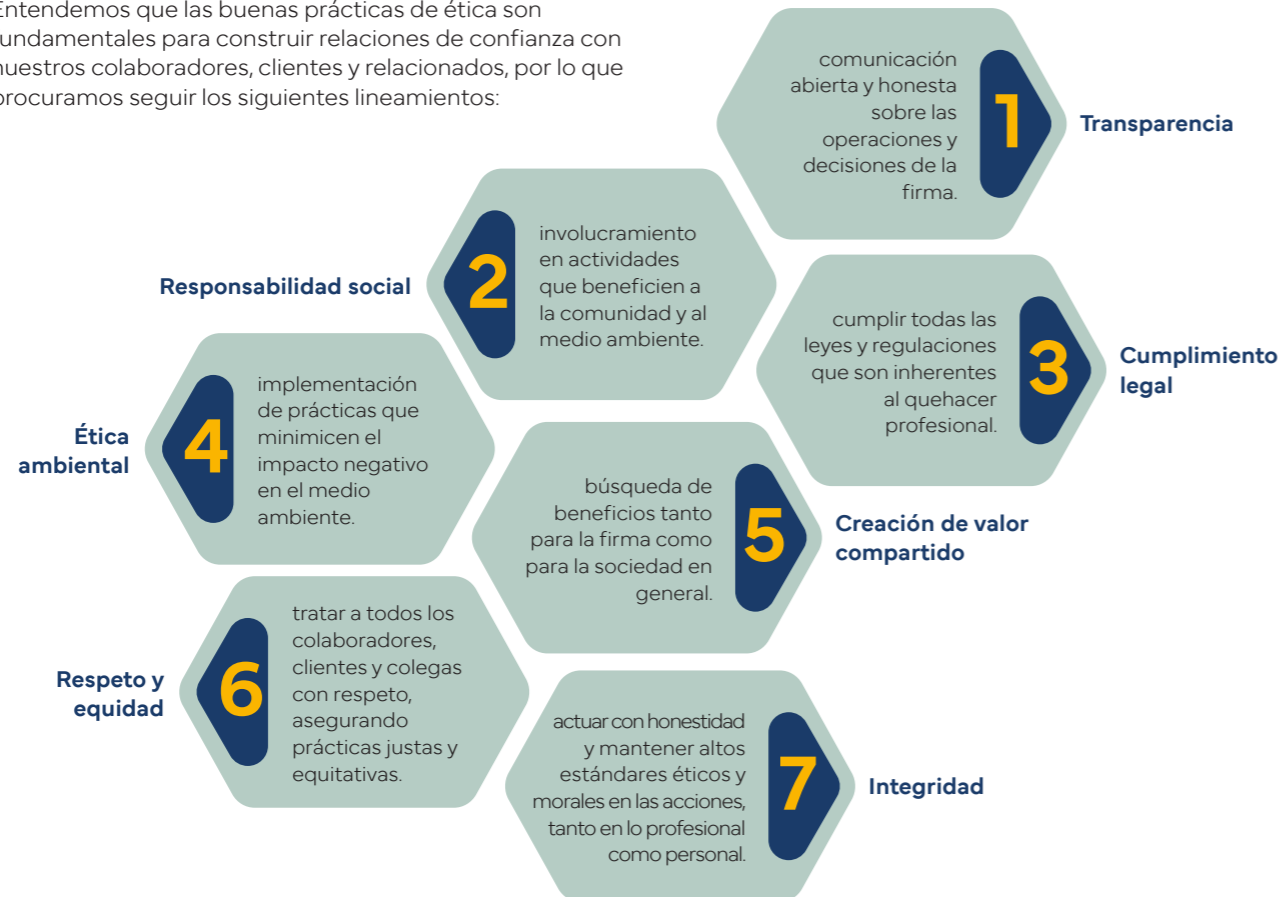


### Descripción de la buena práctica

En UHY Calderón González & Asociados los valores corporativos guían la actuación de nuestros profesionales. En la firma siempre reforzamos los valores, con énfasis en la actuación profesional con apego a la ética, siendo uno de los puntos clave por los cuales, tanto nuestros clientes como los colegas nos reconocen.

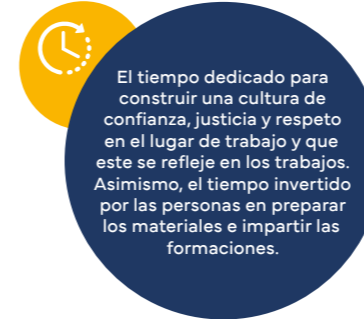
Asimismo, la firma cumple con el Código de Ética del *International Ethics Standards Board for Accountants* (IESBA), que establece normas éticas internacionales de alta calidad (incluida la independencia) como piedra angular del comportamiento ético en los negocios y las organizaciones, y de la confianza pública en la información financiera y no financiera que es importante para el buen funcionamiento y la sostenibilidad de las organizaciones, mercados financieros y economías de todo el mundo.

Entendemos que las buenas prácticas de ética son fundamentales para construir relaciones de confianza con nuestros colaboradores, clientes y relacionados, por lo que procuramos seguir los siguientes lineamientos:



### » Recursos empleados

#### El tiempo



### » Impactos y repercusión de la buena práctica

En términos generales, actuar de acuerdo con la ética y los buenos principios, además de generar beneficios desde el punto de vista moral, repercute positivamente en el desempeño financiero de la Firma, en la fidelidad de los colaboradores y clientes, y en el respeto de los colegas.

Así, los principales impactos son:

- Mejora de la reputación.
- Lealtad de los clientes y colaboradores.
- Reducción de riesgos legales y reputacionales.
- Atracción de talento.
- Incremento en la productividad y sostenibilidad a largo plazo.

### » ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Sí. Actuar de acuerdo con los principios éticos, debería convertirse en un mismo estilo de vida para todos, sin importar la ubicación geográfica.



# El valor de nuestros profesionales





## Donde lo importante eres tú"

Los profesionales de UHY constituyen el principal activo de la firma. Su alto nivel de compromiso, excelencia, dedicación y profesionalidad son fundamentales para el éxito y la reputación de la organización.

En este sentido, en función del tamaño de la firma en los diferentes países, UHY desarrolla múltiples acciones encaminadas a ofrecer un empleo estable y de calidad, fortalecer el engagement, potenciar su talento y atraer nuevo, facilitar la conciliación, etc.



**946**

profesionales

**55%**

mujeres

**45%**

hombres

**95%**

contratos indefinidos

**118**

promociones internas

**45**

socios

**26%**

mujeres

**74%**

hombres

**174.185\$**

inversión en formación

**14.602**

horas de formación

**15,44**

horas formación/ profesional

**707**

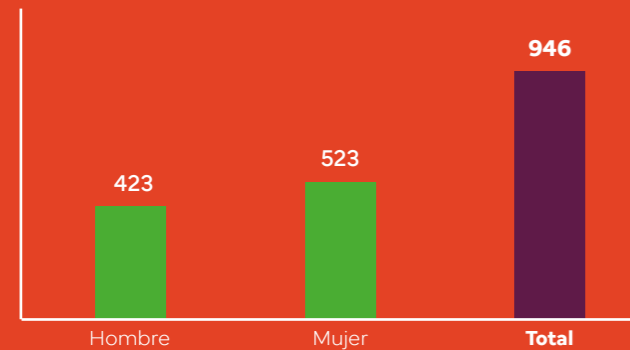
personas recibieron evaluación de desempeño

**279**

nuevas contrataciones

# Así son los profesionales de nuestra red en Iberoamérica

Plantilla por sexo



En 2023, la plantilla total de la red iberoamericana ascendía a 946 personas, siendo el 55% mujeres y el 45% hombres. Además, el 50% de los profesionales se encuentra en el rango de edad entre 30-50 años, seguidos por un 41% menores de 30 años.

Distribución por edad	Total
< 30 años	392
30-50 años	468
> 50 años	86
<b>Total</b>	<b>946</b>

Clasificación profesional	Total
Socios y directivos	89
Gerentes sénior y gerentes	118
Supervisores	12
Consultores sénior <sup>1</sup>	199
Consultores <sup>2</sup>	395
Administrativos	133
<b>Total</b>	<b>946</b>

1. La categoría sénior incluye la categoría semisénior reportado por Ecuador.  
 2. La categoría consultores, además, incluye las categorías asistentes y consultores júnior.  
 3. La categoría administrativos incluye las siguientes categorías profesionales: servicios generales, auxiliares, secretarías y mensajeros

En lo relativo a la calidad del empleo y la estabilidad laboral, el porcentaje de contratos indefinidos a cierre de 2023 ha sido del 95%, frente al 5% de contratos temporales, y el 96% de los empleados están a tiempo completo.

A continuación, se detalla la plantilla por tipo de contrato y tipo de empleo por sexo:

Plantilla a cierre por tipo de contrato	Total		
	Mujer	Hombre	Total
Indefinido	472	431	903
Temporal (fijo)	30	13	43
<b>Total</b>	<b>502</b>	<b>444</b>	<b>946</b>

Plantilla a cierre por tipo de empleo	Total		
	Mujer	Hombre	Total
Completo	482	429	911
Parcial (media jornada)	20	15	35
<b>Total</b>	<b>502</b>	<b>444</b>	<b>946</b>



# Seguimos creciendo

Conscientes de la importancia de la contratación de personal altamente cualificado y especializado para afrontar el crecimiento de las demandas de los clientes y la apuesta por nuevos servicios, en este ejercicio la red ha incorporado **279 nuevos profesionales** en diferentes categorías y servicios.

Además, **118 colaboradores** han cumplido sus retos o los han excedido, avanzando en su crecimiento profesional hacia nuevas categorías y responsabilidades.

A continuación, se desglosan las promociones por categoría profesional y sexo:

Promociones por categoría profesional y sexo	Total		
	Mujer	Hombre	Total
Socios y directores	1	2	3
Gerente sénior y gerente	8	9	16
Supervisor	1	4	5
Consultores sénior	18	27	45
Consultores y asistentes	14	27	41
Administrativo	0	2	2
Otros (auxiliares y supervisor)	3	2	5
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>73</b>	<b>118</b>

La categoría sénior incluye la categoría semisénior reportado por Ecuador

Finalmente, la firma promueve los programas de becas, pasantías o prácticas para estudiantes, a través de alianzas con universidades u otras entidades educativas. Con la finalidad de establecer vínculos a largo plazo y contar con potenciales candidatos que puedan quedarse a trabajar en la red tras la finalización de sus periodos de prácticas.

En el ejercicio 2023 fueron **92 (42 hombres y 50 mujeres) los pasantes o becarios** que pudieron realizar sus prácticas en nuestra firma.



# Apostando por el desarrollo de nuestros profesionales

## Evaluación de desempeño

Un proceso de evaluación de desempeño estructurado permite a los profesionales tener claridad sobre las expectativas de la firma con respecto a la consecución de los objetivos organizacionales y de desarrollo profesional.

Cada país dispone de su propia metodología de evaluación, si bien todos tienen un objetivo común: identificar las metas anuales y realizar un acompañamiento a los profesionales para potenciar su crecimiento.

En 2023, se han realizado 707 evaluaciones de desempeño, 306 a hombres y 401 a mujeres.



**707** personas que recibieron evaluación de desempeño  
**306** a hombres  
**401** a mujeres

## Premiando el talento: UHY Forum

El UHY FORUM es un seminario anual de formación profesional organizado por UHY FAY & CO, destinado a fortalecer la colaboración y el intercambio de conocimientos entre las firmas miembros de la red internacional UHY. El evento se celebra en un lugar permanente en el sur de España, Grazalema, específicamente en un entorno rural que favorece la concentración y el trabajo en equipo.

Participan profesionales de múltiples países, que han destacado por su liderazgo emergente, buen hacer y compromiso. En la actualidad son ya más de 700 los participantes de las diferentes ediciones.



Más de **700** participantes en las diferentes ediciones

## Formación

La firma contribuye al continuo crecimiento de las capacidades y competencias de los profesionales para que desarrollen sus habilidades, apostando por un aprendizaje y desarrollo continuo, brindando espacios de formación, de acuerdo con los intereses y funciones de los profesionales.

Durante el ejercicio, la formación ha estado enfocada principalmente a la actualización fiscal, las normas internacionales NIIF, la facturación electrónica, habilidades técnicas, habilidades blandas, cumplimiento, inteligencia emocional, desarrollo gerencial, sostenibilidad, etc. En 2023, se han impartido 14.602 horas de formación

a los profesionales, lo que ha supuesto una media de horas de formación de 15,44 horas/empleado y una inversión de 174 185 dólares.

Indicadores de formación	Total
Inversión en formación (dólares)	174 185
Total horas de formación	14 602
N.º cursos	139
N.º asistentes	617
Horas de formación por empleado*	15,44

\*Empleados al cierre del ejercicio

# Bienestar de los profesionales

Si bien no existe una política o prácticas comunes, las diferentes firmas de la red iberoamericana tratan de dar respuesta a las demandas y situaciones de sus empleados en lo relativo a la flexibilidad, conciliación o el cuidado de su salud y seguridad, entendiendo la diversidad y la igualdad como una de las riquezas de la red.

- En términos generales se fomenta la desconexión digital, la flexibilidad de entrada y salida, el teletrabajo, permisos para estudios, cenas navideñas, etc
- En la firma se fomenta y respeta la diversidad de las personas en todas sus acepciones, con foco especial en términos de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como la inclusión social.
- Las prácticas de salud y seguridad son esenciales para fomentar un entorno de trabajo seguro y solidario. También favorece al bienestar de los profesionales y estimula un lugar de trabajo en el que todos se sientan valorados, sanos y comprometidos.



En lo relativo a los niveles de accidentabilidad laboral, en 2023, se han presentado 7 accidentes laborales (3 de hombres y 4 de mujeres).

# Comunicación interna

La comunicación interna constituye un pilar fundamental en el funcionamiento eficaz de cualquier organización, ya que facilita la colaboración y el intercambio de información entre los diferentes niveles y departamentos, promueve la transparencia y la confianza, contribuye a la alineación de los objetivos individuales con la misión y visión de la firma, etc.

En términos generales, los principales canales de comunicación utilizados en la red son:



UHY Pérez, S.A.  
(Guatemala)

**Kick-off entre colaboradores de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica**



**Descripción de la buena práctica**

Evento de integración y formación entre los profesionales de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Los propósitos del Kick off fueron inculcar uno de los valores de la cultura organizacional, revisar y fortalecer el valor anterior, a la vez que se realizó la retroalimentación sobre los resultados.

Además, fomenta la convivencia y el trabajo en equipo entre los profesionales de los distintos países y áreas, fortaleciendo así la cohesión y el sentido de pertenencia en la firma.

El evento se desarrolló en varias fases:



**» Recursos empleados**



**» Impactos y repercusión de la buena práctica**

- **Cohesión y moral:** los profesionales manifestaron un mayor sentido de pertenencia y cohesión, destacando la importancia de los valores compartidos en la cultura organizacional.
- **Mejora del rendimiento:** La retroalimentación obtenida permitió identificar áreas de mejora y reconocer los logros, lo cual ha motivado a los equipos a seguir mejorando su desempeño.
- **Relaciones interpersonales:** las actividades de team building fomentaron nuevas amistades y mejoraron la comunicación entre los profesionales de diferentes países y áreas, fortaleciendo el trabajo colaborativo.
- **Alineación:** se consiguió que todos los colaboradores se alinearan a los objetivos y cultura de trabajo corporativa, distintivo para los clientes.



**» ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?**

Sí, la estructura del evento, centrada en la enseñanza de valores, la revisión de resultados y las actividades de team building, pueden adaptarse a diferentes contextos culturales y organizacionales, promoviendo una atmósfera inclusiva y participativa.

Buena práctica  
UHY FAY & CO (España)

## UHY FORUM. El foro para potenciar talento para líderes emergentes



### Descripción de la buena práctica

El UHY FORUM es un seminario anual de formación profesional de UHY Internacional, organizado por la firma española UHY FAY & CO, destinado a fortalecer la colaboración y el intercambio de conocimientos entre las firmas miembros de la red internacional UHY. La idea de este foro fue impulsada y presentada por Bernard Fay, socio director de UHY FAY & CO, al Consejo de Administración de UHY en enero de 2002, en su primera reunión estratégica celebrada en Madrid (España). En esta reunión, se debatió cómo aumentar el valor que los miembros reciben de UHY sin incrementar el presupuesto de la organización.

El evento se celebra en un lugar permanente en el sur de España, Grazalema, específicamente en un entorno rural que favorece la concentración y el trabajo en equipo. La elección de este lugar se basó en varios factores: facilidad y economía en la organización, estándares consistentes para el seminario cada año, y un atractivo equilibrio calidad/precio en el alojamiento hotelero en España. Además, la proximidad a importantes centros de transporte y a San Telmo Business School, en Sevilla y Málaga, garantiza un acceso conveniente para los participantes y una formación de alta calidad.

El UHY FORUM se distingue por su enfoque integral en la formación del personal profesional. A diferencia de otros seminarios que se centran exclusivamente en sesiones técnicas sobre auditoría, contabilidad, impuestos o consultoría, este foro abarca disciplinas empresariales enseñadas en escuelas de negocios. Estas disciplinas incluyen el desarrollo de habilidades comerciales, la comprensión de las necesidades de los clientes, la mejora de las habilidades de negociación y el fomento del intercambio de experiencias y conocimientos entre los participantes. Este enfoque holístico no solo mejora las competencias técnicas de los profesionales, sino que también fortalece su capacidad para interactuar con clientes y colegas de manera más efectiva.

El evento está diseñado para fomentar un sentido de pertenencia a la red internacional UHY entre los participantes. A través de sesiones interactivas, talleres y actividades de *team building*, el UHY FORUM facilita el conocimiento mutuo entre los profesionales de las distintas firmas miembros. Esto no solo promueve la colaboración y la cohesión dentro de la red, sino que también crea oportunidades para desarrollar nuevos negocios y mejorar la retención de talento dentro de las firmas.

La primera edición del UHY FORUM se presentó en la Conferencia Regional Europea de 2002, donde recibió una respuesta positiva de los delegados. Desde entonces, ha sido un evento anual clave en el calendario de UHY, atrayendo a un número creciente de participantes de todo el mundo.

### » Recursos empleados

#### Marketing



La organización del UHY FORUM es gestionada por el equipo de Marketing de UHY FAY & CO en colaboración con la Executive office de UHY a nivel central. Esta coordinación es esencial para la implementación del evento en la plataforma UHY Exchange y la habilitación del proceso de inscripción. Además, se contó con la participación de profesores de San Telmo Business School. El evento además incluye sesiones sobre UHY International impartidas por socios, ejecutivos y miembros del consejo de UHY International.

#### Preparación



La planificación y organización del evento comienza a finales de enero, lo que implica varios meses de preparación. Este periodo es crucial para asegurar la calidad y éxito del foro, permitiendo coordinar todos los detalles logísticos, académicos y operativos.

#### Planificación



El evento requiere una planificación meticulosa, que incluye la selección de proveedores, la coordinación de la logística y la comunicación continua con los participantes y partes interesadas. El equipo organizador se dedica a garantizar que todos los aspectos del evento, desde la infraestructura hasta detalles logísticos con cada participante, funcionen correctamente.

### » Impactos y repercusión de la buena práctica

El UHY FORUM tiene un impacto significativo en la red UHY y sus más de **670 participantes** en los últimos 21 años. Ha sido fundamental para fortalecer el sentido de pertenencia a una organización global, mejorar la retención del personal, y fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias entre las firmas miembros. Los participantes valoran especialmente la oportunidad de participar en sesiones interactivas, que facilitan el aprendizaje de tendencias actuales y la adquisición de nuevas habilidades.

El foro también ha sido reconocido por su organización y por ofrecer contenidos relevantes y actualizados, como temas de ESG, tecnología de la información y desarrollo de habilidades blandas. Además, la experiencia ha sido enriquecida por la posibilidad de conocer a profesionales de diversas regiones, lo que contribuye a crear una comunidad más cohesionada y colaborativa dentro de UHY.

El UHY FORUM no solo ha fortalecido la red interna de UHY, sino que también ha contribuido a desarrollar un enfoque proactivo en la formación y el desarrollo profesional, asegurando así una ventaja competitiva en el mercado global.



### » ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Sí, esta buena práctica es replicable en otros países. La estructura del UHY FORUM, centrada en la formación profesional, la colaboración y el intercambio de experiencias, es adaptable a diferentes contextos y culturas empresariales. Además, la implementación de un programa de capacitación en un lugar fijo y atractivo facilita la logística y mantiene estándares de alta calidad. Al replicar este modelo, se puede fomentar la cohesión entre equipos, mejorar las competencias del personal y fortalecer la red global, maximizando así los beneficios para todas las firmas participantes.

UHY Glassman Esquivel y Cía. S.C. (México)

## Encuesta de satisfacción y clima laboral



### Descripción de la buena práctica

La finalidad de la encuesta de satisfacción y clima laboral es evaluar el bienestar, la satisfacción y el compromiso de los colaboradores dentro de la firma, permitiendo detectar áreas de oportunidad y de mejora en el ambiente laboral y promover un entorno que favorezca el desarrollo profesional y personal.

Estas encuestas ayudan a alinear la cultura organizacional con las expectativas de los profesionales, fomentando un clima de trabajo positivo que se refleje en la calidad del servicio ofrecido a los clientes. Esta iniciativa se implementó en el año 2013 y en el 2021 se modificó la encuesta.

### » Recursos empleados

Los recursos utilizados para desarrollar una encuesta de satisfacción y clima laboral, son clave para garantizar un proceso efectivo:



### » Impactos y repercusión de la buena práctica

La implementación de una encuesta de satisfacción y clima laboral puede tener impactos positivos significativos. En primer lugar, fomenta un ambiente de trabajo más saludable, al identificar y abordar problemas que afectan el bienestar de los profesionales. Esto, a su vez, mejora la satisfacción y retención de talento, disminuyendo la rotación y los costos asociados a la contratación.

Además, promueve una mayor productividad, ya que un equipo más motivado y comprometido trabaja de manera más eficiente. También fortalece la cultura organizacional, mejorando la comunicación y el liderazgo dentro de la firma.

De forma externa, al mejorar el clima laboral, los profesionales ofrecen un mejor servicio a los clientes, lo que impacta positivamente en la reputación de la firma y en su capacidad para atraer nuevos negocios. En conjunto, esta práctica refuerza la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la organización.



Las diferentes fases que se llevaron a cabo fueron las siguientes:



### » ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Esta práctica sí es replicable en otros países porque la medición de la satisfacción y el clima laboral es relevante para cualquier organización que busque mejorar el bienestar y la satisfacción de los profesionales dentro de las instalaciones de la organización, y así aumentar la productividad.

Los principios y métodos empleados, como el uso de encuestas confidenciales y el análisis de datos, son aplicables en diferentes contextos culturales y económicos, siempre que las preguntas y enfoques a las particularidades locales se tengan en cuenta. Sin embargo, no es completamente replicable cuando no se ajusta a las particularidades, ya que factores como la legislación laboral, las expectativas culturales, y las dinámicas socioeconómicas varían entre países.

UHY CONSULTORES SAS  
(Colombia)

**Programa Corporativo U Pro.  
Fomentando el talento de estudiantes y  
rompiendo la brecha de iniciar su vida laboral**



### Descripción de la buena práctica

Nuestro programa es un semillero de formación que está diseñado para fomentar el talento de estudiantes universitarios de contaduría pública a nivel nacional a mediano plazo y brindarles la oportunidad de iniciar su aprendizaje y romper la brecha de iniciar su vida laboral, especialmente aquellos que se encuentran en cuarto semestre o superiores y que aún no tienen experiencia profesional, pero están ansiosos por comenzar su vida laboral. Este programa no sigue el proceso tradicional de selección de personal, ya que se busca personas con una actitud positiva y una verdadera pasión por su carrera.

Nos centramos en identificar a los estudiantes con competencias y habilidades actitudinales, técnicas y funcionales. Queremos estudiantes que puedan integrarse y vivir nuestra cultura organizacional. Buscamos habilidades para examinar información y garantizar el cumplimiento de las características cualitativas de la información financiera y normativa, lo que ayuda a disminuir errores y mantener una orientación al detalle. Además, valoramos la capacidad de trabajo en equipo y buenas habilidades comunitativas, controlar los sentimientos y emociones propias, gestionándolos de manera adecuada para colaborar tanto con otras áreas como con los clientes, con el propósito de alcanzar la estrategia organizacional.

Esto incluye la planificación y organización anticipada, la gestión eficiente del tiempo y la distribución de tareas. También buscamos una disposición para lograr objetivos con altos niveles de eficiencia y calidad, reflejada en la capacidad de respuesta en situaciones complejas, proactividad, calidad y cumplimiento de metas. Sobre todo, valoramos el entusiasmo y la pasión por la profesión, evidenciando un amor profundo por su carrera. Queremos estudiantes que no solo tengan las habilidades necesarias, sino que también respiren nuestra cultura y estén listos para crecer con nosotros.

### » Recursos empleados

Para llevar a cabo nuestro programa, activamos la oferta en diversas plataformas de búsqueda de empleo y realizamos convocatorias con universidades con las que tenemos alianzas. Estas universidades nos han recomendado y enviado estudiantes en el pasado. También utilizamos nuestras redes sociales para difundir la convocatoria.

Los recursos empleados incluyen:



Estos recursos son esenciales para asegurar el éxito del programa y garantizar que los estudiantes seleccionados puedan integrarse y desarrollarse profesionalmente dentro de nuestra organización.

### » Impactos y repercusión de la buena práctica

Desde su inicio en 2018, nuestro programa ha tenido un impacto significativo en el desarrollo profesional de los estudiantes de contaduría pública. Actualmente, algunos de los participantes del programa ocupan cargos de senior contable y de auditoría, demostrando un alto desempeño. Este proceso de ascenso se realiza anualmente y se basa en competencias, indicadores y labores específicas.

El programa abre convocatorias bianualmente y, hasta la fecha, hemos **contratado a un total de 27 estudiantes universitarios**. Para 2024, proyectamos la contratación de 10 estudiantes adicionales.

Desde el inicio del programa, hemos recibido aproximadamente **400 solicitudes** de estudiantes de contaduría pública en cuarto semestre, sin experiencia profesional, provenientes de universidades públicas y privadas. Todos los puestos ofrecidos tienen una remuneración superior al salario mínimo.

Contribuye en la transformación del estudiante a un profesional, potenciar las habilidades, establecer oportunidades reales de trabajo, identificando futuros líderes y fortalece nuestra organización al integrar talento joven y apasionado que contribuye al logro de nuestros objetivos estratégicos.



### » ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Sí, consideramos que es una gran estrategia que hemos encontrado para formar profesionales que se adaptan a nuestra cultura y buenas prácticas profesionales, pero sobre todo al alinearse más fácil a nuestro ADN. Suplimos la necesidad de encontrar profesionales idóneos al ser formados dentro de la firma y brindarles una oportunidad de crecimiento.

Contribuye a suplir la base profesional de la firma y a cumplir parte de la responsabilidad social en su entorno.

A man with a beard and grey hair, wearing a grey suit, white shirt, and dark tie, is looking down at a laptop. He is positioned in front of a dense, vertical garden wall filled with various green plants and foliage. The scene is brightly lit, suggesting an indoor or well-lit outdoor environment. In the foreground, there are large, out-of-focus green leaves. Overlaid on the right side of the image are several thick, curved lines in shades of green and white, resembling a stylized mountain range or a graphic design element.

# Cuidamos el planeta

El impacto medioambiental de la actividad de los despachos profesionales es poco significativo y de poca magnitud en comparación con otros sectores y servicios. En este sentido, los principales asuntos medioambientales en los que poner atención se dirigen principalmente al consumo de energía, gas, gasolina, gasoil y agua, así como residuos electrónicos, tóner y papel. Impactos que se producen por el desarrollo de la actividad en las oficinas o bien como consecuencia de la movilidad de los profesionales.

A pesar de que de que nuestro impacto ambiental no es significativo, la firma dispone de buenas prácticas medioambientales más arraigadas en unos países que en otros, enfocadas principalmente a promover un uso responsable de los recursos y fomentar acciones de sensibilización y concienciación.

En este capítulo, se recogen los principales indicadores de medición de los consumos, residuos y emisiones totales de las oficinas, indicándose las limitaciones al alcance cuando sea necesario, como es el caso de algunas oficinas que no disponen de la información de sus consumos de electricidad o agua, ya que están integrados en el coste del alquiler y no ha sido posible elaborar una estimación.

**390.969**  
Consumo de electricidad (kWh)

**2.870**  
Consumo de gas natural (m<sup>3</sup>)

**18.041**  
Consumo de gasolina (L)

**2.749m<sup>3</sup>**  
Consumo de agua

**134**  
T CO<sub>2</sub>e Emisiones totales

**15kg**  
RAEEs gestionados

**43kg**  
Tóneres y cartuchos gestionados

**0,14**  
T CO<sub>2</sub>e/ total de profesionales

En lo que respecta a las acciones de sensibilización, se han enviado circulares para informar sobre buenas prácticas ambientales, y así, promover entre los profesionales, el uso racional de la energía eléctrica, agua y materiales de oficina. También se han realizado actividades de voluntariado ambiental en alianza con organizaciones, por ejemplo, recoger residuos en las playas.

## Consumo de energía

En el ejercicio de su actividad, la firma, en los diferentes países en los que tiene presencia consume diversos tipos de energía como la eléctrica, el gas natural para la calefacción (si aplica) y combustible (gasolina o gasoil) procedente de los vehículos propios.

A continuación, se detalla los consumos totales por categoría:

Consumo de energía	2023
Electricidad (kWh) <sup>1</sup>	390 969
Gas natural (m <sup>3</sup> ) <sup>2</sup>	2 870
Gasolina (L) <sup>3</sup>	18 041

<sup>1</sup> No incluye las oficinas de Brasil.

<sup>2</sup> Corresponde a la oficina de Chile.

<sup>3</sup> Corresponde a las oficinas de Colombia y Ecuador.

Con la finalidad de conseguir reducir su consumo, se detallan algunas de las principales buenas prácticas recogidas:



# Emisiones totales

Consciente del daño medioambiental y a la salud de las personas que ocasionan las emisiones de gases de efecto invernadero, la firma ha elaborado por primera vez el total de las emisiones de la red iberoamericana, el total de emisiones por alcance 1 y 2, así como el ratio de las emisiones por profesional.

Teniendo en cuenta el consumo de energía eléctrica, gas natural y combustible de la firma, se ha realizado el cálculo de la huella de carbono del **alcance 1**, que se refiere a las emisiones directas de gases de efecto invernadero que una organización genera de manera controlada, como las provenientes de la combustión de combustibles fósiles en vehículos propios o calderas, y el **alcance 2**, que se refiere a las emisiones indirectas asociadas al consumo de energía eléctrica o térmica utilizada.

En 2023 las emisiones de la firma fueron de 134 Toneladas de CO2 equivalente, tal y como se detalla en la siguiente tabla:

Emisiones (toneladas de CO <sub>2</sub> equivalente)	2023
Alcance 1 (combustión móvil)	49
Alcance 2 (consumo de electricidad)	86
<b>Total t CO<sub>2</sub>e</b>	<b>134</b>
<b>T CO<sub>2</sub>e /total de profesionales</b>	<b>0,14</b>

# Consumo de agua

El 100% del agua consumida en las oficinas de UHY en Iberoamérica proviene de la red pública y la organización promueve la responsabilidad en su uso. A continuación, se reporta el consumo en m<sup>3</sup>.

Consumo de agua de red (m <sup>3</sup> )	2023
Agua de suministro público	2.749

*Nota: incluye el consumo de Chile, Ecuador, El Salvador, España, México, Perú y Uruguay.*

Algunas de las medidas que se han ejecutado para usar eficientemente el agua en las oficinas son las siguientes:

- Promover campañas internas de sensibilización entre los empleados sobre la importancia que tiene el uso responsable del agua y especialmente en zonas de escasez.
- Mantenimiento preventivo de las tuberías, con el objetivo de detectar posibles fugas.
- Instalación de dispositivos ahorradores o sensores automáticos en los grifos de los baños.
- Implementación de sistemas de riego eficiente en aquellas oficinas que disponen de jardines.

# Generación de residuos

Los principales residuos que pueden derivarse de la actividad que desarrollamos son: papel y cartón, residuos sólidos urbanos, residuos orgánicos, residuos de cartuchos y tóner, residuos de fluorescentes/luminarias, residuos higiénicos y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, todos ellos gestionados a través de gestores autorizados.

En el siguiente cuadro, se indica el total de kilogramos de residuos gestionados en el año 2023:

Generación de residuos (Kg)	Consumo
RAEEs (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) <sup>1</sup>	15
Tóner y cartuchos <sup>2</sup>	43
<b>Total</b>	<b>58</b>

*Nota:*

<sup>1</sup>Corresponde a las oficinas de Ecuador y Chile.

<sup>2</sup>Corresponde a las oficinas de Argentina, Colombia, Ecuador, México, Panamá y República Dominicana.

En lo relativo a las buenas prácticas se han desarrollado iniciativas como:

- Entrega de aparatos eléctricos y electrónicos a los programas de reciclaje autorizados para su correcta gestión.
- Recarga de los tóneres de tinta.
- Separación de residuos en diferentes contenedores: orgánico, papel y cartón, aprovechable y no aprovechable.
- Iniciativas de ecoeficiencia (cambio de botellas de plástico por botellas reutilizables, de vasos de plástico por vasos de cartón, etc.).
- Recogida de tapas y botellas, y entrega a organizaciones sin ánimo de lucro, para que tengan un segundo uso.

# Consumo de materiales

El principal material que se utiliza en la firma es el papel, por esta razón se prioriza que disponga del certificado FSC (*Forest Stewardship Council*), el cual garantiza que el papel proviene de bosques que son manejados de manera ambiental y socialmente responsable.

El consumo de este material durante el año 2023 fue de 20 731 Kg.

Consumo de materiales (Kg)	Consumo
Papel	20.731

*Nota: No incluye las oficinas de Brasil, Costa Rica, Guatemala ni Honduras.*

Entre las medidas que se promovieron para hacer uso eficiente del papel en las oficinas se encuentran: fomentar la impresión a doble cara, reutilizar las hojas para la impresión de documentos internos y el reciclaje a través de gestores. De la misma forma se incentiva el uso del email para el intercambio de información o la utilización de la factura electrónica.

UHY Guiñazú & Asociados  
(Chile)

Instalación de paneles  
fotovoltaicos

Chile

Descripción de la buena práctica

En las oficinas de Chile se realizó la instalación de **paneles fotovoltaicos** con el objetivo de generar energía eléctrica limpia y renovable. Además, el proyecto ha contribuido a reducir la dependencia con otras fuentes de energía.

Las fases del proyecto han sido: diseño, evaluación del sitio, selección de los equipos, instalación, ejecución y mantenimiento.

» Recursos empleados

Diseño y evaluación



6 personas apoyaron  
50 horas durante  
las fases de diseño y  
evaluación

Tiempo



Durante las pruebas  
y ejecución apoyaron  
8 horas

» Impactos y repercusión de la buena práctica

Mejora de la seguridad energética, fomento de la sostenibilidad y estímulo a la innovación, el desarrollo tecnológico y ahorro en los costes de la energía.

» ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Absolutamente, al ser una inversión en energía renovable para un futuro más sostenible energéticamente.

UHY Gubba & Asociados  
(Uruguay)

Reforma de las oficinas  
de la firma



Descripción de la buena práctica

Con base en el crecimiento de la firma y en la necesidad de contar con mayor espacio físico, se diseñó un plan de ampliación y reforma de las oficinas. Inicialmente esto implicó adquirir más oficinas dentro del mismo lugar físico y pensar en esto como una gran oportunidad para re-diseñar los espacios y favorecer al bienestar de las personas.

La finalidad fue disponer de oficinas confortables y actualizadas en cuanto al diseño, tomando en cuenta aspectos centrales de seguridad, ergonomía, y sostenibilidad. También generar espacios diseñados para el trabajo colaborativo, espacios de distención, áreas privadas y de concentración, a fin de contemplar diferentes ambientes acordes a las necesidades de los colaboradores.

Se ha desarrollado a través de diferentes etapas, abarcando espacios en forma escalonada a fin de no obstaculizar la dinámica diaria de la oficina. Tan pronto se termina una etapa, es inaugurada.

» Recursos empleados

Diseño y evaluación



La ampliación y reforma de las oficinas conlleva un gran despliegue de recursos, obviamente económicos, pero también de tiempo y esfuerzo. Se necesitó la contratación externa de profesionales capacitados, como pieza fundamental para la gestión de la ejecución.

Tiempo



A nivel interno, se destinaron personas para coordinar y definir los espacios, sumando la participación de Gerentes para que puedan plasmar necesidades y requerimientos propios y de sus equipos. También se trabaja en conjunto con la persona responsable de Marketing con quien se está coordinan aspectos de diseño y decoración en función del branding de la firma.

» Impactos y repercusión de la buena práctica

Se ha proyectado un gran impacto, transversal a toda la organización ya que las reformas incluyen a todos los equipos de trabajo. A medida que los avances se hacen visibles, es posible percibir el asombro y gusto por los espacios que van siendo inaugurados. El disponer de nuevas oficinas, también conlleva a reconfigurar las rutinas, las relaciones interpersonales y tener así la posibilidad de vincularse con otros.

Más allá de los espacios físicos en sí, el atender a aspectos de luz natural, mobiliario ergonómico, ventilación, diseño, impactará positivamente en el ambiente de trabajo, generando mayor confort, motivación y bienestar. El diseño de espacios comunes para reuniones, comedor, esparcimiento, también repercute muy positivamente en la motivación y la sensación de cuidado que se espera que los colaboradores sientan.

» ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Totalmente. Esta práctica es una oportunidad de cambio, que al ser correctamente planificada y comunicada, genera grandes beneficios en el bienestar de las personas.

# Comprometidos con nuestro entorno



Los años de historia de la firma han ido forjando redes sólidas a nivel local, regional y del país en el mundo empresarial, académico, político y social. Esta fortaleza constituye un instrumento de incalculable valor para todos los miembros de UHY y sus clientes, ya que, vayan donde vayan, puede disponer de un servicio de alta calidad, un claro reconocimiento territorial y una amplia red de contactos.

En este sentido, resulta difícil describir los innumerables impactos positivos que genera la vinculación, el arraigo y compromiso de la red en los diferentes países en los que opera la firma y que detallamos brevemente:

El impacto de la prestación de unos servicios de alta calidad a los clientes (empresas y organizaciones) ayudándoles en términos de fiabilidad, planificación, control, transparencia, ética o sostenibilidad.

Generación de vínculos con las asociaciones profesionales y empresariales para compartir conocimiento, tendencias o buenas prácticas a través de conferencias, jornadas, webinars, artículos, etc.

Integración de la firma en su ámbito local que se plasma en el apoyo a numerosas entidades que trabajan en favor de personas en riesgo de exclusión o personas vulnerables, o bien a través de la involucración de los empleados en organizaciones sociales a través del voluntariado corporativo o una acción de apoyo profesional con un voluntariado pro bono.

La vocación de expansión y crecimiento de la red en Iberoamérica redundará en la generación de empleo local y la mejora de la calidad de vida en sus personas y familias.

**100%**

De nuestro empleo es local

**+80**

Asociaciones profesionales y empresariales

**+30**

participaciones en eventos, ferias, congresos, etc.

**+32**

Alianzas con Organizaciones sociales

**+128.000 USD**

Aportes sociales

**3**

Iniciativas sociales y de voluntariado



# Una red de alto valor. Asociaciones profesionales y empresariales

La firma despliega su influencia en numerosos países y localidades, a través de numerosas vías como la membresía en asociaciones profesionales y empresariales de relevancia en todos los países. Este hecho facilita el acceso a una amplia red de contactos de alto valor añadido y oportunidades de colaboración (*networking*), actualizaciones de conocimiento, mejora de los servicios, así como conexiones con clientes potenciales, etc.

A continuación, se detallan algunas de las asociaciones profesionales y empresariales más relevantes por países.

País	Asociaciones Profesionales y Empresariales
<b>Argentina-USA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consejo Profesional de Ciencias Económicas De Caba y San Luis</li> <li>- Cámara Argentino-Americana de Florida</li> <li>- National Association of Tax Professionals</li> </ul>
<b>Bolivia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegio de Auditores o Contadores Públicos de Bolivia (CAUB)</li> <li>- Colegio de Auditores y Contadores Públicos Autorizados del Departamento de La Paz</li> <li>- Cámara Nacional de Comercio (CNC)</li> <li>- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero</li> <li>- Registro del Mercado de Valores</li> <li>- Cámara de Industria y Comercio de Santa Cruz</li> <li>- INFOCENTER - Buró de Información Crediticia</li> </ul>
<b>Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de comercio Brasil-Perú (ABVCAP)</li> </ul>
<b>Chile</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de Empresas de Auditoría Externa en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF)</li> <li>- The Public Company Accounting Oversight Borad (PCAOB)</li> </ul>
<b>Costa Rica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica</li> </ul>
<b>Colombia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de Comercio de Lima (Colombia)</li> </ul>
<b>Ecuador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de Comercio e Industrias Ecuatoriano-Colombiana (CAMECOL)</li> <li>- Cámara de Comercio e Innovación Ecuatoriano- Israelí (CICEI)</li> <li>- Cámara de Comercio e Integración Ecuatoriano-Peruana (CAMEPE)</li> <li>- Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana (AMCHAM)</li> <li>- Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana (AHK)</li> <li>- Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Británica (BRTHCHAM)</li> <li>- Cámara de Industrias y Producción (CIP)</li> <li>- Cámara de Minería del Ecuador (CME)</li> <li>- Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de Quito (CAMESPA)</li> <li>- Cámara de Comercio de Quito (CQQ)</li> <li>- Asociación de Jóvenes Empresarios del Ecuador (AJE)</li> <li>- Círculo de Ejecutivos Colombianos</li> </ul>
<b>El Salvador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituto de Contadores Públicos</li> <li>- Consejo de Vigilancia de la Profesión Contable y Auditoría</li> </ul>

País	Asociaciones Profesionales y Empresariales
<b>España</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AHECOS)</li> <li>- Asociación de Empresarios y Profesionales CIT Marbella</li> <li>- Asociación Andaluza Empresa Familiar (AAEF)</li> <li>- British Chamber of Commerce</li> <li>- Cámara de Comercio Alemana</li> <li>- Club Financiero Génova</li> <li>- Asociación para Progreso de la Dirección (APD)</li> <li>- Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM)</li> <li>- Forum of Firms</li> <li>- Consejo Supervisión Auditoras de Empresas Cotizadas USA (PACAOB)</li> <li>- Registro de Economistas Auditores</li> <li>- Asociación Española de Asesores Fiscales (AEDAF)</li> <li>- Instituto de Censores Jurados de Cuentas</li> <li>- Forética</li> <li>- Pacto Mundial de naciones unidas</li> </ul>
<b>Guatemala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de Comercio e Industria Guatemalteco-Alemana</li> <li>- Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT)</li> <li>- Cámara de Comercio Estadounidense (AMCHAM)</li> </ul>
<b>Honduras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de Comercio e Industria Hondureño-Alemana</li> </ul>
<b>México</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara de Comercio de la Ciudad de México</li> <li>- Cámara de Comercio Británica en México</li> <li>- American Chamber of Commerce of Mexico A.C.</li> <li>- Cámara de Comercio e Industria Franco-Mexicana</li> <li>- Colegio de Contadores Públicos de México A.C.</li> <li>- Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C.</li> <li>- Comisión Nacional de Seguros y Fianzas</li> <li>- Public Company Accounting Oversight Board</li> <li>- Security Exchange Commission Reporting Skills Training</li> <li>- Club Universitario de México A.C.</li> <li>- Club de Altura y Negocios SAPI de C.V. Piso 51</li> </ul>
<b>Nicaragua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegio de Contadores Público de Nicaragua</li> <li>- Comisión Nacional de Microfinanzas</li> </ul>
<b>Perú</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consejo Empresarial Colombiano</li> <li>- Cámara de Comercio de Brasil-Perú</li> <li>- Cámara de Comercio de Chile</li> <li>- Colegio de Contadores Públicos de Lima</li> <li>- Colegio de Contadores de Callao</li> <li>- Asociación Peruana de Finanzas del Perú</li> <li>- Colegio de Abogados de Lima, Instituto de Auditoría Interna</li> </ul>
<b>Puerto Rico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asociación de Constructores de Puerto Rico</li> <li>- Asociación de Contratistas Generales, Capítulo de Puerto Rico</li> <li>- Cámara de Comercio de Puerto Rico</li> <li>- Colegio de Contadores Públicos de Puerto Rico</li> <li>- Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA)</li> <li>- Asociación de Contratistas Mecánicos de Puerto Rico</li> <li>- Asociación Puertorriqueña del Concreto.</li> </ul>
<b>República Dominicana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituto de Contadores Públicos Autorizados de la República Dominicana (ICPARD)</li> <li>- Superintendencia de Bancos de República Dominicana</li> <li>- Superintendencia de Valores de República Dominicana</li> <li>- Superintendencia de Seguros de República Dominicana</li> <li>- Superintendencia de Pensiones de República Dominicana</li> <li>- Consejo Nacional de Consultores Impositivos (CONACI)</li> </ul>
<b>Uruguay</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay</li> <li>- Instituto Uruguayo de Estudios Tributarios</li> <li>- Organización de Mujeres Empresarias, Ejecutivas y Emprendedoras de Uruguay</li> <li>- Cámara Uruguayo Francesa de comercio e industria</li> <li>- Cámara de Comercio e Industria Uruguayo Alemana (AHK)</li> <li>- Ceres (Centro de Estudios Económicos)</li> <li>- Cámara Española del Uruguay</li> </ul>

# Participación en eventos, ferias y congresos

Son muchas las iniciativas realizadas por la firma en los diferentes países con el objeto de compartir conocimiento con clientes, explorar nuevos sectores o profundizar en las tendencias y nuevas normativas, etc. para lo que los socios de la firma despliegan una amplia actividad y de la que recogemos algunas de las más relevantes:

- AGEXPORT-Asociación de Exportadores de Guatemala (Guatemala)
- AHK- Cámara de Comercio e Industria Guatemalteco-Alemana (Guatemala)
- AMCHAN-Cámara de Comercio Guatemalteco-Americana (Guatemala)
- AMCHAN-Cámara de Comercio Americana para Brasil (Brasil)
- Audit Meeting del Registro de Economistas Auditores (España)
- Cámara Argentina-Americana de Florida sobre Sostenibilidad (Argentina)
- Congreso ABVCAP-Private Equity y Venture Capital en América Latina (Brasil)
- CPA-Colegio de Contadores Públicos y Auditores (Guatemala)
- Dirección General de Impuestos Internos (República Dominicana)
- El sector inmobiliario y las nuevas tecnologías de la UAE-European Lawyers Union (España)
- IBRACON-Instituto Brasileño del Concreto (Brasil)
- ICARE-Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (Chile)
- IGDT-Instituto Guatemalteco De Derecho Tributario (Guatemala)
- Insper-Instituto de Educación e Investigación (Brasil)
- Instituto de Contadores Públicos Autorizados de la República Dominicana (República Dominicana)
- Jornada anual del "Estudio y Evolución del Mercado inmobiliario en la Costa del Sol" (España)
- Jornada Ciudades Sostenible (Málaga-España)
- Jornada "¿Cuánto vale tu empresa?" APD (España)
- Jornadas Agro en Sao Paulo (Brasil)
- Superintendencia de Administración Tributaria (Guatemala)
- Superintendencia de Valores de la República Dominicana (República Dominicana)
- XIII Premios anuales de la Asociación de Empresarios y Profesionales-CIT Marbella (España)
- XXIII Congreso Nacional de Contabilidad de la AIC-Asociación Interamericana de Contabilidad (Panamá)



# Premios y reconocimientos

Nos enorgullece y nos llena de satisfacción ver cómo cada año los miembros de UHY de la red iberoamericana reciben de manos de diferentes instituciones reconocimientos por su trayectoria profesional, la calidad del servicio ofrecido, el altísimo compromiso con la excelencia, la innovación y la ética profesional.

En este sentido extraemos una síntesis de los más destacados.

## Argentina

La firma fundada en 1972 UHY Macho cumplió 50 años de servicio de alta calidad, celebrando su expansión y crecimiento. Roberto Macho junto a todo su equipo recibió innumerables muestras de afecto y reconocimiento.

## Brasil

Leaders League hace un reconocimiento a la firma por su labor y lo cataloga como proveedor altamente recomendado para servicios de auditoría, diligencia debida y valoración.

## España

El socio codirector y cofundador Bernard Fay fue galardonado por la European Lawyer's Union (UAE), quienes reconocen la innovación en el sector jurídico en Europa, analizando herramientas, proyectos e iniciativas lideradas por las principales firmas del mercado europeo.

## Puerto Rico

El Senado de Puerto Rico reconoció la firma por los 35 años de servicio aportado al desarrollo socioeconómico del país. Además, la Asociación de Contratistas Generales de América Capítulo de Puerto Rico expresó también su reconocimiento por los servicios y asesoramiento prestados a la asociación durante los últimos 20 años.

## República Dominicana

La socia directora Arabellis Calderón recibió un reconocimiento del Instituto de Contadores Públicos Autorizados de la República Dominicana (ICPARD) por sus aportes a la profesión contable en el país.

## Comunicación externa, clave para la estrategia de crecimiento

Si bien la firma se encuentra en un proceso de *rebranding* que finalizará en octubre del 2024, la comunicación efectiva de las firmas de UHY en Iberoamérica con sus grupos de interés ha sido clave para la gestión de relaciones y la construcción de una reputación corporativa sólida e imagen de confianza, sin dejar atrás el posicionamiento de la marca.

Uno de los medios de comunicación que se ha consolidado en la firma como una herramienta efectiva y cercana con los grupos de interés es el uso de plataformas digitales como LinkedIn, X, WhatsApp Business, YouTube, Instagram.



## Acción social

En UHY no existe una política general de actuación solidaria, sino que cada país define las principales líneas de su actuación con total autonomía atendiendo a las necesidades sociales que requieren su atención, atendiendo a la realidad social en la que se encuentran.

Sin embargo, en líneas generales podemos enmarcar la acción social de la UHY en Iberoamérica en torno a los siguientes 4 aspectos:

- Apoyar personas en riesgo de exclusión, resocialización o vulnerabilidad.
- Desarrollar servicios pro bono a entidades de impacto social.
- Conceder becas a estudiantes.
- Participar en cenas benéficas o carreras solidarias.

En este sentido, en el año 2023 se entregó un total de 128 410 dólares, que permitió el desarrollo de 32 iniciativas de carácter social.

Un capítulo especial es tanto el voluntariado corporativo como los servicios pro bono. Estas actuaciones ayudan a fortalecer el sentido de pertenencia de los colaboradores, potenciar el desarrollo personal y profesional, mejorar el clima laboral y promover el trabajo en equipo, además de contribuir a proyectar la firma de forma más atractiva para captar nuevo talento, estrechar los lazos con la sociedad en la que actúa, etc.

En esta línea, la firma llevó a cabo iniciativas de voluntariado en colaboración con diferentes asociaciones, donde los profesionales de la firma colaboraron en actividades propias de las asociaciones: recolección de alimentos, actividades educativas, manuales, etc. o bien en las que se prestó un servicio pro bono.



### Otras iniciativas sociales

Finalmente, otra de las líneas de actuación está orientada a la participación y apoyo en cenas benéficas, carreras solidarias, patrocinios, etc. como por ejemplo: la cena de la Fundación Horizonte, evento de la Asociación Española Contra el Cáncer (España), la carrera de 5 Km Uniendo Generaciones del Colegio de Contadores Públicos (Puerto Rico) y la Gala Benéfica Uniendo Corazones Solidarios a beneficio de los Boys Scouts (Puerto Rico) y un largo etcétera.



UHY Assurance & Services  
Audidores Cia. Ltda  
(Ecuador)

**Estrategia integral de comunicación**



**Descripción de la buena práctica**

A pesar de disponer de un posicionamiento muy bueno en el mercado del país como 5ª firma de referencia tras las Big4, se fija una estrategia de comunicación 360, ágil, de alto impacto y muy ambiciosa con KPIs claros de medición y retorno como número de *posts*, interacciones, *followers*, *views*, etc. en redes:

Red	Objetivo conseguido a un año	Antes de iniciar la campaña
Facebook	8,6 K	1K
LinkedIn	2,8 K	1K
Instagram	1,6 K	0 k
You tube	165 F	18 F
X	151	0 F
Tiktok	31,3 K	0 f

Cabe destacar que se han conseguido contenidos virales con más de 860k o 440 k.

De la misma forma, se diseñaron **stickers y gif**, así como imagen visual para cada canal y la remodelación integral de la **web**.

Otro de los aciertos estuvo en la creación de un **WhatsApp corporativo** por el que se envían las novedades financieras que son tendencia en términos financieros, de contabilidad, económicos y de impuestos, y el correo electrónico, que se utiliza para enviar información a los diferentes segmentos.

Respecto a los *mailing*, la firma dispone de una base de datos actualizada y clasificada por segmentos (como agricultura, servicios financieros, *oil & gas*, etc.) de forma que los envíos son siempre certeros y eficaces.

De la misma forma, la firma desarrolla una importante actividad con **presencia del Socio Director Freddy Cevallos en eventos, conferencias, entrevistas, así como apariciones en TV, radio o prensa.**

Además la estrategia se complementa con actuaciones de branding en objetos cotidianos o la ubicación de **publicidad** en sitios estratégicos (aeropuertos, vallas publicitarias, patrocinios, etc.)

Además, la **comunicación interna** inicia con los nuevos empleados para que tengan una inducción sobre la firma, así como su respectiva bienvenida, y para los empleados para que estén al tanto de las novedades a través del chat interno o por WhatsApp.

Esta estrategia constituye la base de un crecimiento sólido de la firma, la marca y los servicios, así como un fortalecimiento del *engagement* de los empleados, ya que se garantiza una comunicación profesionalizada que llega a todos los grupos de interés que rodean la firma en Ecuador.

» Recursos empleados

**Equipo profesionales**



En primer lugar, fue esencial contar con un equipo de profesionales capacitados para el desarrollo de la estrategia.

**Herramientas tecnológicas**



Además, se requirieron herramientas tecnológicas avanzadas para medir y optimizar el alcance de las campañas.

**Presupuesto**



Es fundamental disponer de un presupuesto adecuado para la creación de los contenidos, publicidad y eventos.

» Impactos y repercusión de la buena práctica

Posicionamiento y mejora de la imagen y gestión de la firma, a través de una imagen de organización innovadora en diferentes canales, alineándolos con los objetivos de la firma. Posibilidad de atraer un mayor número de clientes potenciales, a partir de la adaptación de los mensajes a los diferentes intereses de los grupos de interés.

» ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Totalmente, teniendo en cuenta el enorme impacto que ha tenido el desarrollo de una estrategia integral de comunicación para el posicionamiento de la marca, usando diferentes plataformas.



UHY Gubba & Asociados  
(Uruguay)

Desarrollo del Voluntariado  
Corporativo



### Descripción de la buena práctica

Desde la firma en Uruguay se concibe el voluntariado como una actividad que beneficia no solo a quienes reciben la ayuda, sino a quienes ofrecen su tiempo personal, profesional y energía de manera voluntaria.

Por esta razón, se diseñaron y desarrollaron actividades de voluntariado con el objetivo de fomentar la solidaridad y el sentido de pertenencia de los colaboradores. Es importante que las personas puedan sentirse parte de algo más grande que trasciende su rol técnico profesional y contribuye al bien social. Un ejemplo fueron las jornadas de recolección y clasificación de fruta y verdura, para ser distribuidas a personas que no tienen facilidad de acceso a alimentos, a través de la ONG Redalco.

También se ha promovido el voluntariado pro bono, orientado a realizar actividades vinculadas a los clientes brindando su tiempo y conocimiento en servicios contables, de payroll e impuestos en forma honoraria por precios mucho más bajos. Este voluntariado solo se desarrolla con entidades sociales.

### » Recursos empleados

Personas



Se dedica tiempo laboral y personal de los profesionales que participan en el voluntariado.



### » Impactos y repercusión de la buena práctica

La actividad de voluntariado genera un gran impacto a todos los niveles en los profesionales que la realizan. Por un lado, a nivel profesional, supone una gratificación el hecho de colaborar activamente desde el rol técnico para ayudar a entidades con un claro impacto social. Por otro, a nivel personal y de equipo, favorece el compromiso de los colaboradores con la firma, al sentir que se está colaborando con la sociedad, generando un compromiso cívico, etc. Además, fortalece los lazos interpersonales entre los voluntarios y de la firma con las organizaciones.

### » ¿Considera que esta buena práctica es replicable en otros países?

Claro que sí. Estas actividades contribuyen al bienestar, desarrollo personal y satisfacción laboral de los voluntarios y al funcionamiento exitoso de la organización.



## Argentina-USA

### UHY MACHO & ASOCIADOS

- Av. Córdoba 1255 Piso 3 (1055AAC) - Buenos Aires
- San Martín 960 - piso 4 - Of "A" - San Miguel de Tucumán, Tucumán
- 25 de Mayo 2060 - Santa Fe
- 777 Brickell Ave Suite 1210 - Miami

## Bolivia

### BERTHIN AMENGUAL Y ASOCIADOS S.R.L.

- Edif. Multicentro, Torre B - P. 12 Avenida Arce y Rosendo Gutierrez - La Paz
- Calle Barachavi N° 390 y Calle Igmiri, Barrio Urbari - Santa Cruz

## Brasil

### UHY BENDORAYTES & CIA

- Avenida das Nações Unidas, 12399. Brooklin - São Paulo
- Av. João Cabral de Mello Neto 850, Bloco 3, 1301 a 1305 22775-057 - Rio de Janeiro

## Chile

### UHY GUIÑAZÚ & ASOCIADOS

- Av. Providencia 2250, Piso 3, Providencia, Santiago de Chile

## Colombia

### UHY CONSULTORES S.A.S.

- Calle 72 # 10 - 07 Oficina 1107 - Bogotá - Colombia

## Costa Rica

### UHY AUDITORES & CONSULTORES

- Terra campus centro corporativo, provincia de Cartago, tres Ríos, edificio 1 piso 3 oficina 311 - San José

## Ecuador

### UHY ASSURANCE & SERVICES AUDITORES CIA. LTDA.

- Pedro Ponce Carrasco E9-25 y Av. 6 de Diciembre, Edificio Multiapoyo, Piso No. 9 - Quito

## El Salvador

### UHY ASESORES & CONSULTORES, S.A.A DE C.V.

- Condominio Villas D Enormandia, Locales 12 y 11b. Tra Calle Poniente y 47 Avenida Norte, Colonia Flor Blanca - San Salvador

## España

### UHY FAY & CO

- Avda. Diagonal, 458 - Barcelona
- C. Serrano, 1 - Madrid
- Plaza de la Solidaridad, 7 - Málaga
- C. de Negocios Puerta de Banús - Marbella

## Guatemala

### UHY PÉREZ & CO

- 2 calle 24-00 zona 15 Vista Hermosa 2 Edificio Domani Nivel 17 Oficina 1702 - Ciudad de Guatemala

## Honduras

### UHY AUDITORES Y CONSULTORES, S.A.

- Oficina 1009 Torre Alianza II, Blv San Juan Bosco, Lomas del Guijarro Sur - Tegucigalpa

## México

### UHY GLASSMAN ESQUIVEL Y COMPAÑÍA

- Penthouse 901 Edificio III Moll del Valle, Calzada del Valle No. 400 Ote. Col. Del Valle - Monterrey
- Armando Birlain 2001 Corporativo 1 Piso 15-A Colonia Centro Sur (Complejo Central Park) - Querétaro
- Av. Paseo de la Reforma No.195 Pisos 16, 17 y P.H. A lc. de Cuauhtémoc, Col. Cuauhtémoc - Ciudad de Mexico
- Edificio Samarkanda, Avenida Samarkanda 306, piso 4 Col. Tabasco 2000 - Villahermosa

## Nicaragua

### UHY PEREZ & CO SUCURSAL NICARAGUA SA

- Edificio Escala 4 Piso oficina 4B-Managua

## Panamá

### UHY BOTELLO & MARQUEZ

- Vista Hermosa, Calle Francisco Filós, Edificio A. Estrada 30 - 32, Piso 1, Local 1 - Panamá

## Perú

### UHY BLANCAS SANDOVAL & ASOCIADOS SAC

- Av. La Encalada 1257, oficina 902, Surco - Lima

## Puerto Rico

### UHY DEL VALLE & NIEVES PSC

- 8th floor, Suite 803, Montehiedra Office Center, 9615 Ave Los Romers - San Juan

## República Dominicana

### UHY CALDERON GONZALEZ & ASOC.

- Av. Rómulo Betancourt No. 1304 Torre Bella Vista Center 2, Suite
- 409 Bella Vista, Distrito Nacional - Santo Domingo

## Uruguay

### UHY GUBBA Y ASOCIADOS (UHY GUBBA & ASOCIADOS S.A.S.)

- Misiones 1372, Oficina 402 - Montevideo

## Venezuela

### UHY INTERNATIONAL. UHY SERVICIOS LEGALES & TRIBUTARIOS, SC Y DURÃ;N & ASOCIADOS

- Av. Casanova, Torre Banco Plaza Piso 9, Ofic. 9-D Sabana Grande - Caracas
- Avenida Los Leones c/Calle Caroni, Centro Empresarial Barquisimeto, Piso 9, Oficina 9-7 - Barquisimeto
- Av. Paseo CaronÃ, Centro Comercial CaronÃ Plaza, Piso 3, Ofic.3-3, Alta Vista Sur - Puerto Ordaz
- Urb. Majay, Calle 151 Centro Profesional Kokuy, PH A - Valencia

Elaborada por UHY Fay & Cointegra Madrid (España)

Para más información:  
Marta Casasola Gómez-Aguado  
mcga@uhyfay-cointegra.com  
Encarnita del Amor Saavedra  
eas@uhyfay-cointegra.com  
+34 91 117 54 00