

Recíclame Recicla tu antiguo celular y ayúdanos a cuidar el medio ambiente.

Ubica nuestros contenedores en los Centros de Atención al Cliente Movistar y en las tiendas de Wong y Metro a nivel nacional. Se parte del gran cambio del planeta.

www.movistar.com.pe



Certificación ISO 14001
Movistar, una empresa comprometida con
el medio ambiente.



www.facebook.com/reciclame

A=9 M=46058 C=117

R=15 D=987

E=62125

Un estudiante mejor preparado, es un estudiante camino al éxito.

El BCP está orgulloso de ser el patrocinador líder nacional de Matemáticas para Todos (MPT), programa que desde hace más de 9 años acerca las matemáticas a la vida de miles de niños y capacita a sus docentes. Durante el año 2011 el BCP logró:

- ▲ 62 125 escolares beneficiados
- ▲ 46 058 materiales educativos entregados
- ▲ 117 colegios beneficiados
- ▲ 987 docentes capacitados
- ▲ En 15 regiones del Perú

Por ello, seguiremos apoyando el desarrollo de nuestros escolares porque de su éxito depende también el éxito del Perú.

Bienvenido el éxito





AÚN FALTA CAMINO POR ANDAR

Es cierto que en los últimos años hemos dado grandes pasos en la responsabilidad social, en América Latina, sin embargo, aún falta mucho por hacer para que los programas lleguen a las personas de escasos recursos económicos.

Queda demostrado por experiencias anteriores en otros países que las alianzas público privadas (APPs) pueden convertirse en una herramienta eficaz para lograr el ansiado desarrollo. Estas alianzas hacen que los actores sociales tengan una participación activa, la empresa pueda proveer una gestión eficiente y eficaz; las ONG, con su expertise de trabajo y el Estado brinden las condiciones necesarias para la ejecución del programa.

En nuestro país, los APPs que lograron ver la luz han tenido logros significativos pero, se debe trabajar más para despertar al sector público, empresario y ONGs que todavía no se han dado la oportunidad de conocer y sumarse a las políticas de responsabilidad social, las mismas que permitirían a nuestro país alcanzar los objetivos de la equidad y la inclusión social.

Por ello, los medios de comunicación también jugamos un rol preponderante en este cambio, al difundir las acciones positivas de quienes trabajan por los que menos tienen. Además de incentivar las gestiones basadas en políticas de responsabilidad

social, tanto en las entidades públicas como privadas. Esto tendrá mayor efecto cuando los demás medios de comunicación no especializados, sepan que la RS no debe estar ausente en la gestión de las organizaciones, lo que les garantizará el desarrollo sostenible.

CSRAMÉRICAS

Ad portas de su primera década, la CSRAméricas nació como una iniciativa para dar a conocer los avances en la responsabilidad social.

Desde entonces, hemos visto cómo más empresas se han involucrado con la RS. Sin embargo, creemos desde esta tribuna que la CSRAméricas, en sus próximas ediciones, deberá propiciar la generación de nuevos espacios para seguir afianzando las APPs y los negocios inclusivos. Estos negocios, propicios en la realidad latinoamericana, buscan insertar a la base de la pirámide en la cadena de valor de las empresas. De esta manera, se asegura que estas personas se inserten al mercado laboral y generen sus propios recursos para mejorar su calidad de vida.

Ojalá que en países como el nuestro, el Estado siga incentivando y fortaleciendo estas propuestas de desarrollo; que la empresa privada y ONGs participen de manera más activa, con el objetivo de cambiar la vida a las personas de menos recursos económicos y éstas puedan encontrar el desarrollo anhelado.



EQUIPO SH

DIRECTOR

Javier Arce Novoa
jarce@stakeholders.com.pe

GERENTE GENERAL

Luis Arce Novoa
larce@stakeholders.com.pe

EDITOR

Hugo Hidalgo Tello
hhidalgo@stakeholders.com.pe

COMMUNITY MANAGER

Miriam Alvarez
malvarez@stakeholders.com.pe

GERENTE DE DESARROLLO DE PROYECTOS

Susy Arce Novoa
sarce@stakeholders.com.pe

CONSEJO CONSULTIVO

Baltazar Caravedo
Ana Zucchetti
Augusto Baerti
Felipe Portocarrero
Manuel Pulgar Vidal
Rafael Valencia Dongo
Jorge Melo Vega
PERÚ 2021

COLABORADOR

Manuel Machado Alvites

JEFE DE ADMINISTRACION Y PUBLICIDAD

Verónica Atauyuco Luna
vatauyuco@stakeholders.com.pe

FOTOGRAFÍA

Julio Barriga

Av. Camino Real 456, Of. C-74 - San Isidro
Teléfono: 221-7414 / 441-0998
Publicidad: 999838810 / RPM: #988993

***Yo soy un peruano
que mueve el país.***

**SOY
VALIENTE**

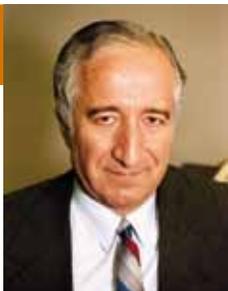


La microempresa, el motor del Perú.

El banco de los que mueven el país.

 **Mibanco**
Grupo **ACP**

Banca Telefónica 319-9999 - www.mibanco.com.pe



Bernardo Kliksberg

Presidente de la Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial

EUROPA EN SERIAS DIFICULTADES

Las bolsas temblaron estos días ante los problemas por la que atraviesan dos de las mayores economías de Europa, la italiana y la española.

Pero el tema de la crisis europea no afecta solo a las bolsas, sino en primer término a la gente común y corriente. Un pensionado de 78 años se suicidó en plena plaza pública en Atenas, hace pocos días, ante la imposibilidad de subsistir dignamente. Grecia tenía una de las más bajas tasas de suicidios de Europa, ahora tiene una de las mayores.

Dos personas se prendieron fuego, en España e Italia por desesperación económica.

La tasa de desempleo europea siguió subiendo. Es ahora el 10.8%, lo que significa 25 millones de desocupados.

La de España la duplica sobradamente, es 23.6%. La de los países que han aplicado a fondo la receta impulsada por ciertos organismos financieros, sigue subiendo. La de Grecia, es 21%, la de Portugal 15%, la de Irlanda 14.7%.

Las tasas de desocupación juvenil ya superan el 50% en Grecia, y España.

En todos esos países los recortes están al mismo tiempo debilitando sobremedida las alternativas de protección social.

Pero no solo están en serias dificultades los que no tienen trabajo. También hay una degradación muy fuerte en los trabajos existentes, que los alejan cada vez más de lo que la OIT llama un trabajo decente.

En el 2011, de todos los nuevos contratos de trabajo en Europa, el 50% fueron contratos temporarios. Ello significa total inestabilidad, y privación de derechos conquistados durante muchos años en el campo laboral.

También remuneraciones muy bajas. En Francia, uno de los países más prósperos de Europa, aumenta la población de trabajadores pobres. Con lo que ganan no pueden pagarse una vivienda. Viven en campamentos, trailers, hoteles baratos, o con sus padres. A pesar de su educación tomaron en muchos casos trabajos con salario mínimo, obligados ante la no existencia de otras opciones. El 8.2% de los trabajadores ganan un ingreso que los coloca por debajo de la línea de la pobreza. Eran el 7.3% en el 2006. Hay 120.000 trabajadores pobres, viviendo en Francia en campamentos. El 50% de los trabajadores ganan menos de 25.000 dólares por año.

En España y Grecia, los trabajadores ubicados en pobreza, son el 16.4%.

La conflictividad social ha aumentado aceleradamente. Está tomando formas muy originales en algunos casos. Así termina de haber una gran rebelión de contribuyentes en Irlanda, ante un nuevo impuesto a la propiedad que afecta especialmente a pequeños propietarios. Organizaron un movimiento de protesta, que llevó a que el 50% no lo pagara.

Parece que es hora de examinar la receta. Comenta irónicamente el Premio Pulitzer Nicolas Christoff que los griegos añoran a Pericles. Hubo una gran crisis económica en occidente en el siglo V antes de Jesús Cristo, Pericles no contestó recortando presupuestos públicos, sino por el contrario lanzó un gran plan de trabajos públicos y construyó el Partenón. Por lo visto intuía que el camino era el que Keynes iba a indicar en la gran crisis de 1930.

El New York Times es categórico. Titula editorialmente (22/3/12) "Europa necesita enmendar un pacto fiscal inflexible, que hace la recuperación económica más difícil".

América Latina tiene motivos para sentirse reconfirmada en su búsqueda de caminos muy diferentes, ante los magros resultados europeos con las recetas convencionales.



Orgullosas raíces Canadienses.
Brillante futuro en Sudamérica,
empezando por el Perú.



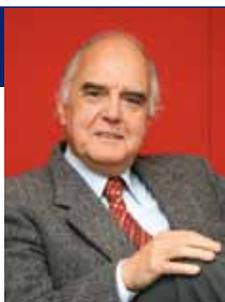
Durante más de 85 años hemos trabajado para construir nuestra reputación como empresa minera responsable. Nuestros valores y conocimientos técnicos encuentran sus orígenes en Manitoba (Canadá) y forman los fundamentos que nos permiten buscar oportunidades a nivel internacional como el Proyecto Constancia que hemos adquirido en el Perú. En tal sentido, estamos consolidando nuestra marca bajo una sola bandera que unirá todas las operaciones de la compañía. Somos Hudbay.

Si bien Hudbay crece, nuestros valores siguen siendo los mismos con los que hemos desarrollado más de 80 años de operaciones en Canadá. Seguimos estando comprometidos en hacer una minería social y ambientalmente responsable, con los mismos principios y valores del modelo que promueve el gobierno peruano.

Estamos orgullosos de nuestra herencia y de nuestra gente.



hudbayminerals.com



Baltazar Caravedo Molinari

Presidente de SASE

CONSIDERACIONES PRELIMINARES PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Los sistemas sociales enfrentan una tensión constante: tienen fuerzas que los cohesionan y fuerzas que los debilitan. En esa tensión entre la cohesión y la disolución se organiza su sentido y patrón de autogeneración y/o reproducción (de la sociedad y de las organizaciones que la integran).

- El patrón de reproducción del sistema se basa en un código genético social. En los vínculos se esconde el código genético social; están cifrados. En los vínculos se encuentran los afectos, las racionalidades, los mensajes, las cadenas de significados y las acciones o los actos que condensan mensajes que empleamos para comunicarnos; es lo que transmitimos entre personas, entre organizaciones, entre generaciones.

- Es posible modificar el sentido (y patrón de reproducción) de los sistemas sociales humanos si alteramos su código genético social. El sentido está contenido en los mensajes (las palabras y los actos) que transmitimos. Si los vínculos que desplegamos en nuestra vida diaria logran ser modificados con nuevos mensajes (palabras, afectos y acciones) es posible generar un nuevo código genético social y transformar el sentido y práctica del sistema.

- Para lograr la configuración de un nuevo código genético social se requiere que las organizaciones, iniciativas y proyectos que sostienen la sociedad incorporen en su nueva práctica el sentido que se busca hacer predominar.

- El Perú es un Sistema mayor que articula una variedad de sistemas menores o sub sistemas. Las fuerzas que debilitan el conjunto de los sistemas y subsistemas en el Perú son:

- Fragmentación que se manifiesta en la pobreza, la desigualdad, la marginación, la discriminación y la informalidad; y, también en la dualidad y disociación de nuestros afectos (somos hermanos y enemigos a la vez)
- Desconocimiento del otro que se manifiesta en las acciones que ignoran el valor de los demás y en el abuso de las posiciones de poder que uno pueda tener en un momento determinado;
- Autoritarismo que se expresa en los vínculos paternal dependientes, la subordinación y anulación de uno

mismo en tanto sujeto independiente y en la dificultad para superar influencias de tipo caudillistas contrarias a las de liderazgo compartido y transformador;

- Duplicidad de la ausencia que se manifiesta en la falta de escucha, en la apropiación del sentir de los demás sin incorporarlos y sustitución de sus voluntades y deseos, que deslegitiman el acto de representar.

- Ética de la Violencia que se expresa en las prácticas cínicas, en la desconfianza, el pesimismo, la corrupción y la inseguridad.

- Las fuerzas que cohesionan al conjunto de sistemas y subsistemas en el Perú son:

- Integrar, que se dan con las oportunidades que ofrece el crecimiento económico, la disminución de la pobreza, la reducción de la desigualdad, el incremento del bienestar social; y, también, en la mirada genuinamente crítica que hacemos de nosotros mismos para acercarnos a los demás;

- Colaborar, que se plasma cuando reconocemos la diversidad y consideramos a los otros en el empeño por identificar y practicar el propósito común que nos anima.

- Compartir, que se expresa en la transparencia de nuestros valores y resultados, de nuestras dudas y propuestas para hacer posible el diálogo que reconoce al otro.

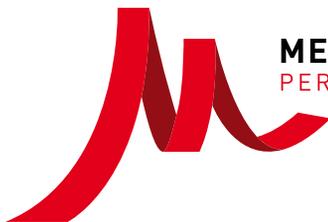
- Comprometerse, que se manifiesta en la puesta en práctica de una nueva ética en la que los acuerdos (desde los más solemnes hasta los más efímeros y volátiles) se cumplen porque los convertimos en nuevas prácticas.

- En el Perú está emergiendo un nuevo código genético social que poco a poco está transformando el "antiguo sistema" aunque no siempre en la dirección más apropiada para el beneficio de todos los que formamos parte de nuestra sociedad ni a la velocidad requerida.

- Enrumbar la transformación social en el sentido de lograr un beneficio de todos implica reconocer la necesidad de su modificación y lograr el predominio de una perspectiva de cohesión en todos sus sistemas y subsistemas; Implica que varios actores (entidades públicas, empresa privada, organizaciones sociales) actúen en paralelo y simultáneamente en las distintas dimensiones en las que se despliegan.



www.peru lng.com



MELCHORITA
PERU LNG

Comprometido con el cuidado de la biodiversidad y la conservación del medio ambiente.



“CADA VEZ HAY MÁS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS INTERESADAS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL”

Para Rosario Bazán, directora de Perú 2021 y gerente general de Danper, actualmente las pequeñas y medianas empresas están sumamente interesadas en conocer más de la responsabilidad social porque reconocen que existe una relación directa con la sostenibilidad que ejerce en sus negocios y el país. Como organizadora de la Novena Expoferia de Proyectos de RSE de



Perú 2021, señala que es una vitrina para que las compañías que aun no tiene claro el propósito de la RS, conozcan las iniciativas que están desarrollando las empresas peruanas en sus zonas de influencia.

Perú2021 organiza todos los años la Expoferia, ¿qué novedades encontraremos para esta novena edición?

Con la Expoferia mostramos claros ejemplos de empresas peruanas, de los diferentes sectores económicos y de las organizaciones de la sociedad civil, que están haciendo algo por nuestro país desde donde se encuentran, cuidando el factor económico para que sigan siendo competitivas, el componente social respetando los derechos de cada uno de sus colaboradores, y el factor ambiental tomando conciencia acerca del impacto negativo que genera cada una de sus acciones.

En la anterior edición se impulsó una página web para que todos los visitantes conocieran más de la Expoferia, ¿Qué esperan con esta plataforma virtual?

Si, contamos con una página web (www.peru2021.org/expoferiaRSE/lima/) que nos permite acercarnos no solamente a las empresas y organizaciones que están en Lima, sino a todas las pequeñas, medianas y grandes empresas que se encuentran en las diferentes regiones del país. La idea del portal es que las personas naturales y jurídicas conozcan de manera virtual que están haciendo las empresas que actualmente implementan la responsabilidad social a través de sus proyectos, para que de esta manera se conviertan en referentes de compañías para la región donde se ubican.

Si usted tuviera que hacer un balance de la Expoferia en estos nueve años, ¿cuánto se ha avanzado hasta el momento y cuánto faltaría por avanzar?

Nos hemos dado cuenta en estos años que cada vez hay más pequeñas y medianas empresas que



están interesadas en conocer acerca del significado de la responsabilidad social y como ésta puede contribuir a que sus negocios sean sostenibles y por consiguiente se alcance el desarrollo sostenible en el país. Estamos contentos que cada año exista una mayor participación de las empresas, no necesariamente a través de los stands, sino a través de las visitas que hacen a la expoferia.

Danper es una empresa que tiene su sede central en el interior del país, ¿cree que empresas como ustedes deberían tener un mayor posicionamiento en la Expoferia? En cuanto a las Expoferias que se desarrollan en provincias, ¿han pensado en repotenciarlas?

Si, en Trujillo a través de la Cámara de Comercio de La Libertad, desarrollamos una actividad que difunde y promueve la práctica de la responsabilidad social. Actualmente, en nuestra región existe un interés por conocer acerca de la RS, sobre todo por las pequeñas y medianas empresas que se capacitan permanentemente para elevar su nivel de implementación. Queda claro que sin una práctica genuina de la RS, nuestros negocios, nuestras empresas no serán sostenibles en el tiempo. Una empresa es sostenible en el tiempo cuando invierte en el desarrollo de su capital humano porque sabe que es la única fuente sostenible de la productividad ya que le brindará al individuo, las competencias y capacidades necesarias para un mejor desenvolvimiento dentro de la empresa, y posicionarse como un líder en su familia y en la comunidad.

Coméntenos acerca de su labor en la dirección de Perú 2021, ¿cuáles son sus proyectos?

Como directora de Perú 2021 tengo dos grandes desafíos, el primero es contribuir a promover la implementación genuina de los principios de la RS en aquellas empresas que aun no tienen claro el propósito de la responsabilidad social y su relación con la sostenibilidad. Otro aporte que brindaré es compartir mi experiencia sobre la Responsabilidad Social en DanPer y en el Sector Agroindustrial. DanPer, es una empresa líder en la agroindustria de exportación y juega un rol importante en el ma-

nejo adecuado de los principios de la Responsabilidad Social porque entiende su propósito y está comprometida con la práctica efectiva de cada uno de ellos para guardar el equilibrio entre su desempeño económico, social y ambiental.

¿Considera que las alianzas público privadas son determinantes para lograr el desarrollo sostenible?

Es indispensable que el sector privado articule esfuerzos y acciones conjuntas con el gobierno local, regional y central, a fin de lograr avances concretos en el desarrollo sostenible del país. El camino al desarrollo sostenible pasa por elevar, con sentido de urgencia, el bajo nivel de desarrollo humano de nuestra población, y ese reto es una tarea impostergable del Estado, la cual se complementa de manera importante con el compromiso y contribución permanente de las empresas que generan condiciones dignas de trabajo y que invierten en la formación y desarrollo del capital humano.

¿Qué esperan ustedes a futuro con la expoferia?

En estos 9 años de la Expoferia hemos avanzado mucho en la participación de las empresas. Por ejemplo, en el primer año de la Expoferia contamos con la participación de 8 empresas y para el 2011 logramos 50 empresas, sin embargo consideramos que el porcentaje es pequeño con respecto al universo de empresas que operan en nuestro país. Nuestra meta es lograr que más empresas de los diferentes sectores económicos del país se comprometan y participen en las diversas actividades de formación y oportunidades de ejecución que ofrece la Expoferia.

En la medida que los empresarios que lideran las compañías privadas del país se eduquen, aprendan, compartan y enseñen en base a sus experiencias sobre cuál es el significado y trascendencia de la responsabilidad social en la sostenibilidad de sus negocios y del país, se generará cada vez más un firme compromiso por parte de ellos para guardar el equilibrio requerido entre los resultados de su desempeño económico, social y ambiental.





CAPACITACIÓN QUE GENERA INCLUSIÓN

Los proyectos de capacitación desarrollados por Aprenda se enfocan en generar inclusión social y económica. ¿Qué se logra?



Creación de nuevas empresas.

La creación de nuevas microempresas contribuye a la dinamización de la economía generando nuevas fuentes de ingresos y empleo. Los proyectos de Aprenda promueven los emprendimientos responsables mediante la capacitación y la asesoría.



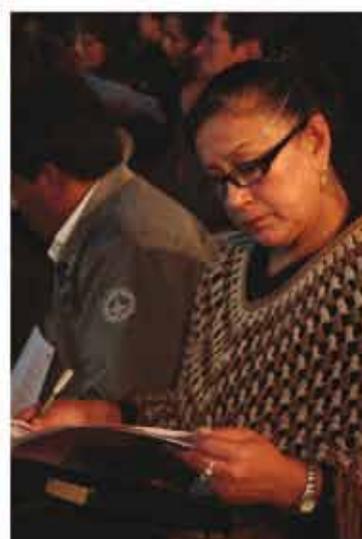
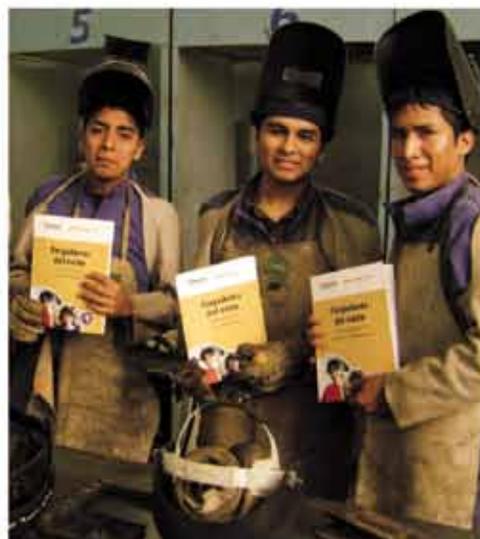
Generación de más puestos de trabajo.

La creación de nuevas microempresas y la mejora de la gestión de negocios en funcionamiento permiten incrementar la demanda de colaboradores. Aprenda promueve el empleo sostenible enseñando mecanismos para mantener baja la tasa de rotación de colaboradores.



Incremento de los ingresos.

Una nueva empresa o una microempresa mejor administrada representa mayores ingresos para el emprendedor. Aprenda incentiva, adicionalmente, el ahorro y la inversión en pro de la sostenibilidad.



Aprenda, Instituto de la Microempresa del Grupo ACP

- Especialistas en proyectos para el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.
- Más de 200,000 personas capacitadas en Perú, México y Uruguay.
- Equipo multidisciplinario de consultores especialistas en microempresa.
- Cartera de proyectos urbanos y rurales desarrollados en costa, sierra y selva.



DESARROLLO DE CAPACIDADES QUE GENERA PROGRESO
Calle Los Negocios 182, Lima 34, Perú. | T +51.1.418.1935 | www.aprenda.com.pe



Henri Le Bienvenu

Gerente General de Perú 2021

LA INCOMPATIBILIDAD ENTRE EL MODELO ECONÓMICO TRADICIONAL Y LA SOSTENIBILIDAD

El mundo está enfrentando grandes cambios. Si continuamos con el patrón de crecimiento actual, donde una creciente población sigue consumiendo a pasos exponenciales energía y recursos naturales, entonces se desbordará la oferta existente, agravando la sostenibilidad de los ecosistemas del mundo. Del mismo modo, las brechas económicas entre los países desarrollados y subdesarrollados se siguen agigantando: aproximadamente un tercio de la población mundial vive con menos de 1 dólar al día, una segunda tercera parte vive con 2 dólares al día. Todo esto bajo el modelo económico del mercado libre.

Por lo tanto, nos queda claro que no podemos continuar haciendo negocios de la manera en que lo hemos venido haciendo. Debemos cambiar nuestra forma de pensar.

Mayor ingreso equivale a mayor consumo, lo que implica mayores impactos ambientales. Por lo tanto, hoy el nombre del juego debe ser la Sostenibilidad: conseguir mayor seguridad con menos costos ecológicos y sociales.

Perú 2021 como parte del WBCSD, cree que los empresarios líderes del mañana serán aquellos que sepan anticipar estas tendencias y alinear la rentabilidad de sus negocios con las necesidades de la sociedad. Existen hoy día temas importantes como los negocios inclusivos, la ISO 26000, reportes de sostenibilidad, GRI, buenas prácticas responsables, estas son realidades que deben conocer los nuevos ejecutivos. Es importante comenzar con un buen planeamiento de intangibles. Con un auto diagnóstico de los siete grupos de interés. Saber cómo nos perciben y cómo percibimos a la sociedad con la cual nos interrelacionamos todos los días.

En esencia, el planeamiento estratégico pretende centrar una estrategia de responsabilidad social empresarial que vaya más allá de la filantropía y de la

inversión social. Debemos buscar un compromiso social que nos permita encontrar sinergias entre los objetivos del negocio y los intangibles de la sociedad.

Por otro lado, la razón de ser de una empresa es el lucro, ya que sin ingresos no puede devolverles su dinero a los inversionistas, pagar el sueldo de sus colaboradores, pagar los servicios de los proveedores, minimizar sus impactos ambientales, pagar impuestos y desarrollar a su sociedad. Sin embargo, el lucro no debe suscribirse sólo a temas económicos. Tomemos como ejemplo el agua.

El consumo promedio global de agua es de unos 1.240 m³ por persona al año. En países desarrollados, el consumo se encuentra alrededor de los 2.500 m³, sin embargo en los países en desarrollo, el consumo es inmensamente menor. Por ejemplo, en el Perú, el consumo es de 600 m³.

Tenemos que comenzar a pensar seriamente en calcular nuestra huella ecológica de agua, es decir, nuestra huella hídrica. Este cálculo busca consumos "escondidos" de agua. Por ejemplo, un consumidor de carne tiene una mayor huella hídrica que una persona vegetariana. Una sociedad avanzada consume más agua que una sociedad pobre.

Es importante tomar conciencia de que no podemos seguir haciendo negocios en la manera tradicional. Cada vez hay más indicadores sociales y ambientales que debemos considerar, para poder relacionarnos adecuadamente con nuestros grupos de interés.

Las mejores maneras de cambiar nuestra manera de pensar son a través de la capacitación continua y mediante organizaciones serias y reconocidas. Pero el primer paso es darnos cuenta que el planeta no nos pertenece, sólo lo estamos reservando para las generaciones venideras.

**Jorge Melo Vega Castro**

Gerente General de Responde, consultora en Reputación y Responsabilidad Social

CIUDADANÍA CON FUTURO

DE LA AUTOCONSTRUCCIÓN AL CRÉDITO FINANCIERO

Si de algo nos hemos sentido orgullosos en nuestro país es de la capacidad de emprendimiento que tienen las familias de escasos recursos para salir adelante e ir resolviendo su problema de vivienda a lo largo de los años, a través del método de la autoconstrucción. La fórmula consiste en destinar el ahorro que se logra reunir para poco a poco ir comprando parte de los materiales como el fierro, ladrillo, cemento, cerámicos o la grifería, y así ir avanzando en la construcción de la vivienda en un período de tiempo que dura años. Los conos urbanos de Lima y gran parte del crecimiento de las ciudades en provincias han sido un claro reflejo de esas viviendas en transición.

Este modelo de ahorro para la construcción permitía “congelar” el precio de los materiales, sobre todo cuando había una fuerte inflación, ir avanzando la edificación con poco gasto de mano de obra, ya que lo hacía uno mismo o con el auxilio de familiares o amigos y todo ello, probablemente, con algunas ineficiencias por el uso inadecuado de mezclas de fierro y cemento y con muy poca técnica. Pero lo más importante para estas familias, es que poco a poco, al final, se logra conseguir la ansiada vivienda y el sentimiento de haber conseguido un patrimonio, que de no haberse hecho por uno mismo, hubiera sido imposible de sacar adelante.

Esta experiencia es, en cierta forma, una buena fotografía de cómo se han llevado a cabo las relaciones sociales y económicas en nuestro país y las muchas limitantes que ha tenido el ciudadano de menores recursos para salir adelante, en un entorno de alta informalidad y pocas oportunidades de acceder a un empleo digno que le permitiese ser sujeto de crédito ante el sistema financiero. La respuesta natural ha sido: “ladrillo por ladrillo se puede llegar a ser un ciudadano con algún patrimonio”.

Felizmente y gracias a iniciativas prácticas y creativas, entre otras; del Estado otorgando préstamos de vivienda; de organizaciones con mecanismos solidarios que permiten garantizar los créditos basados en una mayor confianza frente a la promesa de cumplimiento por parte de las mujeres; y al desarrollo creciente de instituciones de microfinanzas, es que se ha precipitado el proceso para que las familias de escasos recursos se conviertan en sujetos de crédito. Se ha evolucionado, hemos pasado de la opción de ahorro basada en la compra de “ladrillo por ladrillo” a un nuevo orden, en el que se accede a una vivienda digna hoy y podrá ser pagada con los ahorros futuros, contando entonces las familias con un patrimonio que les permitirá ampliar su capacidad económica.

Muchas veces hemos dicho que la auténtica ciudadanía no pasa únicamente por tener un DNI y más bien demanda otro tipo de manifestaciones como la de ser sujeto de deberes y derechos, tener acceso a servicios públicos y también, porqué no, estar bancarizado y ser sujeto de crédito. Las familias en esta situación mejoran su capacidad económica y pueden salir de la pobreza sumándose a una clase media emergente, si logran contar con una fuente de financiamiento que les permita acceder a un activo (propiedad) y así obtener los beneficios de realizar transacciones económicas contando con un respaldo mayor y sobre todo, gozar de una calidad de vida mucho más sostenible, porque se cuenta con un lugar donde vivir dignamente y se construye un futuro. Lo que viene para sus hijos siempre será mejor.

Romper el círculo vicioso de la pobreza es uno de los grandes retos para las políticas públicas; una familia con futuro es la perfecta demostración que es viable ese cambio y contar con una vivienda que se pagará poco a poco en base a la confianza de un futuro mejor, es la garantía para que nuestra sociedad consiga acortar brechas económicas y sociales.





Rafael Valencia-Dongo C.

Presidente ONG FADRE
fadre@fadre.org.pe

DESESPERANZA APRENDIDA... ¿POR QUÉ EL DISTRITO POBRE APARENTEMENTE NO QUIERE GOZAR DE LA RIQUEZA DE LA MINA?



En febrero pasado se inauguró el asfaltado de la carretera Churín - Oyón en las alturas de la Región Lima, esta obra lograda en dos años de gestión gracias a la unión de las empresas mineras Buenaventura, Raura y Quenuales, el Ministerio de Transportes, el Gobierno Regional de Lima, el Municipio Provincial de Oyón, las Comunidades Campesinas. Sin embargo, esta obra fue anunciada el 28 de julio de 1942 por el Presidente Prado y es recién ahora cuando se ha podido hacer realidad.

¿Se imagina cuántas decepciones habrán sufrido los ciudadanos luego de 70 años de ofrecimientos de Presidentes, Ministros, Congresistas, Alcaldes, Dirigentes Sociales, candidatos al Congreso etc, que ofrecieron que indubitablemente la obra se realizaría en sus mandatos? Personalmente apre-

cié en múltiples oportunidades a los presidentes Toledo y García ofrecer en el Congreso de La República los 28 de Julio que sin duda ese año culminarían el asfaltado de la susodicha vía. ¡Cuántas ceremonias de primeras piedras, entrega de cheques gigantescos o de sendas resoluciones que “garantizaban” la realización de la obra! ¡Cuántas decepciones! ¡Cuántos sueños frustrados!

Estas frustraciones colectivas en psicología son estudiadas bajo la denominación de “la desesperanza aprendida”, mal que afecta a los ciudadanos que se perciben incapaces de lograr sus legítimas aspiraciones.

La psicóloga social Alicia Lucía Hernández Gamboa manifiesta que “si año tras año el ciudadano no consigue sus metas ya no tiene emoción alguna por intentarlo porque considera que sus estrategias no funcionan o que va a fracasar otra vez”.

Evidentemente, después de 70 años de frustraciones colectivas (para el ejemplo del asfaltado Churín-Oyón) la sociedad está sufriendo el síndrome de la desesperanza aprendida, síndrome que inmoviliza a la sociedad tal como si se tratase de una depresión colectiva.

Es característico de este síndrome que los ciudadanos se quedan inmovilizados ante las situaciones difíciles o de cambio. Han aprendido a mostrarse vulnerables y creen que no podrán reaccionar de una forma satisfactoria ante situaciones de cambio. Son pasto fácil de lenguajes incendiarios y líderes violentistas, buscando justificación a su impotencia, permitiéndole a su agresor que los domine. Piensan que no son nada y que hagan lo que hagan nada va a cambiar. No luchan contra



el peligro sino que se entregan al él sometiéndose aparentemente en forma voluntaria.

Muchas de nuestras poblaciones rurales, sometidas al olvido y al atraso han perdido el interés de tomar la oportunidad sino que por lo contrario, la deja pasar conscientemente a efectos de no sufrir nuevas decepciones. Así, el viejo dicho -más me pega más lo quiero- se torna en una realidad y una especie de masoquismo social; aunque las personas odian ser agredidas, también piensan que se lo merecen porque se consideran la causa del problema.

De esta forma se apoyan en personas violentistas que poseen los recursos de mando que el ciudadano piensa no poseer debido a que ha sido sometido y ha escondido voluntariamente en lo más recóndito de su ser estas facultadas para actuar pues no quiere sufrir nuevas decepciones.

Así vemos que el caso de la inversión del Proyecto Conga en Cajamarca los cajamarquinos al parecer no han estado actuado racionalmente desde la perspectiva de su propia economía, sino precisamente y sorprendente en contra de ella, ya que lo racional pareciera ser no seguir intentando y golpeándose contra la misma pared por más de 70 años, una y otra vez en un estúpido y terco intento por tirar abajo la pared del centralismo y la indiferencia de los gobiernos. “¡Ya me rendí pues!”, deben decir.

De acuerdo a esto vemos que el síndrome de la desesperanza aprendida corta los sueños y la visión positiva y optimista del futuro y entrega a la sociedad en manos de la inacción y de los violentistas.

ENTONCES, ¿QUÉ HACER?

El experto en psicología positiva, Martin Seligman, afirma que “cuando los organismos son sometidos a situaciones de incontabilidad, muestran una serie de deficiencias de respuestas exitosas”.

En diciembre de 2011, en el distrito de Pulán en la Provincia de Santa Cruz de Succhubamba en la Región Cajamara pude escuchar el siguiente diálogo entre el instructor de Coaching y el ciudadano común:

- ¿Qué se requiere para mejorar la calidad de vida de la población de Pulán?
- Una buena carretera de acceso al pueblo, mejorar los canales de regadío, contar con servicio de internet, etc.



- ¿Y qué han intentado hacer?
- ¡Nada! No se puede intentar nada, porque aquí nada funciona.

HAY QUE DEVOLVER EL OPTIMISMO A LA CIUDADANÍA

Si los ciudadanos pueden percibir que efectivamente pueden volver a controlar sus destinos mejorarán ostensiblemente su autoestima, dejarán de ser veletas, sujetos a los avatares de los violentistas.

En la ONG Facilitadores del Desarrollo Regional – FADRE hemos comprobado y desarrollado el modelo denominado Liga de Intereses Sociales Recíprocos LISR, el que ha logrado y comprobado que los propósitos emprendidos por el trabajo articulado del Estado, la Empresa y la Sociedad son absolutamente alcanzables, sean éstos el asfaltado de una carretera o una interoceánica, o la electrificación de cientos de pueblos de una provincia entera. De este modo, la adversidad y el desánimo pueden ser completa y seguramente derrotados y se devuelve a los ciudadanos el control de sus vidas al transformar su baja autoestima en optimismo por la posibilidad de lograr todo lo que se proponen.

Bajo esta metodología, los ciudadanos pasan de ser indefensos seres a sujetos forjadores de su propio destino, absolutamente llenos de potencialidades, asumiendo el control de sus vidas, desterrando el síndrome de la desesperanza aprendida y por tanto dejando a los líderes violentistas como “curas sin feligreses”.

Quienes verdaderamente quieren ser socialmente responsables deben, en nuestra opinión, conocer más acerca de este mal y ayudar a combatirlo. Nosotros, en FADRE, con emocionantes buenos resultados hemos iniciado la lucha contra la desesperanza aprendida. ¿Quién más nos ayuda?





NUEVAS HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

Desde hace unos años somos testigos de la evolución y maduración de la responsabilidad social hacia aspectos más cercanos a la gestión estratégica de las empresas y organizaciones que la practican. Cada vez más empresas pasan -como se repite hasta el cansancio a nivel teórico- de la mirada filantrópica caracterizada por la emblemática “chocolatada navideña” a un enfoque donde los asuntos de sostenibilidad se incorporan a los procesos e indicadores organizacionales.

Esta tendencia viene impulsada por un mayor reconocimiento del impacto de la responsabilidad social en la sostenibilidad económica de la empresa, en la medida que los grupos acceden a nuevas herramientas y espacios de empoderamiento.

MÁS ALLÁ DE LA CERTIFICACIÓN TRINORMA

Este enfoque integral de la responsabilidad social, que llamamos de “Gestión a 360 grados” porque se relaciona con todos los aspectos de una organización, se ha visto materializado en sistemas de gestión certificables que han logrado incluir importantes consideraciones de sostenibilidad a la dirección estratégica.

Su implementación ha colocado a la vanguardia a aquellas empresas que ostentan la certificación Trinorma (ISO 9001 de calidad, ISO 14001 de medio ambiente y OHSAS 18001 de seguridad y salud en el trabajo) como una prueba de que sus procesos están efectivamente orientados hacia la satisfacción de sus clientes, la prevención de los impactos ambientales de sus operaciones y la gestión de riesgos o peligros para la salud de sus colaboradores.

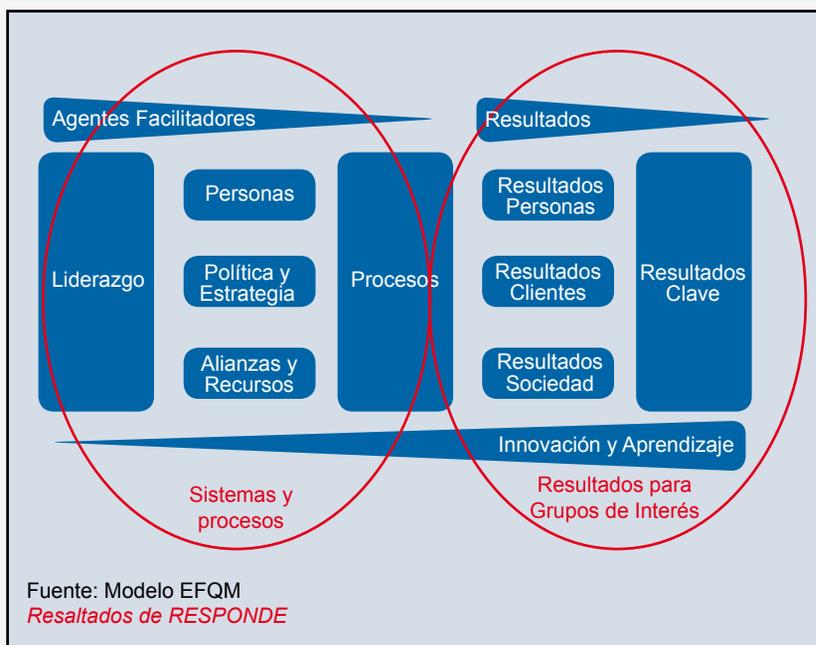
Sin embargo, hoy existen nuevas propuestas que, sin dejar de lado lo avanzado por los Sistemas de Gestión Trinorma, proponen un nivel de profundidad mayor. Y es que vale la pena preguntarse si la implementación de estas certificaciones es condición suficiente para responder a nuestros objetivos estratégicos y los intereses de nuestros grupos relevantes.

LA NUEVA FRONTERA: LOS MODELOS DE EXCELENCIA

Los modelos de excelencia son herramientas de autoevaluación que tienen el objetivo de estructurar planes de mejora continua de la gestión y resultados para la organización que los usa.

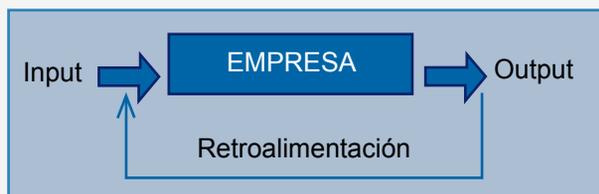
Abarcan más aspectos que los cubiertos por los Sistemas de Gestión Trinorma y no están hechos para ser certificados por terceros sino para facilitar un proceso de autoreflexión en cada organización. Estos modelos han ganado popularidad en mercados consolidados como Europa y Estados Unidos, y poco a poco vienen ganando espacio en Latinoamérica. Una revisión atenta a sus implicancias nos presenta algunos aspectos a mejorar en la realidad de nuestras empresas, que -precisamente- se relacionan con la sostenibilidad.

Los modelos más reconocidos como el EFQM de la “European Foundation for Quality Manage-



ment”, o su par de la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ), incorporan de forma transversal la importancia de la responsabilidad social e involucramiento de los grupos de interés. En definitiva, una de las características más importantes de los modelos de excelencia es que no solo evalúan los procesos y sistemas organizacionales, sino los resultados de estos sistemas en la sociedad, a través de la percepción que tienen los grupos de interés.

Estos modelos resaltan la incorporación del feedback como un elemento clave para la gestión estratégica de la empresa, en la línea de la teoría básica de procesos.



Fuente: Responde

LA LÓGICA DE LA EXCELENCIA EN LA REALIDAD PERUANA

Los modelos de excelencia no dicen verdades nuevas para quienes venimos trabajando en el campo de la sostenibilidad. Se trata de evaluar los sistemas y procesos organizacionales, quizá con el apoyo de normas certificables; pero también considerando el impacto que tienen estos sistemas en el entorno.

Por ello, solo aquellas organizaciones que realmente incorporen la retroalimentación de sus grupos de interés y generen valor para ellos, habrán incorporado una lógica de excelencia de gran impacto a nivel de gestión sostenible y reputación.

Sin embargo, creemos que una verdadera implementación de esta lógica de excelencia en la realidad peruana requiere un trabajo alrededor del concepto de ciudadanía en nuestros diversos grupos de interés. El diálogo con grupos fuera de una lógica ciudadana puede representar una retroalimentación poco constructiva para la empresa e incentivar una actitud condescendiente, donde una parte se siente superior a la otra y así desfavorecer un diálogo de doble vía.

Nuestras mejores experiencias de fortalecimiento de la ciudadanía, quizá de manera inconsciente, se han acercado a la perspectiva de excelencia al de-

La importancia de la ciudadanía en los grupos de interés

Mucho se ha avanzado, aunque no lo suficiente, desde los primeros ejemplos ampliamente conocidos del mal uso del canon. Estadios con capacidad mayor a los pobladores de una zona o monumentos sin una utilidad productiva fueron un claro ejemplo de lo que significa una población no preparada para el ejercicio de sus beneficios ciudadanos y lo poco fructífero que es la colaboración entre empresa y sociedad en estas condiciones.

Es una muestra de que los grupos de interés muchas veces requieren fortalecer su propio entendimiento de lo que implica el ejercicio de ciudadanía para comprender lo que pueden y deben esperar de su involucramiento con la empresa. Sin este entendimiento, es muy difícil construir una verdadera reputación empresarial basada en la creación de valor para todos los grupos de interés.

sarrollar un real involucramiento de los grupos de interés. Pero hace falta mucho más.

Este enfoque de excelencia y sostenibilidad tiene un gran potencial de impacto para la sociedad y las empresas en nuestro país. Imaginemos, por ejemplo, las amplias posibilidades de sectores como el retail: si las empresas decidieran incluir estrategias de involucramiento con sus clientes o proveedores y el retorno a nivel reputacional. Solo un grupo de interés empoderado podría percibir el éxito de la empresa como suyo en la medida que entiende que se relaciona con beneficios para ellos a través de mejores productos, más trabajo, innovación, etc.

Esta es la tarea actual de la sostenibilidad que debemos fomentar: un modelo de excelencia, apoyado en las certificaciones de los sistemas y procesos, que promueva ciudadanía. Se necesita que la reputación empresarial se construya sobre grupos que entienden la mutua dependencia de todos los actores sociales para el éxito de nuestro país, en la medida que son escuchados por las empresas y encuentren sentido a su propuesta de valor.





Serafín Carballo Cuervo

Socio Director - Prysma

EL ROL DE LA EMPRESA ANCLA EN LAS CADENAS DE VALOR

Hace ya 40 años que Michael Porter introdujo en la literatura de gestión el concepto de cadena de valor. En aquellos años 70 Porter se centraba en la economía industrial, pues aun no había llegado el tiempo de las empresas del conocimiento, la sociedad de la información ni la preeminencia de las tecnologías asociadas a dicha información, ni siquiera las empresas de servicios tenían una presencia notable en la economía mundial..., ni se hablaba de globalización.

La economía actual, con un fuerte componente intangible, con mucho menos industria que la economía de los 70, mantiene y explota (mejor que antes) el concepto de cadena de valor. Las empresas tienen claro ya cuál son sus fortalezas y prescindan de todos aquellos elementos accesorios a su actividad principal, lo que ha creado un mercado secundario de riqueza en todas las actividades de externalización (outsourcing), que recogen aquellas actividades no estratégicas de las empresas.

La traducción ha sido el incremento de la eficiencia y de la competitividad general de la economía, si bien arrastramos problemas que varían de unos países a otros. En países poco desarrollados, el crecimiento económico se está basando en muchos casos en la exportación de materias primas, con la dependencia consiguiente de los precios internacionales y con la traslación de la creación de valor por su transformación hacia otras zonas más industrializadas. En el caso de países más desarrollados, la externalización se ha extremado y se ha llegado a la “externalización país” en la búsqueda de menores costes, infravalorando en muchas ocasiones otros factores económicos menos directos como la calidad y la productividad.

Además no podemos hablar hoy en día de una única cadena de valor o de “mi cadena de valor”, todas ellas están interrelacionadas y se potencian o se minusvaloran en conjunto, de una forma global (parte de este efecto es la globalización) Ninguna empresa puede gestionarse sin sinergias (positivas o negativas) con su entorno, social, económico y político (de ahí el peso de las decisiones gubernativas en la realidad) Las empresas ni están ni pueden estar so-

las, parten de una base y esa base son las personas y los países.

Este engarce de las cadenas, unas con otras, dan sentido a las políticas realistas de Responsabilidad Corporativa. La cadena de valor de cada empresa va a dar un resultado condicionado por el valor aportado por la cadena antecesora, la cadena proveedora. La acción social, el respecto por la sostenibilidad, la formación de los trabajadores, las condiciones dignas de trabajo, va a permitir cargar con mayor valor las cadenas, con lo que el resultante lo será aún mayor.

Responsabilidad para que la actividad económica tenga continuidad, la política empresarial de la tierra quemada no tiene justificación pero ni siquiera es eficiente. ¿Eficiencia? Quizás asocien ustedes la Responsabilidad a la “bonhomía”, pero ni es, ni debe ser, así. Las empresas se guían por unos legítimos intereses estratégicos, esos intereses cuando se aplican a temas de RSC, garantizan la continuidad de la acción, precisamente por su asociación con la cadena de valor de las compañías. Las personas podemos ser buenas, las empresas no necesariamente, si la acción social es solo eso, en momento de crisis (como ahora en Europa) dicha acción desaparece. Si la acción es RSC asociada a la cadena de valor, se mantiene. Y eso es mejor.

Por otra parte en el siglo XXI es imposible que una empresa actúe irresponsablemente con personas, sociedades o medioambiente, sin que sea noticia mundial. A finales de XIX o principios de XX se podían esquilmar caladeros, minas, plantaciones e incluso poblaciones humanas, para extraer todo el valor, matando el futuro, ahora quizás se pueda hacer, pero no en secreto y la notoriedad negativa le pasa factura a la cadena de valor.

El comportamiento responsable, la inversión e inclusión social, es un activo que se incorpora a la cadena de valor, no debe ser (aunque sea admirable) mera acción social porque puede detenerse en cualquier momento. Una cadena de valor más potente dará un resultado más potente y si eso se consigue con acciones sociales y humanamente positivas ¿Qué mejor situación podemos esperar?

Yo lo llamo el “egoísmo inteligente”.



Patricia Teullet

Economista

CUESTIÓN DE NEGOCIOS

El Perú se encuentra en una coyuntura interesante: luego de un proceso electoral donde el candidato ganador terminó moderando un discurso contrario al modelo de economía de mercado pero siempre mantuvo una crítica fuerte al crecimiento “sin inclusión”, vemos que, poco a poco deja de utilizarse la palabrita ‘inclusión’ 10 veces en cada discurso, debate o artículo. Ya el Perú sabe que necesita continuar creciendo y que para hacerlo de manera sostenible, los beneficios de este crecimiento tienen que ser compartidos por toda la población.

Y estamos en el camino correcto: junto con el aumento del producto, el Perú ha visto reducidas la pobreza y también la desigualdad. El problema es que, habiendo perdido tanto tiempo, los avances siguen siendo insuficientes. Los políticos atribuyen esto a las empresas. Las empresas acusan al Estado. Pero poco importa esta discusión a quienes continúan muriendo por enfermedades fácilmente curables o evitables; a quienes no logran entender lo que leen ni realizar operaciones matemáticas básicas para poder capacitarse y obtener un mejor empleo; a quienes lo pierden todo por la helada o las inundaciones...

Afortunadamente, hoy el Perú tiene recursos para que eso cambie: el Estado tiene mayores ingresos gracias a que puede cobrar más impuestos porque a las empresas les va bien. Y a las empresas les va bien porque las decisiones que han tomado los empresarios privados han sido las correctas en un marco de competencia y apertura, y supieron aprovechar los mercados ampliados y apostar por seguir invirtiendo en un país que ofrece oportunidad de interesantes rendimientos.

Para que eso no se pierda, necesitamos aumentar la velocidad a la cual todos los peruanos se in-



tegran a los beneficios del crecimiento. Y eso, en gran parte, está en manos de las empresas. Por ello, ahora la decisión correcta, desde el punto de vista de los negocios, es hacer que, en el sentido más amplio, la comunidad, desee que continúe el éxito empresarial. Ello solo se logrará haciéndola partícipe de dicho éxito.

Hace ya varios años, las empresas adquirieron conciencia de responsabilidad social como una actividad que se desarrolla adicionalmente al negocio. Pero ahora deberán ver, con todo lo que ello implica, es que integrar a la comunidad al éxito es, no solo complementaria, sino parte fundamental del negocio.

Los que lo logren, harán la diferencia y serán los que consigan “aumentar el valor para los accionistas en el largo plazo”. Y esa es justo la definición de éxito empresarial.





Arturo Caballero Luna

Gerente General - A2G Carbon Partners

LA INICIATIVA DE REPORTE EMPRESARIAL DE EMISIONES DE CARBONO MÁS GRANDE DEL MUNDO: CARBON DISCLOSURE PROJECT

Este mes se marca un hito importante para la gestión ambiental empresarial en el Perú ya que es la primera vez que la Bolsa de Valores de Lima (BVL) resalta la importancia del tema ambiental y de promover la inclusión de un índice de gestión de carbono en el Perú como lo vienen haciendo las bolsas del mundo (Sao Paulo, Londres, entre otras).

Este importante pronunciamiento se hizo en el marco de la presentación los resultados de la última edición del “Reporte 2011 del Carbon Disclosure Project (CDP) para Latinoamérica” llevado a cabo en Lima con el auspicio de AFP Integra y A2G Carbon Partners.

El CDP (Proyecto de Reporte de Carbono) es la iniciativa más grande de fondos de inversión del mundo frente al cambio climático, con 666 signatarios que representan activos por US\$ 78 billones en 56 países en cinco continentes. La misión del Carbon Disclosure Project es facilitar el diálogo entre corporaciones aportando información relacionada a las emisiones de gases efecto invernadero (GEI) y estrategias para enfrentar los riesgos del cambio climático.

En un contexto en que crece la importancia del tema sustentabilidad y más específicamente de la medición y gerencia de las emisiones de GEI como parte de la responsabilidad socioambiental de las empresas, la divulgación y gestión climática se convierten en factores cruciales para la competitividad y conquista de nuevos mercados.

Los resultados de la última edición del Carbon Disclosure Project (CDP, Proyecto de Reporte de

Carbono) muestran que la gestión de emisiones de gases de efecto invernadero tiene un rol cada vez más estratégico para las empresas latinoamericanas. De acuerdo con el Informe Carbon Disclosure Project América Latina 2011, la mayoría de las compañías indicó que las cuestiones relacionadas a los cambios climáticos poseen dentro de estas un nivel jerárquico importante en las discusiones de sostenibilidad.

Asimismo, se destacó que un factor para incentivar a las compañías latinoamericanas a divulgar y a mejorar su gestión climática es la correlación observada entre un mejor desempeño en las bolsas de valores y la participación en los índices Carbon Performance Leadership Index (CPLI) y Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI). Las acciones de las empresas que tienen la mirada puesta en el cambio climático ofrecen aproximadamente 2 veces más retorno financiero a los inversionistas.

En el Perú, son dos los signatarios ante el CDP Inversores: Banco de Crédito del Perú – BCP y AFP Integra. Recientemente la Municipalidad de Magdalena del Mar anunció que realizará su reporte ante el CDP Ciudades, convirtiéndose entonces en la primera municipalidad en Latinoamérica que de forma voluntaria hará su reporte de gestión climática poniéndose a la par con Municipalidades como Curitiba, Sao Paulo, Caracas, Santiago, Rio de Janeiro, entre otras en Latinoamérica y en el mundo. Para poder conocer más sobre el Carbon Disclosure Project América Latina 2011 puede ser descargado en el sitio: www.cdproject.net. El Carbon Disclosure Project es coordinado en el Perú por A2G Carbon Partners.



María Luisa Espinosa Talavera

Directora Adjunta CER/Grupo GEA

MÁS ALLÁ DE LA HUELLA DE CARBONO

NO HAY ESCUSAS PARA APOYAR LA DESACELERACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

“Al gobierno de Kiribati le falta tiempo y recursos para salvar a su país, actualmente se encuentra negociando con Fiji la compra de territorio para mudar su nación... que desaparecerá en el mediano plazo debido al incremento del nivel del mar producido por el cambio climático”. Y es quizás el cambio climático el mayor impacto ambiental que nos ha tocado enfrentar y que actualmente pone a prueba los esfuerzos hacia un objetivo común: disminuir la velocidad a la que se está efectuando el cambio climático.

Desde la firma de la Convención de Cambio Climático en el año 1992, posterior emisión y ratificación del Protocolo de Kyoto en el año 2005, el comercio de reducción de emisiones a través del mercado oficial de Kyoto se convirtió en casi la única alternativa para evidenciar que los países y, de manera específica, las empresas, podían hacer algo demostrable para disminuir el cambio climático. Frente a esto, muchas empresas no tienen la posibilidad de presentar proyectos que generen reducciones de emisiones de **gases de efecto invernadero (GEI)**¹ que justifiquen económicamente los costos de transacción del registro de las reducciones ante el mercado formal de Kyoto.

En este marco, surge la huella de carbono como la “recopilación y evaluación de las entradas, salidas y potenciales impactos de un **sistema de producto**² en término de GEI a lo largo de su **ciclo de vida**³” (ISO 14067, PAS 2050 y GHG Protocol - WBCSD). La medición de la huella de carbono ayuda a las empresas a decidir en qué medida la emisión de GEI, asociados con el producto final,

fuera de la empresa, deben ser integrados en el proceso interno de toma de decisiones. Es decir, **no solo implica un análisis al interior del proceso productivo de un determinado producto, sino que implica analizar en qué medida el uso del producto y su disposición final generan GEI**, que al final son los que contribuyen al incremento del cambio climático.

Cabe resaltar que la huella de carbono también apoya a las empresas a incluir dentro de su organización lo que podemos denominar como la “**gestión del carbono**”. Esta gestión brinda, no sólo beneficios ambientales y de mejora de imagen, a través de la demostración de responsabilidad frente al impacto ambiental, sino que apoya a disminuir costos económicos a través de la implementación de: fuentes de energías limpias para reemplazar las energías fósiles utilizadas (menos eficientes y que generan altos niveles de GEI), alternativas diversas para la producción de electricidad, sustitución de medios de transporte, cambio de materias primas, rediseño de productos para que sean más eficientes en el momento de su uso y nuevas formas de re uso y/o reciclaje de los productos que fabricamos.

El reto que tenemos en nuestras manos es implementar acciones que disminuyan la generación de GEI y de esta manera desacelerar el cambio climático; no hay excusas, pues existen herramientas que todo tipo de empresas pueden implementar. Volviendo al caso de Kiribati, no esperemos a tener que migrar a un nuevo territorio... pues aunque tengamos los recursos, no tenemos quien nos venda una porción de un planeta tierra adicional.

¹GEI: De acuerdo al Protocolo de Kyoto, los GEI con posibilidades de ser controlados para poder ser reducidos son Dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido nitroso (N₂O), hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF₆).

²Sistema de Producto: Producto y sus procesos. Esto incluye la manufactura de materiales, la distribución, el uso y la disposición del producto.

³Ciclo de vida de un producto: Etapas de la existencia de un producto, desde la obtención de materias primas hasta su disposición final (“de la cuna a la tumba”).





Astrid Mayen Cornejo, MBA

Gerente de Relaciones Institucionales – Perú 2021

GESTIONANDO Y COMUNICANDO LA RSE EN EL PERÚ

Hoy la Responsabilidad Social en Perú se viene canalizando a través de un conjunto de iniciativas que persiguen abordar de forma práctica y efectiva este nuevo valor de conciencia empresarial, buscando no sólo su legitimación social sino su tan ansiada reputación corporativa en la sociedad.

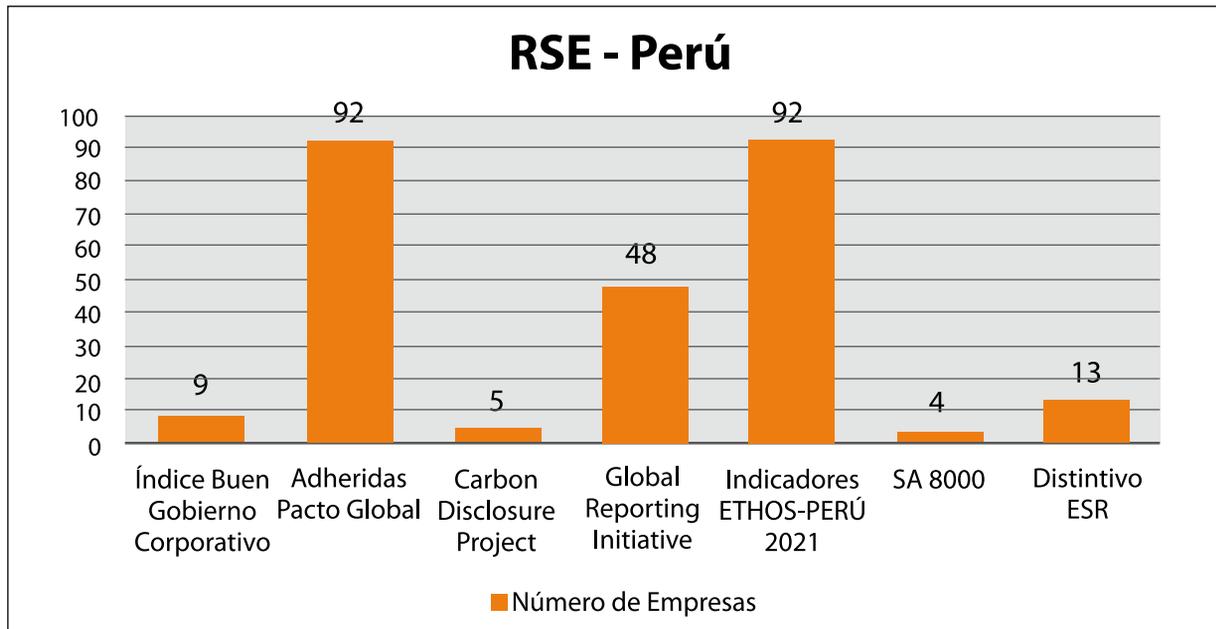
Perú 2021, siendo el referente de la Responsabilidad Social Empresarial en el país, promueve y difunde distintos canales de comunicación y herramientas de diagnóstico que ayudan a las Empresas a comunicar estas buenas prácticas.

Entre las herramientas que Perú 2021 promueve utilizar en el mercado para medir la gestión de responsabilidad social, pueden mencionarse: normas y directrices (Pacto Global, OCDE, OIT), reconoci-

mientos (Premios, Distintivos), indicadores de evaluación y certificaciones (GRI, SA 8000, AA1000, ISO 26000), entre otros. Estas herramientas buscan informar, evidenciar y promover buenas prácticas de RSE.

Sobre esto, es una realidad que las empresas más responsables hoy están mejor valoradas por los grupos de interés, y tienen mejores cotizaciones en la Bolsa (Dow Jones Sustainability Index)

Como indica el cuadro, no sólo existe un mayor uso de herramientas de Responsabilidad Social, sino cada vez las empresas están más empeñadas en comunicar lo que vienen haciendo, frente a la creciente demanda de información por parte de los consumidores.



¹Fuente: Bolsa de Valores de Lima - Composición Índice Buen Gobierno Corporativo, del 1 de julio del 2011 al 30 de Junio 2012)

Fuente: CONFIEP, Pacto Mundial de las Naciones Unidas – Abril 2012

Fuente: Carbon Disclosure Project, LA 2011 – Fábrica Ética Brasil

Fuente: GRI – Marzo 2012

Fuente: ETHOS , Perú 2021 - Abril 2012

Fuente: Perú 2021, Distintivo Empresa Socialmente Responsable, en su segunda edición cuenta con mas de 75 empresas inscritas – Abril 2012



Ezequiel Reficco, PhD

Profesor de Estrategia empresarial en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, Bogotá (Colombia)
ear@adm.uniandes.edu.co

CERRAR EL CÍRCULO DE APRENDIZAJE ES CLAVE DE ÉXITO EN LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS¹

“¿Qué debo hacer para convertir a mi producto en el eje de un negocio inclusivo?” Esta es la pregunta que muchas veces nos llega de boca de representantes de empresas latinoamericanas. Los negocios inclusivos (NI) se han convertido en un imán poderoso, del cual nada quiere quedar fuera. La idea implícita en la pregunta es que incorporando algún/os atributo/s, lo existente puede convertirse en algo nuevo y diferente.

Por supuesto sabemos que no es así, y que este problema perceptual no es exclusivo de empresas pequeñas, o poco preparadas, sino que por el contrario alcanza a prestigiosas multinacionales en toda la región y fuera de ella. La investigación empírica sobre el tema sugiere que muchas grandes empresas tienden a subestimar los desafíos implícitos en el segmento de la base de la pirámide de ingreso, o a sobreestimar el grado en el cual sus ventajas en mercados desarrollados pueden ser trasladadas a esa otra terraircognita.

Un estudio de la Social Enterprise Knowledge Network (www.sekn.org) recientemente publicado por Harvard University Press y el BID, ha encontrado que --contrariamente a lo que sostiene la “sabiduría popular”-- las grandes empresas no son necesariamente la forma organizacional mejor adaptada para explorar este mercado. Por el contrario, sus iniciativas de NI enfrentan numerosas barreras en la implementación, de las cuales nos ocuparemos aquí sólo de una: la importancia de cerrar el círculo de aprendizaje.

Siguiendo el consejo de la literatura especializada o de consultores, a menudo las empresas encar-

gan la gestación de este tipo de iniciativas a equipos multidisciplinares y/o atípicos: conformados no sólo por administradores o economistas, sino también por antropólogos y sociólogos. En muchos casos, estos equipos consiguen desentrañar oportunidades ocultas en los estratos más bajos, tanto por el lado de la oferta (incorporación de nuevos productores) como de la demanda (mercados inexplorados). Y por regla general, estas posibilidades inexploradas se traducen en pilotos innovadores, y en gran medida exitosos.

Sin embargo, sólo una porción ínfima de esos pilotos se traducen en líneas de negocio exitosas. ¿Por qué? Conocer un mercado no es sólo acumular datos, también implica llegar a reconstruir la mirada y el sentir de los seres humanos que lo componen. Se construye a partir de la empatía con esas personas: la capacidad de identificarse con ellas y de entender el mundo a través de sus ojos. Resulta habitual que los equipos ad-hoc formados para el estudio y desarrollo de pilotos tenga esta capacidad. Sin embargo, en algún momento sus recomendaciones aterrizan en el escritorio de gerentes con un perfil diferente, con otra mirada y otras prioridades. Y las miradas convencionales o simplistas, pueden aniquilar a las propuestas más audaces, innovadoras o brillantes, particularmente si desentonan con “el modo en el que hacemos las cosas aquí”—lo cual es habitual, dada la especificidad de estos nuevos mercados. Sólo hace falta un punto de discontinuidad para asfixiar el crecimiento de una idea promisoriosa. Cerrar adecuadamente el círculo de aprendizaje muchas veces es el talón de Aquiles de nuestras empresas, que las lleva a descartar prematuramente derroteros con mucho potencial.

¹ Esta columna fue publicada originalmente en el diario económico Portafolio, el 16 de junio pasado.





NEGOCIOS INCLUSIVOS EN EL PERÚ

EL UNIVERSO DE OPORTUNIDADES EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE

El éxito que han tenido los Negocios Inclusivos en el mundo— con casos emblemáticos en América Latina, Asia, África y Europa del Este — son replicados hace media década en nuestro país con resultados positivos, lecciones aprendidas y modelos innovadores. Uno de los factores que permitió que esto suceda fue el crecimiento económico del Perú, que nos convirtió en la mejor atracción de la inversión extranjera y la oportunidad para consolidar los negocios inclusivos como excelente política de responsabilidad social.

¿QUE SON LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS?

Los negocios inclusivos o los Negocios en la base de la Pirámide son iniciativas empresariales que buscan la participación de las comunidades de bajos ingresos, dentro de la cadena de valor de la empresa, sin dejar de lado el objetivo de generar beneficios mutuos.

NEGOCIOS CON INCLUSIÓN SOCIAL

Sin embargo, en el Perú existen diversos testimonios de una realidad palpable. Jose Luis Segovia, Representante Interino de SNV, nos brinda un ejemplo: “La producción de los pequeños agricultores es captada por vendedores mayoristas y acopiadores, quienes se encargan de la distribución a mercados intermedios. Después del engorroso proceso, los insumos logran finalmente llegar al consumidor o a la industria, lamentablemente estos procesos informales no permiten que los productores obtengan precios justos por la producción”

Los Negocios Inclusivos proponen un nuevo papel para la empresa en la sociedad, bajo una orientación ética diferente donde la función de las empresas es generar bienestar para la sociedad, al mismo tiempo que genera riqueza económica.

Entonces, si las empresas requieren abastecerse e incluyen a los pequeños productores para comprarles directamente, los segundos recibirán el precio correcto por su producción mejorando su ingreso



económico. Por eso es importante que la empresa sea socialmente responsable, no aproveche del poder y la fuerza que tiene la negociación para no pagar el precio justo. Por otro lado, la empresa obtiene los productos que necesitan, en las condiciones y calidad requerida.

PEQUEÑAS Y GRANDES EMPRESAS PUEDEN REALIZAR NEGOCIOS INCLUSIVOS

Los Negocios Inclusivos, son aplicables a cualquier tipo de empresa, sea mediana o gran empresa. El tema central es que dentro del “core business” se involucre a la base de la pirámide en un algún tipo de relación comercial, ese involucramiento puede ser como proveedores, como clientes, como distribuidores, como socios de una manera socialmente responsable.

“La responsabilidad abarca mucho más allá de lo que el Negocios Inclusivos implica, es necesario que las empresas evolucionen sus programas de responsabilidad social y las direccionen a generar negocios dentro de su empresa, al mismo tiempo



Datos

Un tercio de la población mundial vive aproximadamente con menos de US\$2 al día y muchos sufren de malnutrición, no tienen acceso a servicios de salud, saneamiento, electricidad, agua potable, vivienda o transporte.

En Ecuador, Perú y América Central, el Fondo Multilateral de Inversiones del BID aportó US\$ 5.3 millones para el desarrollo de 19 Negocios Inclusivos con comunidades de bajos ingresos.

19 compañías han incorporado a más de 13,800 productores a pequeña escala en sus cadenas de suministro, con las normas de cantidad y calidad requeridas.

que se replican los beneficios en las poblaciones más necesitadas convirtiéndose en una acción de desarrollo sostenible”, afirmó José Luis Segovia.

BENEFICIARIOS DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS

Dole, empresa exportadora de banano orgánico en Perú, desarrolló un Negocio Inclusivo que involucró al 60% de los pequeños productores de Sullana, en el departamento de Piura. Actualmente, 1500 bananeros están organizados en asociaciones y capacitados para entregar productos con valor agregado, alineándose a estándares internacionales. La empresa Dole logró triplicar su volumen de acopio. Mientras los productores aumentaron sus ganancias en más de 50%.

Perhusa, la principal exportadora de café orgánico en el Perú, entró al mercado de cafés especiales con un Negocio Inclusivo que insertó a 9 mil pequeños cafetaleros de cuatro provincias, quienes fueron capacitados en calidad certificada. Ahora, ellos representan el 15% de acopio total en este producto selecto. Mientras que los caficultores triplicaron sus ventas a la empresa e incrementaron sus ingresos en 28%.



TURISMO INCLUSIVO

Cóndor Travel, la agencia de viajes en el Perú diversificó su oferta con el Turismo Vivencial. La comunidad campesina beneficiada es Mullakas Misminay en Cusco, cuyo potencial turístico está en su ubicación, rica en cultura ancestral. Son 300 pobladores que se dedican a ser anfitriones, porteadores, artesanos u otras actividades vinculadas al turismo que incrementaron sus ingresos en casi 7 veces más.

Otro caso del rubro turístico es el de Rainforest Expeditions, empresa en ecoturismo en Perú recibe más de 5 mil turistas en Posada Amazonas, albergue que desarrolla un Negocio Inclusivo con la comunidad nativa Ese'jeja de Infierno – Tambopata. Este refugio es el símbolo del trabajo en conjunto entre la empresa y la población que recibe el 60% de las utilidades. Mientras la empresa logra un producto integrado y de calidad

Los Negocios Inclusivos constituyen una alternativa viable para el desarrollo sostenible, dada la exclusión de la economía y la ciudadanía formal que se ve reflejada en los índices de inequidad de los países en desarrollo.

“Al hablar de negocios inclusivos, es hablar de las posibilidades que existen para incorporar a personas que por mucho tiempo han estado excluidas del desarrollo económico, ya sea por sus bajos recursos o porque las empresas no encontraban un camino para llegar hacia ellas”, afirmó, el Representante Interino de SNV, José Luis Segovia.





María Emilia Correa

TriCiclos
mariaemilia@triciclos.cl

RECICLANDO POR UN FUTURO: EMPRESAS B Y RECICLAJE

El 13 de enero de 2012 la señora Roxana Brevis tuvo la oportunidad de acompañar a reciclar al Presidente de Chile, a la Primera Dama, y a varios Ministros y Senadores del Estado Chileno. Esta experiencia tuvo lugar en Plazas de Chivilcán, en Temuco, Chile, en un sitio que antes era un basural y ahora es la primera etapa de un eco parque. Doña Roxana representa a la Agrupación “Reciclando por un Futuro”, una cooperativa formado por mujeres recolectoras, quienes junto con la Fundación de la Familia, presidida por la Primera dama de Chile, y la empresa TriCiclos, limpiaron el área, montaron juegos infantiles, e instalaron un Punto Limpio de reciclaje.

Reciclando por un Futuro se encarga de operar el Punto Limpio, un espacio donde la comunidad de Temuco puede llevar sus materiales para reciclar, y donde las asociadas a la cooperativa pueden depositar los materiales que recogen. Ya no necesitan utilizar sus viviendas como depósito, y están pasando de trabajar separando materiales de las bolsas de basura en las calles, a ser las encargadas de enseñar a los usuarios del Punto Limpio a separar adecuadamente sus materiales.

La Fundación la Familia mantiene un contrato de operación con la cooperativa, el cual incluye la capacitación y supervisión por parte de TriCiclos, empresa que a su vez se encarga de comercializar los materiales recolectados a nombre de la cooperativa. TriCiclos transporta los materiales directamente a las empresas recicladoras en Santiago y Concepción, lo cual permite aumentos significativos de los precios de venta, y mantiene un contrato que entrega un 98% del precio de venta para la cooperativa

y un 2% para TriCiclos, de forma de asegurar que TriCiclos mantenga el interés de lograr para ellas el precio más alto.

TriCiclos es una EMPRESA B, una nueva clase de empresa que utiliza el poder del mercado para solucionar problemas sociales y ambientales, y que considera los rendimientos financieros como una herramienta indispensable para lograr sus objetivos, pero no como su principal razón de ser. Las EMPRESAS B combinan las herramientas del mercado con la pasión de la sociedad civil para ofrecer soluciones efectivas a la pobreza, la pérdida de los servicios de ecosistemas, la contaminación, o la desigualdad económica y de género. Son un nuevo paradigma que supera la definición tradicional de la responsabilidad fiduciaria, la cual limita la misión de las empresas a maximizar el retorno financiero a los accionistas (www.sistemab.org).

La experiencia de la cooperativa Reciclando por un Futuro con el Punto Limpio de Temuco se está replicando en otras comunas de Chile, incluso en el archipiélago Juan Fernández, y es un ejemplo de las posibilidades de empoderamiento y dignificación del trabajo de los recolectores, que pasan de ser actores marginales a ser parte de un negocio formal donde pueden ejercer el rol de enseñar a otros. Obviamente, esto supone un proceso importante de crecimiento y desarrollo personal de los recolectores, y no todos ellos podrán asumir el rol de emprendedores y maestros. Es una opción que muestra gran potencial de cambio social, tanto en el rol de quienes pueden asumir este cambio de vida como en el concepto de basura, que se convierte en una fuente de negocio parte de una cadena industrial formal.



Mercedes Korin

Directora del Mapeo de Promotores de RSE¹

EMPRESAS E INCLUSIÓN SOCIO-PRODUCTIVA: DEL CASO PUNTUAL AL MODELO DE DESARROLLO

Las iniciativas productivas orientadas a la inclusión social son aquellas que buscan eliminar la injusticia de la exclusión en dimensiones tales como la salud, la alimentación, la educación, la vivienda, el empleo, la participación en el mercado formal, la equidad de género y la participación ciudadana.

En los últimos años, cada vez más se habla de esta temática en América Latina. Una recorrida por el Mapeo de Promotores de RSE (www.mapeo-rse.info) permite observar que existen iniciativas de inclusión en la cadena de valor de las empresas en rubros clave, como la construcción de viviendas sociales y el de los recolectores de residuos urbanos. La mayoría de las iniciativas apuntan a mejorar los ingresos y se centran en comunidades o en profesiones (carpinteros, por ejemplo). Hay menos casos en que las iniciativas abordan dimensiones de la inclusión no vinculadas solo a lo económico, y también pocos casos en que se dirigen a un grupo en particular, como pueden ser las personas con discapacidad.

Si desde hace varios años empezó a hacerse énfasis en las microempresas y los pequeños productores, a través del impulso de factores clave como las microfinanzas o el apoyo técnico, actualmente se entiende que es fundamental considerar la articulación con otros actores del mercado que traccionen su crecimiento en los negocios.

Pero, como en el resto de las temáticas que hacen a la responsabilidad social de las empresas, la oferta suele superar a la demanda: crecen más los espacios de investigación y los seminarios, talleres, foros dedicados al tema dedicados a inclusión socio-productiva en la cadena de valor que el número de empresas involucradas procesos de este tipo.

De todos modos, hay empresas que comienzan a acercarse al tema, ya sea desde los negocios inclu-

sivos (involucrando su cadena de valor) o, en mayor medida, desde la inversión social (apoyando económicamente el desarrollo de pequeños productores y microempresas, difundiendo los productos o servicios que éstos generan) y participando en plataformas que abordan las diversas aristas de la inclusión socio-productiva.

En cuanto a los casos en que las empresas y pequeños productores o microempresas deciden trabajar en una cadena de valor, ambas partes aprenden que no es tarea sencilla. Empezar estos vínculos de manera sólida implica:

- Negocios viables para ambas partes.
- Relaciones con expectativas claras, responsabilidades asignadas y beneficios mutuos.
- Ruptura con el asistencialismo.
- Incorporación de organizaciones de diversos ámbitos (sector público, sector social, organismos de cooperación) que consoliden la iniciativa.
- Gestión del conocimiento que permita capitalizar los aprendizajes, para el bien de las entidades involucradas y de otras que transitan o desean transitar estos caminos de la inclusión socio-productiva.
- Medición de los impactos en cuanto a la generación de valor social y económico.

Todas estas cuestiones muestran la complejidad del asunto, y algunos de los motivos por los cuales estas experiencias no se replican en un número significativo. Las entidades que transitan estos procesos, pioneras, instrumentan nuevos modelos de negocios, apalancadores de un cambio social necesario y urgente. Pero ¿cómo pasar de casos puntuales a una escala tal que implique una forma de desarrollo justa y equitativa? Para un caso en particular se requiere la voluntad de empresas y pequeños productores, acompañados de organizaciones de diversos ámbitos, pero para la escala se requieren políticas públicas que generen entornos favorables para la conformación, consolidación y escalamiento de este tipo negocios.

¹Colaboraron para este artículo Natalia Martínez y Jenny Melo.





Azucena y Eduardo Gutiérrez

Directores del Centro del Emprendimiento / www.centrodelemprendimiento.com.pe
Fundadores de Disfruta

PLANIFICANDO EL EMPRENDIMIENTO

De un tiempo a esta parte vivimos una corriente que estimula e incentiva a las personas a tornarse emprendedores. Observamos a diferentes centros educativos, líderes de opinión y medios de comunicación en general enarbolar la bandera del “emprededurismo” como un medio para el desarrollo tanto a nivel personal como nacional, por se.

Estimulados por lo anterior, muchos jóvenes se lanzan a emprender. Iniciando nuevas empresas, en muchos de los casos sin planificación o motivados por la falta de oportunidades laborales o, simplemente, por alcanzar la tan ansiada “independencia” laboral.

En consecuencia, se obtiene, como resultado un considerable número de emprendimientos, lo que ha logrado posicionar al Perú en el segundo puesto a nivel mundial en el ranking de emprendimiento según el GEM – Global Entrepreneurship Monitor de 2007-.

Sin embargo, la gran mayoría de los emprendimientos, no logran generar el crecimiento esperado, tanto a nivel país como individual. Así tenemos que el 85% de las micro y pequeñas empresas desaparecen antes de cumplir los dos años de operaciones y el 66% de las mismas desaparecen antes del primer año, según las cifras de 2010 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Ello, nos lleva a plantearnos dos preguntas fundamentales. La primera de ellas, sería el porqué de tanta mortandad empresarial y la segunda debería estar orientada a cuáles son las condiciones necesarias que hacen que un emprendimiento germine en una empresa sostenible.

La primera razón del porqué de tanta mortandad empresarial que se nos puede ocurrir, es tal vez la falta de capital, conocimiento financiero o tributario. Sin embargo, según el estudio hecho por el profesor Hart Posen de la Universidad de Michigan, sólo el 3% de cierre de nuevas empresas se debe a falta de capital. En contraste; el 18.5% se debe a la falta de un plan

o estudio de mercado; el 15.9% se debe a esfuerzos mal dirigidos, es decir, a desconocimiento; el 26.4% a falta de conocimiento de las competencias y carencia de ventajas competitivas, es decir, nuevamente, desconocimiento.

Por ende, la causa o razón principal del deceso empresarial se debe a la falta de conocimiento del mercado y de la falta de análisis interno de la empresa.

Identificado el origen del problema, el cual tiene que ver con el desconocimiento, lo lógico sería que ningún emprendimiento debería ejecutarse sin antes contar con un plan bien estructurado. Por tal motivo, la recomendación, especialmente para los jóvenes que se ven entusiasmados por emprender, está en que inviertan no sólo en el emprender, si no, sobre todo en la planificación de ese emprendimiento. Con ello, las probabilidades de quiebra se reducen sustancialmente.

Cabe indicar, parafraseando a los matemáticos, que planificar es una acción necesaria, más no suficiente para que un emprendimiento se convierta en una empresa sostenible. Un emprendimiento debe devenir necesariamente en una empresa formal, ser asociativa, estar orientada hacia los clientes, y fomentar la innovación o conocimiento como característica de diferenciación.

Esto último no ha sido entendido y, menos, interiorizado por los antiguos emprendedores. En ese sentido, los emprendedores jóvenes deben de dar ese paso. Puesto que, la formalización permite que una empresa se incorpore a la economía formal. La asociatividad permite que las empresas puedan generar alianzas estratégicas, levantar fondos, encontrar socios, crecer rápidamente, entre otros muchos beneficios. La orientación al cliente, es la razón de todo empresa pequeña o micro, puesto que al carecer de economías de escala, la única forma de diferenciarse es siempre tener al cliente como eje principal. Finalmente, la innovación o conocimiento como catalizador de la diferenciación tanto en productos como en servicios.



Javier Perla Alvarez

Gerente de Negocios Ecoeficiente de Libélula
www.libelula.com.pe

INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD Y EMPRESAS PRIVADAS

Medir es comparar, tener referencias y una forma de estandarizar. Tenemos actualmente un Sistema Internacional de Medidas, instaurado en 1960, a partir de la Conferencia General de pesos y Medidas. El sistema permite estar seguros de que si pesamos 1 kilo de camu camu en Iquitos y luego lo enviamos a Japón, con seguridad allá conservará el mismo peso.

Los países hace ya más de 50 años vienen midiendo su PBI. El proceso de desarrollo nos invitó a pensar hace varios años que el PBI no es suficiente para medir el progreso de los países. Es en ese contexto que se han creado nuevos indicadores de desempeño para los países, entre los que encontramos el Coeficiente de Gini, el IDH (Índice de Desarrollo Humano) de las Naciones Unidas, el Índice de la Felicidad, el PBI Verde, el índice de pobreza, la Huella Ecológica, los Inventarios nacionales de Emisiones de Gases Efecto Invernadero y todo un abanico de formas de medir diferentes parámetros. La pregunta elemental sería: ¿Cuál es el indicador más interesante, más útil o que te permite sacar mejores conclusiones?

Mientras manejo mi camioneta me hago la misma pregunta, a la vez que observo la velocidad a la que voy. También chequeo la temperatura del motor, el nivel de aceite, el estado de la batería y eventualmente los kilómetros totales recorridos. La respuesta es evidente: los indicadores de desempeño no van a lograr medir todo. Mi camioneta necesita tener varios indicadores que aseguren que la máquina funciona en las condiciones adecuadas y los países requieren una batería de indicadores para evaluar su desempeño, las condiciones sociales, ambientales, la equidad y la producción. Las empresas y corporaciones no son muy distintas. Algunas han caminado un largo periodo limitándose a evaluar temas financieros, pero las empresas de vanguardia, utilizan nuevos indicadores.

Estas compañías miden el clima laboral, la satisfacción del cliente, la retención del personal, las visitas a su web, y actualmente ya hay varias que están midiendo sus impactos ambientales.

Por ejemplo, en la actualidad en el Perú hay una empresa de seguros que ha medido su Huella de Carbono a través de un inventario de Gases Efecto Invernadero y una empresa de bebidas gaseosas que midió la Huella Hídrica de su producción. Los indicadores deben ser utilizados para la gestión y para eso se requiere tener la certeza de que son los pertinentes para evaluar la variable, que están bien calculados y que la información utilizada es la correcta. La empresa de seguros además seleccionó algunas medidas para reducir sus impactos. Esto no solo contribuye con un grano de arena a la salud global del planeta sino que a la vez genera ahorros derivados de la reducción del consumo de recursos.

Las empresas deben entender qué estrategias de sostenibilidad son esenciales, básicamente, porque necesitamos un planeta sano para hacer buenos negocios. Además, es un tema de gestión más eficiente y por ende, de competitividad. La gestión parte de un diagnóstico que permite conocer e identificar las oportunidades y por eso resulta clave identificar los indicadores adecuados. No tiene mucho sentido que un banco mida su Huella Hídrica, pero sería interesante saber, por ejemplo, cuánta agua consume cada empresa minera en la extracción de un gramo de oro y comparar los resultados de varias empresas.

Finalmente, no olvidemos que la información es poder. La información de impactos ambientales facilitará identificar oportunidades y medir los impactos positivos derivados de la gestión. Adicionalmente, estos indicadores pueden servir para comunicar sobre el desempeño ambiental de la empresa a los diferentes actores que conforman su universo de operación.





Mariella Hernández Salazar

Integrity Manager - Millicom International Cellular

ALIARNOS O NO ALIARNOS, HE AHÍ EL DILEMA

Hace unas semanas durante el evento organizado por el Centro Mexicano para la Filantropía, unos colegas discutían lo complejo que es lograr que los proyectos de Responsabilidad Social (RSE) a su cargo cumplan con todos los requisitos que sus Juntas Directivas solicitan: que generen valor (mejorando la reputación, aumentando el reconocimiento de la marca, otorgando licencia para operar, etc.), que estén vinculados al giro del negocio, que sean autosostenibles y que impacten a la mayor cantidad de individuos sin salirnos del presupuesto.

Si tener buenas prácticas de RSE atrae la atención local e internacional, ¿por qué no forjar alianzas y capitalizar esa buena imagen? ¿Por qué “hacerlo solos”?

VOLVIENDO AL INICIO¹

La colaboración a través de alianzas nos ayuda a superar las limitaciones y lograr objetivos que son difíciles de alcanzar si queremos trabajar solos. Para asegurar el éxito debemos estar seguros que existe un alineamiento entre la colaboración y la Misión, Valores y Estrategia de la organización.

No es necesario un ajuste perfecto, si tenemos un vínculo fuerte en una de las tres variables podemos lograr que la colaboración sea productiva y mutuamente beneficiosa.

GESTIÓN EFICAZ DE LA ALIANZA

Las empresas y la sociedad civil se desenvuelven en mundos diferentes, con culturas organizacionales distintas y objetivos que incluso pueden estar en directa oposición. Asociarse, como cualquier relación, demanda tiempo, recursos y exige trabajar con la misma disciplina con la que se trabajaría en una nueva unidad de negocio:

- Compromiso real: reflejado en la asignación de recursos, en la clara definición de roles y responsabilidades y en el control permanente de las actividades para asegurarnos que las nuevas oportunidades para crear valor se exploten adecuadamente.

- Comunicación efectiva y permanente tanto a nivel interno como externo: para capturar el valor creado por la asociación. La sociedad civil comunica los resultados de su gestión a donantes y socios mientras que para la empresa es un reconocimiento invaluable que está respaldado por la credibilidad de la sociedad civil.

- Medición de resultados, control de gastos, uso de recursos y rendición de cuentas a todas las partes interesadas.



Finalmente, no hay que olvidar mantener la humildad para aceptar que hay mucho por aprender de la colaboración y que trabajando de manera aislada las probabilidades de alcanzar la sostenibilidad económica y social son reducidas. Al compartir los logros de una alianza se corrobora un modelo que puede generar valor y se marca la pauta para que otras organizaciones sigan el ejemplo.

¹Austin, James, Herrero, Gustavo and Reficco, Ezequiel, The New Road: Strategic Social Partnerships (Harvard Business Review America Latina, 2004)



Lydia Arbaiza, PhD

Directora de Programas Institucionales
Universidad ESAN



LEGITIMIDAD DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Gulati (1998) se refiere al término alianzas estratégicas como las relaciones voluntarias entre organizaciones en uno o varias esferas de actividad en el que ambas partes regulan su comportamiento futuro a través de la mutua tolerancia.

Las alianzas han tenido un notable incremento en los últimos años debido principalmente a que muchas empresas, incluso las más poderosas han percibido que su factor humano, recursos tecnológicos, y financieros son limitados. Es por ello que se han empezado a aliar con otras instituciones para de esta manera seguir compitiendo y desarrollando una estrategia de colaboración. En ese sentido, se considera que gracias a las alianzas la productividad de los recursos es mejorada, permiten el ingreso a nuevos mercados, y es posible el intercambio en temas estratégicos y de competencias o habilidades (García-Canal et al., 2004)

Se considera que para lograr el éxito esperado, las alianzas deben cumplir con ciertos principios que regirán durante todo el proceso (Montes & Sabater, 2002). En primer lugar, se debe tener el objetivo de que cada socio o aliado “gane”; De otro lado, debe de haber un fuerte compromiso, es decir, debe de establecerse un lazo de confianza y un sentido de compromiso con la misma alianza

Asimismo, la alianza implica a su vez un proceso de flexibilidad, de transparencia en el que se da y se recibe, y se aprende lo que los socios pueden brindar y lo que ellos esperan recibir. De la misma manera, en el establecimiento de la alianza resulta fundamental mantener una comunicación clara para llegar a un buen entendimiento entre sus partes. Finalmente, es imperativo crear un ambiente de equidad y justicia, es decir, que cada socio perciba que los demás aliados

van a cumplir con lo prometido y que la alianza tendrá un fin productivo. En ese sentido, las relaciones interpersonales entre aliados tendrán mayor confianza

Si bien la literatura muestra un importante interés sobre las ventajas del establecimiento de alianzas no se ha prestado la suficiente atención a la necesidad de legitimarlas o darles credibilidad. De ahí que, para su establecimiento, la legitimidad es esencialmente relevante y se refiere a la percepción que tiene una institución sobre otra (Kumar & Das, 2007). En otras palabras se refiere al proceso de validación social en el que se reconoce una competencia o cualidad distintiva de la institución (Dacin, Oliver & Roy, 2006). Según Suchman (1995), en el concepto de legitimidad está implícita la percepción que las acciones de una entidad son apropiadas, adecuadas o deseables dentro del sistema de normas, valores o creencias. En ese sentido, la legitimidad corresponde a qué tanto las actividades de una institución son compatibles con las normas sociales, valores, con las expectativas de la organización y con el entorno social (Dacin et al., 2006).

En esa línea, Dacin et al. (2006) han propuesto otra tipología que está basada en la percepción de la propia institución. En este modelo se analizan cinco ejes de legitimidad. Los autores señalan que al realizar un examen de legitimación de las alianzas se está potenciando el rendimiento económico y la competitividad de las instituciones.

La distinción que realizan está en función de las características de los “conductores de necesidad” (need drivers), que –al ser tanto del entorno como de la misma organización– se conjugan en una determinada preponderancia. En otras palabras, de la conjunción de need drivers de la empresa y del entorno, la alianza estratégica establecida estará más o menos orientada a alguna de las clases de legitimidad planteadas.





César Antúnez de Mayolo

PAD, Escuela de Dirección - Universidad de Piura

ALIANZAS PARA SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL: “LA CO-CREACIÓN DE VALOR: PENSANDO MÁS ALLÁ DEL ASISTENCIALISMO”

Según el premio nobel de economía Michael Spence, las empresas no pueden sobrevivir en sociedades que fracasen. En un marco de economía de libre mercado, es clara la contribución de las empresas modernas al desarrollo económico mundial; sin embargo, las empresas suelen también contribuir al deterioro de la sociedad y el medio ambiente. Al ser las empresas extractivas y de energía las que mayor daño potencial pueden hacer a la sociedad y medio ambiente, son éstas las que más invierten en programas de responsabilidad social, estableciendo alianzas con las comunidades y el estado -es por eso que siete de las diez empresas socialmente más responsables del mundo, son extractivas, de energía o transporte (ránking Fortune Magazine 2011). Si no estamos en una empresa de este tipo, ¿qué nos toca a nivel de responsabilidad social? ¿Por dónde empezamos? Un primer paso es dejar de ver los aspectos sociales como problemas para la empresa y empezar a verlos como oportunidades de crecimiento, dejando de lado el asistencialismo.

El primer nivel de interacción de la empresa con aspectos sociales tiene que ver con la protección y respeto de las personas, empezando por el cumplimiento de normas o estándares: por ejemplo, cumplir un reglamento para no contaminar un río, o ser más transparentes al informar a un consumidor, haciendo que éste tome una decisión evaluando pros y contras de nuestro producto. El segundo nivel tiene que ver con la caridad, como por ejemplo, hacer una donación para asistir a los damnificados de un desastre natural, o realizar una jornada de trabajo voluntario, que puede consistir en pintar un colegio en un asentamiento humano necesitado. El tercer nivel representa la forma más potente por la cual una empresa puede vincularse con la sociedad: a través de la co-creación de valor.

Con la co-creación, la idea es definir un modelo de negocio ad-hoc para involucrar a la empresa y comunidades de bajos recursos en negocios inclusivos. Lo primero que se percibe cuando una empresa se relaciona con alguna comunidad, es la existencia de una mar-

cada asimetría, ya que la empresa suele ser mucho más poderosa que la comunidad y tiene más recursos económicos. Luego, será importante que nos olvidemos del estigma que las personas que viven en pobreza son víctimas, aceptando su conocimiento sobre temas que la empresa no domina. La única manera de lograr un modelo de negocio inclusivo más competitivo será propiciando un profundo entendimiento y diálogo con los usuarios y productores de dichos segmentos, generándose un clima de confianza mutua y transparencia. En un proyecto que desarrolló JC Johnson, empresa transnacional fabricante de productos de limpieza y desinfección del hogar, con la Universidad de Cornell, en Ghana, se buscaba adaptar el insecticida “RAID” para ser comercializado en zonas pobres. Inicialmente, se diseñaron productos de presentaciones pequeñas, con lo cual el precio de venta unitario disminuía, pero el costo por aplicación o uso, subía fuertemente -el envase era muy caro-. Además, los pobres no eran conscientes de la necesidad de tener hogares más limpios y libres de insectos, al estar acostumbrados toda su vida a vivir de la misma manera. Era algo que estaba fuera de su contexto. En un inicio el proyecto fracasó, pero lo que marcó la diferencia es que el equipo investigador empezó a ganarse la confianza de los miembros de la comunidad, conviviendo con ellos y adaptándose a sus costumbres. Es entonces cuando el equipo empezó a apreciar que, a pesar de ser los ghaneses extremadamente pobres, tenían mucho que enseñarles sobre trabajo en equipo y la pasaban bien. Salió así la idea de convertir el producto en un servicio, organizando a la gente en cuadrillas de pobladores, quienes ahora brindaban el servicio de fumigación a sus vecinos de la misma comunidad. De esta manera, podrían usar un producto a granel, ahorrándose el costo del envase, y los miembros de la comunidad, tener un ingreso extra.

Ejemplos como el de JC Johnson hay muchos en el mundo, pero lo que hay que tener claro es que solo entendiendo el contexto de los pobladores de bajos recursos y generando confianza, podremos lograr que un negocio genere valor para ambas partes.



ALIANZAS PÚBLICO PRIVADAS: UNA HERRAMIENTA EFICAZ PARA EL DESARROLLO DEL PERÚ



Por: Hugo Hidalgo Tello

Las alianzas público privadas aparecen en el panorama mundial como una alternativa para contribuir al avance del desarrollo sobre todo en países que están en vías de serlo. Hasta el momento las ongs y las empresas no han logrado interactuar de manera conjunta y complementar esfuerzos en su accionar.

La empresa privada juega un rol fundamental porque tiene una experiencia ganada con la responsabilidad social y con su relacionamiento con sus grupos de interés que de alguna manera u otra ayudará a los demás actores a desenvolverse de mejor manera.

El Estado debe convertirse en el mediador para unir a la empresa privada y a las ongs. Es preciso trabajar con las empresas para que se comprometan con el desarrollo del país y es necesario complementar esfuerzos de todos los actores para lograr al sueño añorado, el desarrollo del país.

AECID Y LAS ALIANZAS PÚBLICO PRIVADAS

España seguirá siendo el principal socio del Perú en materia de cooperación en el periodo 2012 – 2016, pero esta vez desde la perspectiva de inclusión social, impulsando alianzas público privadas de desarrollo (APPD) que servirá como modelo a otros países de la región. Las áreas de cooperación internacional serán empleo digno, nutrición, participación de la sociedad civil y el acceso a servicios básicos.

“Estamos trabajando una estrategia de desarrollo que es donde enmarcamos a las Alianzas Público Privadas de

Desarrollo, la cual consta de tres ejes, la promoción de la responsabilidad social empresarial, la formalización de los espacios de diálogo entre todos los actores sociales, y el apoyo a las propuestas de la sociedad civil, destacó Carlos La Torre, responsable del Programa y Encargado del sector privado y desarrollo OTC - AECID Perú.

La Agencia Española de Cooperación Internacional de Desarrollo (AECID) se ha aliado con instituciones y empresas nacionales y extranjeras para constituir un Programa denominado Alianza Público Privada para el Desarrollo y Fortalecimiento Institucional y de Capacidades de la Provincia de Acobamba (APPDA), con la finalidad de impulsar y desarrollar capacidades en gobernabilidad democrática, equidad de género, crecimiento económico, educación, ordenamiento territorial y comunicación, entre otros temas. El proyecto se desarrollará en la provincia de Acobamba en el departamento de Huancavelica, una de las zonas más pobres del país y que presenta los menores índices de desarrollo humano en el país.

“En este momento estamos en fase de diálogo con el Estado peruano para definir nuestro trabajo por los próximos cuatro años. Con esta alianza queremos aportar nuestro granito de arena en la lucha contra la pobreza e inclusión social en Acobamba”, reconoció La Torre. Con esta alianza se prevé impulsar la participación del empresariado privado, el fortalecimiento de la capacidad del Estado para definir políticas públicas más distributivas e inclusivas, y a su vez colaborar con nuestro país en sectores donde tienen recursos financieros para ayudar al mejoramiento de la política fiscal y elaboración de proyectos de inversión.



“Desde el inicio de la alianza en agosto del año pasado, hemos avanzado en educación, gestión de territorialidad, género, entre otros aspectos. Empezamos el trabajo con resultados concretos, sin embargo, los resultados son de más largo aliento”, reconoció. A la fecha se dialoga con el Gobierno Regional de Huancavelica y las autoridades locales para suscribir un convenio que permita desarrollar capacidades a estas instituciones.

Para Javier García de la Oliva, representante para Perú y Bolivia de Solidaridad Internacional, el éxito del proyecto depende en gran medida de la apropiación de la población beneficiaria. “Al cabo de cuatro años están comprometidas una serie de metas que colocarán a estos cuatro distritos de Acobamba en una posición diferente para afrontar el desarrollo”, destacó. En una alianza público privada todos los actores del desarrollo (estado, organizaciones de la sociedad civil, empresas) son importantes pero debemos promover el fortalecimiento del estado debido a que es el responsable de garantizar el acceso de la ciudadanía a sus derechos.

Perú es uno de los países más viables para las APPs

Según el estudio Infrascopes elaborado por The Economist Intelligence Unit en colaboración con el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin), el Perú cuenta con una fuerte voluntad política para iniciar nuevos proyectos, una sólida capacidad institucional y buenas prácticas de aplicación. Entre otras características destaca en su marco institucional y el clima de inversión. Esta herramienta de aprendizaje interactiva viene a ser un índice de referencia que analiza la capacidad de las APP en 19 países de América Latina y el Caribe, además analiza la legislación existente, los reglamentos, las instituciones y las prácticas que afectan al entorno de las APP.

De acuerdo con este estudio, Chile, Brasil y Perú son los países de América Latina y el Caribe que tienen la mayor capacidad para desarrollar alianzas público-privadas sostenibles para desarrollar la infraestructura y aumentar el acceso a los servicios básicos. Chile ocupa el primer lugar del índice 2010 debido a sus sólidas condiciones regulatorias, institucionales y de inversión, luego le sigue Brasil y Perú en el segundo y tercer lugar respectivamente.



“En el caso de esta alianza, el programa está focalizado en los derechos sexuales y reproductivos, el derecho a una vida libre de violencia y a la participación política. Los retos en estos ámbitos son aún enormes en Acobamba al igual que en muchas zonas de Perú. Esperamos promover que las mujeres tengan un mayor conocimiento de sus derechos y mayor ejercicio de los mismos. Además, esperamos facilitar la elaboración de agendas propias de la demanda de las mujeres, interacción con las autoridades municipales y con los diferentes servicios públicos”, subrayó. Para Solidaridad Internacional, la apuesta por las alianzas público privadas es una apuesta por el desarrollo, el cual tiene más probabilidades de éxito si se logran aunar esfuerzos de toda índole.

“Aún queda mucho por hacer en Perú en torno a las alianzas público privadas es preciso construir espacios de concertación y de discusión entre actores sobre la base del respeto a los derechos humanos para promover acciones que promuevan el desarrollo”, remarcó García de la Oliva. Las alianzas público privadas pueden contribuir a avanzar el desarrollo del país. Sin embargo, las ONGs y las empresas no han logrado interactuar y complementar esfuerzos por lo tanto el empresariado debe asumir su responsabilidad social y comprometerse activamente con el desarrollo de su zona de influencia. Por su parte, las ONGs tienen que complementar esfuerzos con este actor privado para lograr el desarrollo del país.

“Las alianzas público privadas calzan muy bien con este crecimiento con equidad que está experimentando el país. El reto a futuro de las APPD es incluir a las mYPES porque son una fuente generadora de empleo y mantener el diálogo dinámico entre todos los actores sociales”, rescató La Torre. Es cierto que en nuestro país vivimos un clima de desarrollo sin embargo aún muchas zonas del Perú viven en pobreza y extrema pobreza por lo tanto las alianzas público privadas son una herramienta eficaz y eficiente para lograr el ansiado desarrollo que todos y todas queremos.

Iniciativa Papas Andinas: Rescatar un tesoro escondido

En los últimos años, los consumidores urbanos del Perú y del mundo vienen redescubriendo el tesoro olvidado que son las papas nativas de los Andes. Con sus miles de variedades cultivadas hasta por encima de los 4000 msnm, ofrecen una asombrosa variedad de colores, formas, texturas y sabores, una gran versatilidad culinaria y la posibilidad de consumir un alimento sano y nutritivo.

La Iniciativa Papas Andinas nace con el interés de revalorar este tesoro de los Incas para ello instituciones públicas como privadas unieron esfuerzos. “Nos encargamos de desarrollar las capacidades de los pequeños agricultores de la papa nativa, para que tomen conciencia de la potencialidad de su producto y para que conozcan como podían abrir el mercado”, manifestó Martha Cuentas, directora ejecutiva de Fovida.

“La aspiración que tenemos es que la empresa no solo compre el producto sino que invierta en sus propios proveedores en fortalecimiento de capacidades y asistencia técnica. Por su parte el Estado debe alentar el consumo de la papa nativa y debe invertir en infraestructura productiva para mejorar los caminos rurales y así potenciar la producción”, refirió. Según investigaciones, la papa nativa tiene grandes propiedades para transformarse en harina para uso culinario y cosmético. Hay 4 mil variedades de papa hasta la fecha 14 están entrando a los mercados más selectos.

“Las papas nativas antes solo se vendían en las ferias locales y solo eran para el autoconsumo. Con la iniciativa hemos logrado afianzar alianzas con la empresa privada como Pepsi-co, empresa transnacional que produce hojuelas de papa. Asimismo, abrimos el acceso a las cadenas de mercado como Plaza Vea y Wong, a su vez a los restaurantes de comida gourmet que ya están usando nuestras papas. La idea es poner en valor un producto nacional que además tiene la particularidad que lo producen los pobres del Perú”, reconoció.

La comercialización de las papas nativas representa una gran oportunidad de desarrollo para sus guardianes y productores, los agricultores altoandinos de pequeña escala que viven en zonas marginales y que son afectados por la pobreza.

“Hay que aprovechar mejor lo que produce el Perú ya que tenemos una ventaja comparativa con respecto a otros países, la gran biodiversidad de nuestra tierra”, dijo. Luego de esta iniciativa hoy se puede decir que esta papa nativa ha logrado posicionarse en el corazón y mente no tan solo de los peruanos sino de los extranjeros quienes ya la valoran y aprecian por sus diversas propiedades. Podemos decir que esta papa tiene mucho camino por recorrer pero todo dependerá del apoyo del gobierno nacional y del empresariado privado para que sigan apostando por este papa, fruto milenario del Perú.





“REPORTAR EN GRI DEBE COMPROMETER A TODAS LAS ÁREAS DE LA EMPRESA”

En los últimos años las empresas han reportado más con el GRI debido a que se ha convertido en el estándar mundial más utilizado para conocer con detalle la gestión de responsabilidad social de la empresa. Para la ingeniera Cecilia Rizo Patrón Pinto, gerente de Gestión del Conocimiento de Perú 2021, si una empresa reporta con el GRI debe tener el compromiso de todos los colaboradores de la organización con el fin de obtener la información más fidedigna posible.



Sabemos que usted va a estar presente en el CSR Américas 2012 disertando acerca de los desafíos de los reportes de sostenibilidad en Latinoamérica, ¿para usted cuáles son esos próximos desafíos?

Los próximos desafíos que tienen las empresas son: Entender el reporte de sostenibilidad como una herramienta de gestión que permite mejorar de manera transversal la gestión de responsabilidad de toda empresa, desarrollar estrategias de comunicación para cada grupo de interés, que permita sacar provecho la elaboración del reporte, y que las organizaciones de la sociedad civil reconozcan al reporte como una fuente válida de información sobre la gestión empresarial y además sea utilizado como base para el diálogo con las empresas. Existen otros desafíos que la empresa tendrá que absolverlos para lograr una gestión eficaz y eficiente.

¿Cuál es el nivel de los reportes en Latinoamérica a comparación de los demás países? ¿en el caso particular del Perú cuál es el nivel de los reportes?

En los últimos 10 años el número de reportes de sostenibilidad ha aumentado más de 10 veces según América Economía. En Latinoamérica, según los reportes registrados en el GRI al 2011 Brasil lidera el desarrollo de reportes de sostenibilidad, seguida por México, Chile, Perú, Argentina y Colombia

En el caso peruano en los últimos 3 años se han dado importantes avances, muchos de ellos motivados por la tendencia mundial, los accionistas y la presión por transparencia por parte de la sociedad. La principal diferencia entre los reportes peruanos y de empresas transnacionales es la transparencia en cómo han involucrado a sus grupos de interés en el proceso de definición del contenido del reporte. A las empresas nacionales todavía les cuesta dar información equilibrada de su gestión que muestre los aspectos positivos y negativos de su gestión

¿Para elaborar un reporte de sostenibilidad es necesario tener en cuenta los indicadores del GRI?

El GRI se ha convertido en el estándar más utilizado a nivel mundial para el desarrollo de reportes de sostenibilidad. Actualmente más del 40% de las empre-



sas reportantes utilizan el GRI como metodología. La relevancia de la Guía del GRI y sus indicadores es que además de permitir la comparación año tras año de la gestión de responsabilidad social de las empresas; éstas guías son resultado de un dialogo multistakeholder de organizaciones de la sociedad civil, sector privado, consumidores, etc., que han acordado una serie de indicadores que se consideran son relevantes para todo tipo de organización. La importancia del GRI descansa en la legitimidad que tiene.

¿Cuán importante es para la empresa privada reportarse con el GRI? ¿qué beneficios trae a corto, mediano y largo plazo?

La empresa privada al reportar por GRI puede comparar su gestión de responsabilidad social empresarial con otras empresas de su sector y saber cómo está su posicionamiento a nivel mundial. Las empresas al reportar en GRI informan sobre la gestión con sus grupos de interés y temas prioritarios importantes, y también brindan datos cualitativos y cuantitativos que evidencian su desempeño social, económico y ambiental.

Entre los principales beneficios encontramos que mide, divulga y brinda una “rendición de cuentas” frente a los grupos de interés en relación con el desempeño de la gestión de responsabilidad social de la empresa; proporciona una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad (económica, social y ambiental) por parte de la empresa informante; demuestra como una organización influye – y es influida por – las expectativas, de sus grupos de interés, creadas en materia de desarrollo sostenible; y sirve como punto de comparación del desempeño respecto a otras organizaciones a lo largo del tiempo.

¿Para usted todo tipo de empresas deben reportarse con el GRI? ¿las mypes pueden reportarse?

Todas las empresas que busquen ser transparentes con su gestión de responsabilidad social pueden utilizar la Guía e indicadores del GRI. Su uso es un proceso constante y de continuo aprendizaje para la empresa. La metodología del GRI está diseñada para todo tipo de organizaciones sin importar el tamaño, propiedad o finalidad que tengan. En GRI reportan empresas privadas, estatales, sin fines de lucro, agencias de cooperación, entre otras.

¿Cuántas empresas a nivel mundial y en el Perú reportan con el GRI?

A nivel mundial más de dos mil empresas reportan con GRI a diciembre del 2011. Según CorporateRegister al año 2011 se han registrado casi 6000 reportes a nivel mundial, de los cuáles 40% han sido desarrollados en base al GRI. En el Perú, Perú 2021 ha identificado que hay 45 empresas que desarrollan reportes de sostenibilidad y calculamos que al 2013 se incrementa este número en un 20% anual

Para aquellas empresas interesadas en reportarse en el GRI, ¿cómo podrían hacerlo?

Reportar en GRI es un proceso que debe comprometer a todas las áreas de la empresa y ser apoyado por la Alta Dirección para generar el compromiso de los colaboradores en la obtención de la información. Antes que nada se debe capacitar al equipo de reporte (conformado por representantes de las áreas de la empresa) en la metodología GRI. Perú 2021 es Training Partner del GRI y está acreditado para brindar este curso que dura 20 horas. Posteriormente, el proceso de elaboración puede hacerlo la propia empresa. El primer reporte es recomendable que se desarrolle con el apoyo de una organización con experiencia en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, de modo que se logre un instrumento de comunicación y gestión que promueve la transparencia en la información, maximice los impactos positivos generados en la relación con sus grupos de interés, y prevenga y mitigue los impactos negativos. Se recomienda empezar a reportar con un nivel de aplicación C, el cual incluye 10 indicadores, y posteriormente aumentar la cantidad de indicadores reportados.

¿Para usted qué futuro tendrá el GRI en los próximos años?

El GRI en los próximos años va a continuar siendo una tendencia de mayor desarrollo sobre todo a las organizaciones empresariales. Va a ampliar su campo de acción al integrarse a otros mecanismos de transparencia, relacionados a los resultados financieros de las organizaciones, como la memoria financiera. En la última versión G3.1 se ha incorporado con fuerza diversos enfoques como género y derechos humanos. En el 2013 se lanzará la Cuarta Generación de los indicadores GRI, el G4 que brindará un enfoque innovador para la elaboración de reportes integrados que contengan información de sostenibilidad y financiera.





UNA GRAN HISTORIA: CÓMO NESTLÉ OBTUVO UN GRI A+ POR SU REPORTE DE CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

Nestlé es la empresa más grande de la industria alimentaria en el mundo y está presente en más de 260 países. En esta entrevista Gisella Rojo, gerente de Asuntos Corporativos y Comunicación Externa de Nestlé Perú, nos cuenta la historia de cómo esta gran empresa global se ha convertido en la primera empresa de alimentos y bebidas en el mundo en obtener la calificación de A+ en el Global Reporting Initiative (GRI) por su último reporte de sostenibilidad: Creating Shared Value (Creación de Valor Compartido)

¿Cómo se siente ser la primera empresa de la industria alimentaria mundial que obtiene resul-

tados excepcionales en el GRI, ¿Qué evidencia este resultado?

Este mes Nestlé recibió la máxima calificación del Global Reporting Initiative (GRI) por nuestro último reporte de Creación de Valor Compartido. Sabemos de otras compañías que han obtenido esa calificación en algunas regiones, pero somos la primera empresa de industria alimentaria en lograrlo a nivel Global, fue un reto enorme, pero creemos que el esfuerzo valió la pena.

Como se sabe el GRI tiene tres niveles de reporte --A, B y C- - con lo cual motivan a las compañías y organizaciones a mejorar la calidad y transparencia de sus reportes en el tiempo. El A + significa que el reporte ha sido verificado por una tercera parte independiente.

En Nestlé nos esforzamos mucho por vivir un círculo de mejora continua y esto incluye el reporte de nuestras actividades de la forma más completa y de acuerdo a los estándares más exigentes. Ya habíamos obtenido B los últimos dos años, por lo que este logro era el paso siguiente.

El informe de este año es más completo que en años anteriores porque recoge información de derechos humanos, cambio climático, corrupción, entre otros, ¿cómo ha sido el trabajo de recoger información sobre estos temas y cuánto ha demandado de la organización?

Para alcanzar un A+ tuvimos que reportar información en temas como derechos humanos, diversidad y género, cambio climático, biodiversidad y corrupción. No fue fácil. Tener los sistemas adecuados para recolectar toda la información e implementar todos los procesos que eso requiere a nivel global, tomó mucho tiempo y esfuerzo. Fue un proceso muy complejo que requirió tiempo y retroalimentación efectiva en todo el negocio, y es un proceso en el que se continúa trabajando.

También se tuvieron que implementar planes de acción en algunas áreas con metas específicas. Pero, este proceso de reporte, a este nivel de exigencia, nos ha llevado a implementar estándares aún más elevados y a analizar nuestras actividades de forma mucho más ordenada y sistémica.

El reporte de Nestlé está basado en la creación del valor compartido, que brinda valor tanto a



Gisella Rojo, gerente de Asuntos Corporativos y Comunicación Externa de Nestlé Perú.

los accionistas como a la sociedad en general, ¿qué mecanismos utilizan para brindar valor a cada uno de sus grupos de interés?

Este trabajo nos ayudó también a tener más claridad de la información que las personas quieren ver en nuestros reportes y vemos este esfuerzo como parte de nuestro compromiso con nuestros stakeholders. Esto calza perfectamente en nuestra filosofía de Creación de Valor Compartido.

Creemos que para que un negocio sea exitoso en el largo plazo, debe crear valor para la sociedad y también para sus accionistas. Por esa razón, en Nestlé vemos la Creación de Valor Compartido como eje central de lo que hacemos. Hemos implantando la CVC en el core de nuestras estrategias de negocio, y lo hacemos en todas nuestras operaciones a nivel global.

Capacitamos a nuestros proveedores de materia primas agrícolas para ayudarlos a ser más competitivos, hemos implementado programas de educación nutricional y actividad física en más de 60 países, incluido el Perú; estamos produciendo productos fortificados con micronutrientes y estamos reduciendo significativamente la cantidad de agua y energía utilizada por tonelada métrica producida.

Nestlé viene capacitando a nivel mundial a los agricultores para que sus comunidades se conviertan en sostenibles, ¿cuán posible es lograr que estas comunidades se conviertan en sostenibles y se inserten al mercado?

Contamos con proveedores de diversas materias primas, brindándoles la capacitación necesaria para mejorar su competitividad. Buscamos que mejoren las condiciones de sus centros de producción, que tengan conocimiento de cómo optimizar recursos como el agua y la energía con el fin de que sus procesos sean óptimos, sean más competitivos y se inserten fácilmente en el mercado.

¿Y ahora, que harán ustedes dentro y fuera de la organización para mantener este nivel de aplicación?

Dentro de la organización, seguiremos revisando con rigurosidad todos los procesos de control para verificar nuestros resultados y estar alineados a los del Grupo. Hacia afuera, seguiremos comunicando nuestra filosofía de creación de valor compartido, que es nuestra forma de hacer negocio y esperamos que nuestros proveedores puedan adoptar y ejecutar esta filosofía de trabajo en sus empresas y hacia sus propios proveedores.

En el 2011 el Programa Global Niños Saludables se ha implementado en Nigeria y en otros paí-



ses, ¿cómo se desarrolla este programa en el Perú y cuál es la respuesta en los niños?

En el Perú tenemos Crecer Bien, que es parte del Programa Global Niños Saludables. Este programa se viene implementando hace más de cinco años, se inició como un programa piloto de cinco mil beneficiarios, y al 2012 serán 330 mil.

Crecer Bien capacita en educación nutricional e higiene a los niños, profesores y directores de las instituciones educativas y a los padres de familia, con la finalidad de que los niños adquieran aprendizajes que serán relevantes para su vida futura. Este año esperamos tener un mayor alcance porque contaremos con herramientas online que permitirá que más profesores puedan acceder al programa e implementarlo en sus clases.

¿Para usted cuál es la fórmula para que Nestlé se mantenga vigente en varios países del mundo y cuál es el compromiso que tienen con el público peruano?

Nuestro compromiso de sostenibilidad es un compromiso que no es nuevo en Nestlé, ya que somos una empresa que trabaja mirando el largo plazo en todas las comunidades en las que operamos, sin descuidar el corto y el mediano plazo. La fórmula de Nestlé le ha permitido operar por más de 140 años en muchísimos países, durante diferentes coyunturas políticas y económicas y es lo que le permitirá continuar sus operaciones por los siguientes años, es la misma fórmula que nos permite satisfacer las diferentes necesidades de nuestros consumidores, y a su vez construir lazos duraderos con nuestros proveedores y plataformas de crecimiento para el futuro.





“LA POSIBILIDAD DE TENER UN MICRONEGOCIO ES UNA ALTERNATIVA PARA MUCHAS PERSONAS QUE ASPIRAN A UNA VIDA CON CONDICIONES DIGNAS”

En Mibanco todos los colaboradores, directa o indirectamente, están comprometidos en la elaboración de la Memoria Anual. Para Carolina Benavides, gerente de Activo Social de Mibanco, elaborar este documento conforme a los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI), ha permitido ordenar el trabajo dentro de la organización y transmitir con mayor claridad el modelo de gestión de la institución: la triple rentabilidad.

El Global Reporting Initiative ha destacado la elaboración de su Memoria Anual 2011 por cumplir con los requisitos de nivel de aplicación A. Para Mibanco ¿Qué significa haber obtenido este nivel de aplicación?

La realización de la memoria tiene un significado particular porque refleja lo que hacemos diariamente. Entonces, el Global Reporting Initiative, a través de los parámetros que propone, nos ayuda a ordenarnos y a transmitir con mayor claridad nuestro modelo de gestión que es la triple rentabilidad.

Para cumplir con este nivel de aplicación han trabajado arduamente con los indicadores de

desempeño social, medioambiental y económico ¿Cómo ha sido el trabajo dentro de la organización y cuánto ha demandado en cada uno de los colaboradores?

Definitivamente no es el trabajo de una sola gerencia, una sola persona o de un grupo pequeño de personas, es un trabajo que convoca la participación de diversas áreas y personas dentro y fuera de la organización. Consideramos que sin la plana gerencial, y el directorio a bordo, no sería posible llevar a cabo un proceso como el que demanda el GRI. En Mibanco, tenemos un mecanismo para comprometer, año tras año, a nuestros colaboradores en la elaboración de la Memoria Anual. Cada uno asume la responsabilidad de reportar los indicadores que le corresponden. Recientemente hemos diseñado una metodología que nos permitirá reportar con frecuencia y hacerle seguimiento a lo registrado durante el año anterior. Por ejemplo, a fines del año 2011 recabamos determinados indicadores, y a mediados del 2012, podremos revisar los avances, de tal manera que proponemos reajustes a tiempo para el recojo de información a fines del año 2012 o inicios del 2013.

Sabemos que la Memoria Anual 2009 fue la primera que Mibanco publicó utilizando las directivas del Global Reporting Initiative ¿Qué avances se han dado hasta la fecha?

En nuestro país, los asuntos menos comprendidos, interiorizados e incorporados en la vida diaria son los que tienen que ver con el cuidado del medio ambiente. Por tal motivo en Mibanco, consideramos prioritario contribuir en este aspecto porque somos una empresa grande con más de cuatro mil trabajadores. Lograr inculcar en nuestro personal, la noción del cuidado del medio ambiente, el ahorro de recursos, tiene efecto multiplicador. Somos un grupo grande que, mediante sus actitudes y hábitos, puede influir en nuestros más de 600,000 clientes a nivel nacional.

¿Qué cambios han introducido en esta memoria y qué se viene para mantener altos estándares?

Hace poco hemos iniciado un programa de eco-eficiencia dentro de la organización, con el fin de mitigar el impacto medioambiental e inculcar en nuestros colaboradores las nociones de cuidado del entorno en el que vivimos. Una de las aspiraciones de Mibanco es diseñar productos microfinancieros verdes, que nos permitirán ofrecerle a nuestros clientes (recicladores, agricultores, taxistas, entre otros) una alternativa crediticia para que reduzcan sus niveles de contaminación y optimicen la utilización de los recursos no renovables. Adicionalmente, una de nuestras metas para el próximo año es lograr el nivel de aplicación A+ del GRI, para lo que se requerirá de una auditoría externa.

La gerencia que usted lidera, tiene como objetivo maximizar el valor intangible y velar por el cumplimiento sostenible de la compañía para satisfacer la demanda de todos sus grupos de interés ¿Qué otros objetivos se han planteado?

Mibanco es el primer banco que se dedicó a entregar créditos a empresarios de la micro y pequeña empresa, y ello es un valor intangible sumamente importante que tenemos que preservar, porque nuestros clientes confían en nosotros. Por ello, el primer objetivo de la gerencia de Activo Social es administrar y medir el desempeño social, ambiental y económico. El segundo objetivo es diseñar y gestionar los programas que significan aportes para nuestros clientes quienes son todo para nosotros y constituyen la razón de ser de Mibanco. Contamos con historias realmente inspiradoras, muchas de ellas demuestran que Mibanco está en el camino correcto. A la fecha, nuestra organización invierte un millón de dólares anuales en capacitación para clientes localizados en zonas urbanas y rurales del país.

Testimonios



Javier - Propietario de un salón de belleza. Iquitos

Yo quería un espejo para mi negocio, pero no tenía posibilidad de comprarlo. No sabía a quién pedir apoyo, hasta que un asesor me visitó. Pensaba que para entrar a un banco habían muchos requisitos, pero con Mibanco me di cuenta que no era así. Mibanco me cambió la vida.



Luisa - Fabricante de Toritos de Pucará. Puno

Desde siempre mis padres han trabajado en este negocio. Nosotros también, como herencia, trabajamos, vendemos nuestros productos a Cusco, Arequipa y Lima. Como ya nos conocemos con otros clientes, nos llegan varios pedidos. Por eso necesitamos trabajar más, aumentar nuestro capital y pedir un préstamo. Para eso está Mibanco.





Asimismo, ofrecemos a nuestros clientes asesoría legal para atender sus requerimientos legales para el acceso al crédito. Por ejemplo, registro de personas jurídicas, rectificación de datos en DNI, registro de propiedad, entre otros.

Miconsultor es un programa que busca el intercambio de experiencias y conocimientos entre estudiantes de las universidades y empresarios de la microempresa.

Sí, Miconsultor es un programa de intercambio entre empresarios de la microempresa y estudiantes del último año de carreras relacionadas con administración de negocios, pero no exclusivamente. A través de Miconsultor los estudiantes aprenden en el campo cómo los empresarios gestionan sus negocios, y a su vez los empresarios se benefician de la asesoría técnica que los estudiantes aprendieron en la universidad. Se crea una dinámica muy importante de mutuo aprendizaje y reconocimiento. Es como las cadenas productivas trasladadas al campo de la educación: ante los ojos de cada vez más habitantes, la imagen de los pobres se despegaba de la etiqueta de “mano de obra barata”, para dar paso a la de ciudadanos capaces de relacionarse de igual a igual. Esta experiencia transformadora, contribuye a un genuino acercamiento entre peruanos de toda condición.

Mibanco, desde sus inicios, se ha caracterizado por ofrecer acceso financiero a los micro y pequeños empresarios, y todo ello para su progreso ¿Cómo describiría usted la satisfacción que sienten en Mibanco por haber logrado que muchos de sus clientes, ya no sean micro sino son pequeños, medianos o grandes empresarios?

Son nuestros clientes quienes tienen la fuerza, vocación, persistencia y lealtad, quienes día a día prosperan. Nosotros sólo confiamos en ellos y por eso somos, definitivamente, el banco de los que mueven el país. Son millones los peruanos y peruanas que cuentan con una microempresa, y nosotros somos quienes estamos ahí para ellos.

¿Qué expectativas podemos tener de las microempresas en el futuro?

Nuestro ideal es que las microempresas se conviertan en pequeñas empresas, luego en medianas empresas y quién sabe, algún día, en grandes empresas. Somos un país que aún tiene un alto nivel de pobreza, y la posibilidad de tener un micronegocio o un pequeño negocio es una alternativa para muchas personas que aspiran a una vida con condiciones más dignas.



Artidoro - Comerciante de artesanía textil. Lima

Para obtener un crédito te piden recibo de luz, o de agua, o de alguna propiedad. Yo sólo tenía constancia de posesión, no tenía recibos de servicios, pero Mibanco no me exigió. Al comienzo me dio poquito, apenas 1000 soles, pero conforme iba pagando, lo iban incrementando hasta llegar a un nivel de 100 mil soles. Hoy doy trabajo a 200 amas de casa, formé mi empresa para exportar y mis hijas son profesionales.



Norma - Huancayo

Cuando empezamos a producir leche, el negocio era pequeño, artesanal. Nuestros clientes no nos pagaban puntualmente. Eso nos incentivó a transformar la leche. Empezamos con 20 litros, luego 50, 80, etc. En ese momento, pensar en producir 500 o 1000 litros era algo inalcanzable, pero lo logramos. Ahora procesamos más de 2000 litros, haciendo quesos, yogures y mantequillas. Mibanco nos abrió las puertas para comprar los equipos, tecnificar nuestro negocio y así cumplir con nuestros compromisos.

**Paul Remy**

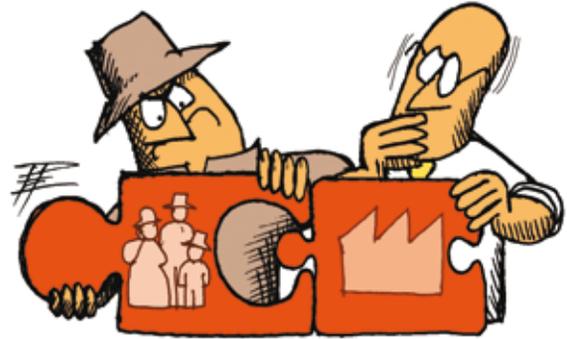
Secretario Técnico Comité ISO 26000 Perú

EL ESTÁNDAR DE LA CONFIANZA: ISO 26000

En 1904 se produjo un terrible incendio en la ciudad de Baltimore. Fue necesario que vinieran en apoyo varios cuerpos de bomberos de otras ciudades para sofocarlo, pero estos resultaron totalmente inútiles: las boquillas de las mangueras que traían consigo no tenían el mismo diámetro de las tomas de agua y consecuentemente no se podían usar. En 1999 se perdió la estación espacial Climate Orbiter en Marte. La causa: el software del sistema de vuelo usaba newtons (el sistema métrico decimal) mientras que los técnicos en la Tierra corregía el curso de vuelo y potencia basado en libras, (el sistema imperial). ¡Demasiadas pérdidas para tan obvios errores! Bastaban que se hubieran puesto de acuerdo antes en las boquillas o en el sistema de medición¹.

Hoy esas discrepancias no existen: un foro global se encarga de buscar el consenso de qué tamaño, medida, sistema, tecnología, criterio, procedimiento, regla, norma o lo que fuere será el referente. Es decir, se determina un estándar y todo se hace en función de él. Eso permite asumir que los autos, edificios, lavadoras eléctricas, tarjetas de crédito, cámaras fotográficas, etc. tendrán confiabilidad en su funcionamiento, en su seguridad, en su compatibilidad. Toda la gama de PDF, JPG, CD ROM, DVD Y MP3 “se lee” entre ella. Nadie queda atado a una sola tecnología, todo es compartible. El artífice de esta maravilla inadvertida es la ISO (la Organización Internacional de Estandarización, por sus siglas en inglés), que tiene ya más de 15000 estándares en su haber. Ha facilitado tener confianza en productos y servicios.

Confianza... palabra tan deseada como esquiva. Repetimos a diario que si no hay confianza, nada se puede alcanzar. Nos es más fácil reconocer su ausencia que su presencia. Nuestros desentendimientos sociales están impregnados de imputaciones de falta de confianza. Pero pensando por un instante en mangueras, naves espaciales, autos y cámaras fotográficas... ¿cómo hicieron sus fabricantes para hacerlos confiables? La respuesta no es un misterio: asegurándose que estos funcionen tal como prometen que lo hacen. Para ello se



pusieron de acuerdo en una serie de reglas y procedimientos de cómo hacer las cosas y luego los estandarizaron. Después, todos (por lo menos los que quieren mantenerse en el mercado) se comprometieron a cumplir con ese estándar. Y si la innovación abría una posibilidad de mejora, pues se esta se discutía, se aprobaba y se modificaba el estándar a una versión mejorada. El estándar es en el fondo un sinónimo de calidad, de hacer las cosas bien.

El estándar ISO 26000 de Responsabilidad Social, aprobado hace menos de dos años y luego de seis de un proceso de consenso global casi sin precedentes, representa exactamente eso: el procedimiento para que cualquier organización (sea una empresa...o un ministerio, una universidad, un club o una ong) impregne de confianza su relación con los diversos grupos de interés, sean estos clientes, empleados, comunidades, proveedores, etc.

Muchas veces vemos cómo luego de una crisis derivada de un conflicto social, se despliegan esfuerzos de identificación de grupos de interés y de sus preocupaciones, de comunicación y diálogo, que si son bien manejados permiten reentendimientos positivos. Casi como que se termina haciendo al final lo que se debió hacer desde el principio. Cualquier “general después de la batalla” (cuando todo se ve más claramente) seguramente nos recomendará para la próxima ahorrarnos la curva de crisis y hacer las cosas correctas desde el principio. No busque cómo hacerlo. La ISO 26000 se lo dirá.

¹Estos dos ejemplos son mencionados por Oliver Peyrat, en ISO Focus+ Setiembre 2011.





Antonio Vives

Profesor Consultor Stanford University

INICIOS DE LA CONFERENCIA INTERAMERICANA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA



El año 2012, con la IX Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa, a celebrarse en Quito, Ecuador, del 21 al 23 de mayo, el evento cumple su décima edición.

La conferencia nació como consecuencia del mandato de la III Cumbre de las Américas, celebrada en Quebec en abril del 2001. El Plan de Acción, bajo el patrocinio del Gobierno de Canadá incluyó una sección dedicada al tema de la Responsabilidad Social de la Empresa que entre otras cosas, los gobiernos:

Convocarán a una reunión a celebrarse lo antes posible en el año 2002, en la que participen representantes de los gobiernos y de la sociedad civil, incluyendo especialmente al sector empresarial, para que, con el respaldo de la OEA, el BID y otros organismos interamericanos pertinentes, se profundice el diálogo sobre la responsabilidad social de las empresas en el Hemisferio y la creación de conciencia sobre asuntos clave a ser determinados, así como para deliberar sobre las modalidades

de promoción de la elaboración, adopción e implementación, por el sector privado, de principios de buena conducta que fomenten su responsabilidad social y ambiental; (énfasis añadido)

Lamentablemente el mandato era relativamente vago ya que decía que "...los gobiernos..... convocaran una reunión" pero no asignaba responsabilidades específicas a nadie de hacerlo. Un año después, con la preocupación de que el mandato nos se cumpliera, una delegación de la embajada de Canadá ante la OEA y del Departamento de Estado de los Estados Unidos visitó al Banco Interamericano de Desarrollo para pedir el apoyo en la organización del evento. Sin entrar en muchos detalles, la responsabilidad en el BID fue asignada al suscrito, a la sazón Subgerente de Infraestructura, Mercados Financieros y Empresa Privada, en el Departamento de Desarrollo Sostenible. El BID en ese momento nunca había considerado el tema de la RSE.

Se empezó la difícil tarea de obtener financiamiento para el evento y propuse la ciudad de Miami



para hacerlo, por tener vuelos directos de todas las capitales de las Américas y ser la “capital de América Latina”. Lo primero no causó controversia, pero lo segundo fue considerado un gran error político por algunas delegaciones ante la OEA cuando les fue presentada la idea, al punto de que se inició una fuerte campaña para hacerlo en Panamá, que aspiraba a mejorar su prestigio como centro del continente ya que aspirabaserla sede del incipiente Asociación de Libre Comercio de las Américas, ALCA, y el año 2003 era el Centenario de la declaración de independencia y organizaba el concurso de Miss Universo.

El representante de Panamá en el BID se opuso rotundamente a la idea de hacerlo en Miami y al financiamiento que debía aprobar el directorio del BID para ello. Para lograr destrabar el impasse, el gran mediador, el Presidente del BID, Enrique Iglesias acordó con Panamá hacer una segunda conferencia en ese país con tal de evitar su oposición a la sede de Miami para la primera. Lo que debió ser una “única” conferencia se convirtió de repente es dos conferencias. Esa primera conferencia, habiendo nacido en el seno de la Declaración de la Cumbre de las Américas se llamo Conferencia de las Américas sobre Responsabilidad Social de la Empresa”. El lema fue el de “Alianzas para el desarrollo” para cumplir con el mandato de la declaración. Al pesar de ser un tema novedoso, y comenzar a organizarse inmediatamente después de los atentados del 11 de septiembre, todavía con restricciones y resquemores a los viajes, fue exitosa, con la participación de alrededor de trescientas personas.

Para la segunda conferencia, el Gobierno de Canadá consideró cumplido el mandato de la Cumbre y ya no patrocinó la conferencia, al punto de que uno de sus funcionarios se opuso a que siguiéramos usando el nombre de “Conferencia de las Américas”. El suscrito decidió darle el nombre de “Conferencia Interamericana” ya que el BID tenía ahora toda la responsabilidad y así se celebra la “I Conferencia Interamericana” en Ciudad de Panamá, lo que era en efecto la segunda conferencia.

El éxito de las dos primeras conferencias y el hecho de que no tenía competencia estimularon a instituciones del sector privado de los diferentes países a pedir ser la sede de las próximas conferencias. A partir de allí el BID hace suya la conferencia y la ha seguido organizando bajo el copatrocinio de alguna institución del sector privado, siempre con el apoyo de los gobiernos de los respectivos países, que como es costumbre en el BID deben dar su no objeción a la celebración de un evento de la institución. Se llega a tener hasta cuatro países en lista de espera para ser la sede.

Las siguientes conferencias fueron progresivamente obteniendo mayor participación, al punto de rondar la participación de un millar de personas. Las siguientes conferencias y sus lemas fueron:

- I, 2003, Ciudad de Panamá, RSE como instrumento de competitividad.
- II, 2004, Ciudad de México, Del dicho al hecho.
- III, 2005, Santiago de Chile, ¿Quién es responsable de la responsabilidad?
- IV, 2006, Salvador da Bahía, Un buen negocio para todos.
- V, 2007, Ciudad de Guatemala, Responsabilidad compartida.
- VI, 2008, Cartagena, La inclusión en los negocios.
- VII, 2009, Punta del Este, Afrontado retos con responsabilidad.
- VIII, 2011, Asunción. Sin lema
- IX, 2012, Quito. Sin lema

La conferencia ha estimulado la difusión del conocimiento de la RSE en América Latina, ha estimulado la celebración de otros eventos nacionales e internacionales, y aunque no tenemos evidencia rigurosa, creemos que ha contribuido a la adopción de prácticas responsables en las empresas. El mandato original de la Cumbre de las Américas ha superado con creces las más optimistas expectativas.

A lo mejor algún día escribimos una historia más completa.





Jaime Calles

Ministerio de Coordinación, de la Producción, Empleo y Competitividad



**Ministerio de Coordinación
de la Producción, Empleo
y Competitividad**

RESPONSABILIDAD SOCIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL SECTOR PÚBLICO

El tema de Responsabilidad Social ha trascendido el ámbito empresarial y el sector público empieza a asumir de diferentes formas un rol activo, ya sea mediante la promoción, reconocimiento a empresas con buenas prácticas y en la generación de una masa crítica de consultores y empresas certificadoras.

El sector público tiene dos roles en el desarrollo económico y social del país: regulador y agente económico-social. Como regulador establece las leyes y reglamentos que las empresas deben cumplir. Como agente económico-social es la institución más importante del país en términos de generación de empleo directo, inversiones, y compras, lo que le obliga a asumir una posición de comprador e inversor responsable.

En el caso ecuatoriano, el cumplimiento de criterios de Responsabilidad Social está relacionado con el cumplimiento de las 4 éticas: i) Trabajadores; ii) Comunidad, Proveedores, Clientes y Consumidores; iii) Estado y; iv) Ambiente; cuyo objetivo es “contribuir a mejorar los niveles de competitividad sistémica de las diferentes industrias y de los sectores estrategias productivas, con base en fomento de buenas prácticas empresariales”.

Para su cumplimiento el Estado Ecuatoriano ha establecido en el Código de la Producción en su artículo 59 lo siguiente: “se debe fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que promueve el Gobierno Nacional, a través de la creación de un sello de gestión de reconocimiento público, que permita alentar e incentivar a las empresas a realizar sus actividades, respetando el medio ambiente, cumpliendo con sus empleados y trabajadores en sus obligaciones laborales, y con la comunidad y con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias conforme la legislación aplicable”.

El Ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad (MCPEC) busca: i) Generar marco favorable a la Responsabilidad Social, ii) Establece políticas, iii) Regula a los actores y; iv) Promover / fomentar la Responsabilidad Social.

Como instrumentos se desarrollaron los “Sellos Hace Bien y Hace Mejor” que certifican la gestión a todo tipo de empresas y que fomenten el cumplimiento de las 4 Éticas.

El Sello Hace Bien certifica el cumplimiento de la ley más buenas prácticas mínimas.

El Sello Hace Mejor certifica el cumplimiento de buenas prácticas tendientes a cultura de Responsabilidad Social

**Laura Fährndrich**

Gerente de Desarrollo Corporativo y Relaciones Institucionales del
Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)



CERES CO-ANFITRIÓN DE LA 9ª EDICIÓN DE CSRAMÉRICAS EN QUITO

Como es bien sabido, del 21 al 23 de mayo se llevará a cabo la novena edición de CSRAMéricas, la Conferencia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que organiza el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Cada año, este evento se realiza en un país diferente y en esta ocasión, por primera vez, gracias entre otros a los esfuerzos del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), el país anfitrión es el Ecuador y la ciudad elegida es Quito.

El primer día del evento, 21 de mayo, es el llamado “Día País” en que el país anfitrión decide el formato y contenido de la jornada. En esta edición, tras ser elegidos por el BID como co-anfitriones, ese día está organizado por tres instituciones nacionales, el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y CERES como representante del sector privado.

El tema del “Día País” será “Ecuador, Competitividad e Inversión Responsables”; durante ese día se llevará a cabo la “Casa Abierta de la RSE” con sesiones cortas, de 30 minutos, interactivas y novedosas, para una mayor participación del público. Las sesiones estarán dedicadas a experiencias exitosas e innovadoras emblemáticas del Ecuador. La entrada durante este día es gratuita para permitir la asistencia de cualquier persona u organización interesada en las iniciativas expuestas.

El segundo y tercer día, 22 y 23 de mayo, se centrarán sobre temas relacionados con los negocios inclusivos y cadenas de valor, las alianzas para el desarrollo (públicas y privadas) y el impacto de la responsabilidad social. Estos temas tienen panelistas ecuatorianos que podrán exhibir y exponer su trabajo durante la conferencia.

Los paneles contarán con expositores nacionales e internacionales de renombre que compartirán sus visiones y experiencias con los participantes. Entre los panelistas que representarán al Ecuador y sus empresas están: Liberato Milo, Presidente Ejecutivo, Nestlé en Ecuador; Carlos Gallegos, Gerente de Cadena de Valor, Yanbal; Christian Bakker, Director de Responsabilidad Corporativa, Pronaca.

Además, la Conferencia contará con un espacio dedicado a stands de empresas y organizaciones líderes en RSE y otro espacio dedicado a stands de PYMES y empresas sociales con buenas prácticas empresariales.

Para CERES, organización líder en RSE del Ecuador, es un honor formar parte del grupo de co-organizadores y poder contribuir así a la promoción del concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el país.

Para más información sobre la RSE en Ecuador, visite la página web de CERES: www.redceres.org





Karina Morales

Distrito Metropolitano de Quito



EL DMQ Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante el 2010 en Quito se discutió y aprobó la Ordenanza Metropolitana No.333 de Responsabilidad Social para el Distrito Metropolitano de Quito -DMQ. Esta ordenanza tiene por objetivo generar un territorio competitivo y sostenible. La Ordenanza promueve que las entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras, con y sin fines de lucro que realizan actividades en el DMQ, implementen un modelo de gestión responsable, contribuyan a la metas territoriales, entendiendo que son corresponsables en la construcción de un territorio sostenible.

En busca de estos propósitos la Ordenanza crea: El Día de la Responsabilidad Social -RS, que es el 26 de julio. El cual es una oportunidad para concientizar, motivar, involucrar a la ciudadanía sobre la importancia de vivir de una manera responsable. El Sistema de Incentivos a la Gestión de la RS. Conformado por los beneficios actuales que otorgan el gobierno nacional, el Municipio del DMQ y los futuros que puedan crearse. Los incentivos son programas de fomento para la competitividad responsable, asistencia técnica, incentivos tributarios, mejor calificación para el proceso de compras públicas, participación en foros, entre otros, a los que podrán acceder las organizaciones que incorporan un modelo de gestión responsable.

El Banco de datos de Responsabilidad Social, que es un espacio de difusión de buenas prácticas sistematizadas, una biblioteca virtual de la gestión responsable en el DMQ. Es el portal en el que las organizaciones que realizan actividades en Quito, podrán difundir sus informes de RS.

EL RECONOCIMIENTO ANUAL A LAS MEJORES PRÁCTICAS DE RS.

La Ordenanza crea además, el Consejo Metropoli-

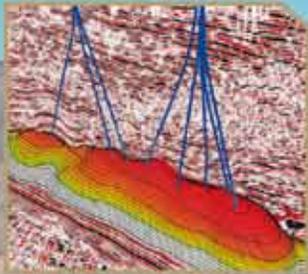
tano de Responsabilidad Social - CMRS, que es un espacio de diálogo y participación institucionalizado para expresarse en forma transparente, pública y sistemática sobre la situación actual y el fomento de la Responsabilidad Social. El CMRS tiene entre sus funciones proponer acciones en base a la sinergia de las organizaciones para generar un territorio competitivo y una sociedad sostenible, promover la articulación multisectorial, el diseño de propuestas de políticas, planes, programas y/o proyectos para motivar RS en un enfoque sistémico.

El CMRS tiene a su vez mesas de trabajo enfocadas en las principales cadenas que impactan en la responsabilidad del DMQ. Estas mesas están conformadas por los principales actores que intervienen en la generación de valor a lo largo de la cadena.



XVI CONGRESO PERUANO DE GEOLOGÍA & SEG 2012 CONFERENCE

SETIEMBRE 23 - 26, 2012



- SEG Conference
CALL FOR ABSTRACTS
Fecha Límite : Marzo 31 (SEG Students)
y Abril 30, 2012
 - SGP Congress
CALL FOR PAPERS
Fecha Límite : Abril 30, 2012
- Informes : sgp-seg@lima2012.com

Hotel Westin
Lima - Perú

Auspiciadores / Sponsors

Patrón /
Patron



Diamante /
Diamond



Platino /
Platinum



Oro /
Gold



Plata /
Silver



Cobre /
Copper



Bronce /
Bronze



Instituciones /
Institutions





CSRAMÉRICAS 2012: POR EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y EQUITATIVO DE AMÉRICA LATINA

Cada año más de mil participantes de empresas, gobiernos y organizaciones de la sociedad civil de más de 35 países del mundo se reúnen en el principal evento de RSE de América Latina, CSRAMéricas 2012 - Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). Esta edición que se desarrollará en Quito, Ecuador, del 21 al 23 de mayo, cuenta con la participación del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad de Ecuador, el apoyo del Municipio de Quito y el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES).

En los últimos nueve años, CSRAMéricas se ha convertido en una especie de plataforma para intercambiar tendencias innovadoras, plantear enfoques prácticos para la competitividad empresarial, establecer contactos y crear alianzas entre distintos sectores de la sociedad. En esta novena edición se han definido tres ejes temáticos: la alineación de las iniciativas de RS con las estrategias de negocio de las grandes empresas a través de sus cadenas de valor, las alianzas para el desarrollo como instrumento para lograr impacto positivo en el negocio y en las zonas

de influencia y la medición de los resultados como herramienta para evaluar el éxito de las inversiones y determinar la toma de decisiones futuras.

Desde la primera conferencia en el 2002, CSRAMéricas resultó ser uno de los mecanismos con mayor éxito, crecimiento y eficiencia para apoyar las prácticas responsables para la creación de riqueza y empleo en las comunidades locales así como el cuidado al medio ambiente. La experiencia indica que al tener la RSE como parte de la estrategia es una decisión que incrementa la productividad y la competitividad de la empresa. Las compañías que han logrado colocar las actividades responsables como parte coherente de sus estrategias de negocios, han logrado numerosos beneficios como mejoramiento en productividad, competitividad, fortalecimiento del acceso a los bienes y servicios, fuerza laboral mejor calificada y el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios, entre otras posibilidades.

CSRAMéricas se iniciará el 21 de mayo con una presentación del país anfitrión, Ecuador. Durante los dos días posteriores se presentarán plenarias y paneles. Entre los paneles más destacados podemos mencionar: El rol de la empresa ancla en las cade-



CSRAMÉRICAS: ESPACIO DE REFLEXIÓN Y DEBATE

“Con la CSRAMéricas queremos generar un espacio de reflexión y debate, un lugar donde compartir experiencias y aprender. Queremos lograr que la gente salga de su día a día y pueda dialogar sobre los temas más relevantes y estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial, tratando de generar un antes y después. De otro lado, queremos ver qué innovador se ha hecho, qué buenas prácticas existen, y qué temas y tecnologías son relevantes en la responsabilidad social”, manifestó Marco Macías, especialista del Fondo Multilateral de Inversión (Fomin) y encargado de la conferencia CSRAMéricas. En esta edición, la CSRAMéricas mostrará como la combinación entre generación de habilidades en jóvenes y su incorporación a las diferentes cadenas de valores, genera oportunidades de impacto, las mismas que se traducen en empleos, dinamización de la economía entre otras.

“Este año se contará con la importante presencia de mipymes, mostrando como la Responsabilidad Social es un tema de todos y que puede ser aplicado a todo nivel. En el centro de exhibición habrá un espacio reservado para que estas empresas muestren sus buenas prácticas y los logros en este tema”, aseguró.

La temática principal de la conferencia es “Cadenas de valor y habilidades: oportunidades de impacto”, para lo cual se ha programado una serie de sesiones y paneles que ofrecerán diferentes perspectivas.

“Estamos seguros que las empresas y organizaciones reconocen cada día con más claridad que las diferentes prácticas de Responsabilidad Social son una oportunidad”, reveló. La CSRAMéricas servirá como vitrina para exponer los diversos casos de empresas que se han convertido en rentables y sostenibles.

“La CSRAMéricas nos ayudará a discernir interrogantes de gran relevancia, por ejemplo: cómo se puede medir el impacto de una organización. Los expositores invitados nos mostrarán cómo podemos medir este impacto y cómo podemos comunicarlo a nuestros grupos de interés”, subrayó.

“Entre los principales desafíos de la CSRAMéricas para las próximas versiones es que la Responsabilidad Social se asuma como parte de la cultura empresarial y del “ADN” de las organizaciones. Asimismo dejar en claro la diferencia que debe existir entre filantropía empresarial y responsabilidad social empresarial”, concluyó.



Marco Macías, especialista del Fondo Multilateral de Inversión (Fomin) y encargado de la conferencia CSRAMéricas.





CADENA DE VALOR Y ALIANZAS PARA EL DESARROLLO

“Una mayor participación de empresas pequeñas en las cadenas de valor de las grandes empresas es un buen negocio para estas últimas, y naturalmente para el desarrollo de las mismas empresas proveedoras”, reconoció Claudio Cortellese, jefe de la Unidad de Mercados y Capacidades del FOMIN. La inserción de las pequeñas empresas a la cadena de valor de las grandes empresas dependerá de la capacidad de las organizaciones menores de incorporar innovaciones y mantener el nivel de calidad.

Muchos estudios demuestran que la relación con la cadena de valor es uno de los mecanismos más eficientes de transferencia y adaptación de tecnologías para las empresas de menor tamaño. La capacidad competitiva de las empresas puede a veces ser mejor apoyada por sus socios comerciales, siempre que haya un contexto adecuado y exista una red de instituciones, públicas y privadas, que apoyen a las empresas a desarrollar sus actividades. “La especialización productiva facilita la inserción de unidades productivas de diferente tamaño en las cadenas de valor de grandes empresas. Las empresas proveedoras en parte influyen la flexibilidad operativa y el nivel de competitividad que puedan tener las mismas empresas líderes”, enfatizó.

Alianza Público Privada

“Una alianza público-privada para el desarrollo debe aprovechar las fortalezas como factor de competitividad, siempre cuando la empresa reconozca que su operación en el territorio puede integrar objetivos de

desarrollo de otros actores, sin perjudicar su rentabilidad y competitividad, por el contrario facilitándola”, estimó. La alianza entre la empresa privada y el Estado provocará un impacto positivo en la región y traerá beneficios a los actores sociales.

“Para el desarrollo de las APPs debemos considerar la capacidad de las instituciones públicas locales porque si no reduciremos el potencial de desarrollo de estas alianzas. El fortalecimiento de la capacidad de las instituciones es un proceso de mediano plazo pero clave para el desarrollo de las alianzas”, enfatizó.

“Por ejemplo, en la concesionaria ISur, de la carretera entre Cuzco en Perú y Acre en Brasil, la construcción de mejores condiciones de desarrollo productivo para la población que vive en los territorios atravesados por la carretera no termina con las oportunidades logísticas y de transporte. Para que las empresas locales puedan participar en este desarrollo necesitan invertir en el capital humano, generar capacidad de innovación, servicios tecnológicos, mejoras educacionales, entre otros”, remarcó. Las grandes empresas tienen una gran responsabilidad porque son las llamadas de manera conjunta con las entidades gubernamentales a participar en la definición de las prioridades estratégicas, a planificar el desarrollo de los territorios y a contribuir en la efectiva implementación.

“Una visión de desarrollo es un factor de competitividad para la empresa, pero también debe ser visto como beneficio para la región y la población”, finalizó.



Claudio Cortellese, jefe de la Unidad de Mercados y Capacidades del FOMIN.



nas de valor, la organización mejora su desempeño a través de la inclusión de empresas más pequeñas en su cadena de valor; Mujeres en empresas y en cadenas de valor: Negocios con impacto, la participación de las mujeres en los mercados regionales de América Latina, ya sea como empleadas dentro de la empresa o como dueñas de negocios; Banca sustentable: Cómo promover la inclusión financiera, cómo los bancos de la región pueden desarrollar estrategias efectivas de banca sostenible para promover la inclusión financiera; Más allá de la huella de carbono: Apuntando hacia cero, la gestión del carbono en el sector privado, incluyendo las herramientas y metodologías, los incentivos y motivaciones para mejorar el desempeño ambiental y de carbono, y finalmente las implicaciones en sus cadenas de valor.

Otros paneles importantes en esta edición de la CSRAMéricas son: El camino NEO: Oportunidades de empleo para un millón de jóvenes, el papel que juega la empresa privada, las multilaterales y ONGs para mejorar la calidad y cobertura de los programas de empleabilidad de jóvenes; Alianzas para sustentabilidad económica y social, se analizarán las experiencias de diversas organizaciones en el desarrollo de alianzas con proveedores para promover sus agendas de sustentabilidad social y desarrollo económico; y Expandiendo el acceso al agua, a través de la asociación público-privada está trabajando para abordar los desafíos de escasez de agua mediante una mejor planeación y gestión de los sistemas de agua a diferentes niveles en todo el estado y los hogares.

Cabe destacar que para esta edición estarán pre-

sentados destacados ponentes como Julie T. Katzman, vice presidenta ejecutiva del BID; Steven Puig, vice Presidente, Sector Privado del BID; John Murphy, presidente del Latin Center Business Unit de Coca-Cola; Albert Andreu Pinillos, Chief Reputation & Sustainability Officer, de Telefónica España; Bart Houlihan, cofundador, B Lab de Estados Unidos; Delcy Machado Filho, director de Sostenibilidad de Odebrecht, Perú; Liberato Milo, presidente ejecutivo de Nestlé, Ecuador; y Alejandro Palacios, senior vice president Business Development & Performance Management South America de DHL, Estados Unidos.

Durante la CSRAMéricas una delegación peruana participará activamente a través de los paneles así como invitados. El panel “Desafíos del reporte de sustentabilidad: La experiencia latinoamericana” será moderado por Cecilia Rizo Patrón, gerente de Gestión del Conocimiento de Perú 2021, quien estará acompañada por Malena Morales, directora de Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos de Backus; Betina Del Valle Azugna, responsable de RSE del Grupo Sancor Seguros, Argentina; y Elena Perez, coordinadora de las Relaciones de la Red de la Global Reporting Initiative (GRI), Países Bajos.

CSRAMéricas 2012 espera consolidarse como el principal evento difusor de las iniciativas de responsabilidad social que se desarrollan en América Latina y el Caribe y a su vez convertirse en el propulsor del desarrollo equitativo y sostenible de la región mediante el fomento de la riqueza y de la empleabilidad para todos los sectores de la sociedad sobre todo los más deprimidos por la sociedad.





LAS EMPRESAS BUSCAN EMPODERAR A LAS POBLACIONES MÁS EXCLUIDAS E INCLUIRLAS EN SUS CADENAS DE VALOR

Cada vez más son las empresas en la región que implementan modelos de negocio sostenibles e inclusivos. Para Nancy Lee, gerente general del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo, la CSRAméricas se ha convertido en la plataforma regional para conocer y compartir experiencias del empresariado privado que a través de los negocios inclusivos y las alianzas público privadas buscan reducir sosteniblemente la pobreza en la base de la pirámide.

Basándose en la experiencia del FOMIN y en su trabajo con socios corporativos, ¿cómo está evolucionando el concepto de responsabilidad social de las empresas en la región?

La CSRAméricas, desde la primera conferencia al 2012 marca 9 años, hemos visto algunos cambios notables en la forma en que las empresas ven el tema de responsabilidad social. Las empresas están incorporando objetivos sociales, ambientales, y de desarrollo dentro de sus modelos de negocio. Están reconociendo que lo que es bueno para los



Nancy Lee, gerente general del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo



negocios también puede ser bueno para la inclusión económica y viceversa.

Las empresas que necesitan satisfacer rápidamente la creciente demanda de productos básicos producidos por miles de pequeños agricultores (por ejemplo, café, cacao, té, especias, mangos, etc.) saben que sus cadenas de valor pueden reducir la pobreza. Y las compañías que luchan por encontrar trabajadores calificados para empleos básicos saben que los empleados que cumplen con sus necesidades de contratación pueden salir de las poblaciones excluidas que no cuentan con puestos de trabajos formales.

Desde nuestros inicios, hace 18 años el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) promueve el desarrollo del sector privado que beneficia a las poblaciones más pobres y de más bajos ingresos. Somos un laboratorio para las intervenciones de desarrollo que resuelven los problemas de acción colectiva y de capacidades, asumen parte del riesgo inicial, se enfocan en las deficiencias del mercado para así fomentar la actividad privada en la base de la pirámide. Cada vez más empresas recurren a nosotros en busca de ayuda en la creación de estas cadenas de valor inclusivas y sostenibles, organizando y capacitando a pequeños agricultores para ampliar y mejorar la calidad de la producción, dando a micro y pequeñas empresas acceso al financiamiento privado, formando empresarios, incluyendo mujeres, que desean expandir sus negocios o hacerlos ecológicamente sostenibles; formando jóvenes en habilidades necesarias para obtener un empleo.

Por ello, el tema central de la CSRAmericas en Quito, de 21 al 23 de mayo es Cadenas de Valor y Habilidades: Oportunidades para el impacto. Sabemos que el objetivo de muchas empresas en la región es implementar modelos de negocios que sean sostenibles e inclusivos. CSRAmericas es una plataforma que reúne a los mejores y más brillantes en la región y de otras regiones para que podamos aprender unos de otros.

¿Cómo está cambiando la relación del FOMIN con las empresas?

Tanto nosotros como las empresas nos estamos moviendo en la dirección de pensar de forma más estratégica y más regional. Hasta hace poco, se pensaba y actuaba en términos de proyecto por proyecto. Formamos alianzas para responder a las necesidades locales de cada país. Ahora estamos mirando más de cerca las similitudes entre los países en términos de tanto problemas como soluciones. A través de pruebas y el perfeccionar modelos innovadores a través de años de esfuerzo y de muchos proyectos, hemos identificado algunos que funcionan bien en una variedad de circunstancias.

A pesar que nuestros proyectos individuales son pequeños, el mandato del FOMIN es ser un agente de cambio para tener un impacto sistémico. Así que necesitamos construir asociaciones más amplias, capaces de tomar modelos exitosos a escala. Y tenemos que compartir el conocimiento de modelos sólidos en toda la región. Las empresas que operan a nivel multinacional y global nos pueden ayudar a hacer eso, y pueden beneficiarse de nuestro poder de convocatoria y capacidad de apalancamiento de recursos privados y públicos para objetivos compartidos.

Además, las empresas y fundaciones corporativas, incluyendo a Walmart, Coca-Cola, Nike, y Goldman Sachs, están fijando objetivos ambiciosos para empoderar a las poblaciones excluidas e incluirlas en sus cadenas de valor. Estos objetivos se alinean perfectamente con nuestro mandato, y podemos ayudarles a ser exitosos.

¿Cuáles son algunos de los mejores ejemplos hasta ahora de las asociaciones del FOMIN con empresas en el ámbito de la responsabilidad social?

Permítanme mencionar dos ejemplos recientes que ilustran nuestros esfuerzos para construir alianzas más amplias y lograr un impacto sistémico. Uno aborda el problema crítico de la falta de conexión entre las necesidades de los em-





pleadores en cuanto a habilidad y los niveles de calificación de jóvenes de la región. El otro ejemplo está enfocado en algunas de las personas más pobres de la región, recolectores o recicladores informales, y su objetivo es construir un mercado de reciclaje formal con participación, para que puedan aumentar sus ingresos.

Nuestro más reciente esfuerzo es Nuevos Empleos y Oportunidades para la Juventud (NEO) lanzado el 13 de abril en la Cumbre de las Américas en Cartagena. NEO es una iniciativa de múltiples partes interesadas para aumentar y facilitar el acceso al empleo entre los jóvenes pobres y de bajos ingresos. La población joven de América Latina y el Caribe debe jugar un papel importante para impulsar el crecimiento regional. El reto es encontrar modelos de capacitación laboral de costos relativamente bajos que puedan ofrecerle a los jóvenes desempleados y fuera de la escuela las habilidades aplicables en la mayoría de los empleos básicos.

Esta alianza reúne a los principales actores públicos y privados para proporcionar formación juvenil relevante y de alto impacto, y servicios de colocación de empleo a gran escala. El objetivo es capacitar a un millón de jóvenes desfavorecidos en 10 años, alcanzando tasas de colocación laboral de al menos el 50 por ciento para los graduados del programa (de los cuales por lo menos la mitad serán mujeres jóvenes).

A través de NEO, el FOMIN se ha asociado con mundialmente reconocida Fundación Internacional para la Juventud y cinco de los empleadores más grandes de la región: Wal-Mart, Caterpillar, Microsoft, CEMEX, y Arcos Dorados / McDonald's. Estas compañías con gran visión, están comprometidas a ayudar a los gobiernos a desarrollar las estrategias más eficaces para hacer frente al desempleo juvenil. Invitamos a otras empresas a unirse a NEO, para sus propias necesidades de empleo y para el beneficio de la economía regional.

El segundo ejemplo es un programa incluyente en toda la región de reciclaje, la Iniciativa Regional de Reciclaje Inclusivo, puesto en marcha

en el 2011. Esta alianza incluye al FOMIN, la División de Agua y Saneamiento del BID, Coca-Cola y la Fundación Avina, con el apoyo de la Fundación Bill y Melinda Gates. Se están creando los mercados formales de reciclaje y trayendo a recolectores de residuos a estos mercados. La iniciativa ofrece una plataforma de colaboración de las principales partes interesadas de la cadena de valor: empresas de reciclaje de productos de consumo, compañías de transformación de materiales reciclables, y las organizaciones de recicladores. La iniciativa brindará capacitación a los actores principales, mejorará marcos regulatorios, desarrollará cadenas de valor de reciclaje organizadas, y aumentará la oferta de materiales reciclados. Además, se llevarán a escala los modelos exitosos que el FOMIN ha venido aplicando con sus socios en proyectos similares en toda América Latina.

¿En qué tipo de asociaciones se están enfocando en el futuro?

De cara al futuro, estamos abiertos a una amplia gama de asociaciones para servir a las necesidades regionales, pero quisiera destacar tres áreas de interés. En primer lugar buscamos apalancar el interés de empresas en el crecimiento verde y la producción neutra de emisiones de carbono para preservar los recursos naturales únicos de esta región, y encontrar maneras nuevas e innovadoras para proporcionar energía limpia a poblaciones de bajos ingresos.

Para abordar algunos de los vacíos de información en materia de financiamiento verde, nos asociamos con Bloomberg New Energy Finance para lanzar Climatescope, la primera evaluación de su tipo en el entorno de inversión y políticas públicas para el mercado de energía limpia en América Latina y el Caribe que se presentará en la Conferencia Río+20 de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible. Climatescope será una herramienta importante para facilitar la actividad empresarial relacionada con la energía limpia y eficiencia energética. Trabajamos con empresas de telefonía móvil para identificar las formas en que el exceso de energía producida por la tecnología y la infraestructura pueden ser canalizados hacia comunidades pobres y



desconectadas. Asimismo, con Pepsi y Water.org, desarrollamos un modelo de microcrédito a través del cual las comunidades rurales podrán tener acceso al agua potable y saneamiento.

En segundo lugar, queremos unirnos a otros para hacer frente a un tema clave en el crecimiento y desarrollo de la región: las barreras que enfrentan las mujeres empresarias. En particular, sabemos que la mayoría de las mujeres empresarias permanecen atrapadas en el sector de la microempresa informal. El acceso a la financiación es un obstáculo importante en la capacidad de las mujeres para iniciar y hacer crecer a las empresas a nivel PYME.

En Cartagena, Colombia, hemos lanzado Women Entrepreneurship Banking, una asociación entre el FOMIN y el Departamento de Financiamiento Estructurado y Corporativo del BID. El objetivo es incentivar a los bancos y otros intermediarios financieros para poner a prueba los modelos innovadores de préstamo adaptados a las necesidades de las mujeres empresarias.

rias. Dos tipos de incentivos serán ofrecidos – asistencia técnica para transferir conocimiento de los modelos de préstamos efectivos (hasta US\$ 5 millones), y financiamiento en forma de líneas de crédito, instalaciones de distribución de riesgos y garantías parciales de crédito (hasta US\$ 50 millones). Invitamos a instituciones financieras a asociarse con nosotros para hacer inversiones de alto rendimiento en mujeres emprendedoras.

En tercer lugar, queremos aprovechar la experiencia sustancial del FOMIN en la industria de capital de riesgo en América Latina para impulsar la inversión de impacto. Uno de cada 5 dólares invertidos en capital de riesgo en la región proviene del FOMIN. Hoy el FOMIN tiene inversiones en 43 fondos de activos de capital de riesgo en la región. Ahora queremos dar el siguiente paso para alcanzar escala. Estamos explorando el concepto fondo de fondos regional para invertir en la puesta en marcha de empresas en fase inicial con alto potencial de impacto en el desarrollo.

CSRAmericas se ha convertido en el principal evento para la discusión de las prácticas empresariales responsables en América Latina y el Caribe ¿Por qué cree que este evento es tan importante para las empresas y otros que trabajan en áreas relacionadas con la responsabilidad social?

Al igual que nuestras otras conferencias, FOROMIC y PPPAméricas, la gente ve en CSRAmericas, un lugar para aprender y discutir ideas de vanguardia y prácticas en temas responsabilidad social. Somos una institución pública con el mandato de proveer bienes públicos en beneficio del sector privado. Una de las medidas más importantes de nuestra actuación es la calidad, utilidad y pertinencia de los conocimientos que compartimos con los demás. Pasamos mucho tiempo y esfuerzo para encontrar la mejor gente y los temas puntuales más importantes para discutir en estas conferencias. La esperanza es que, al menos en algunos temas, nuestra sabiduría colectiva avance de manera significativa como resultado de estas reuniones. Esperamos verlos en Quito.





Celina Pagani-Tousignant

Presidenta de Normisur International

EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO INTEGRADO: UNA HERRAMIENTA QUE MOVILIZA COLABORADORES Y TRANSFORMA SOCIEDADES

El voluntariado, la actividad que involucra donar tiempo para apoyar una causa social, ha sido parte de la cultura nacional de varios países del mundo. La modalidad de Voluntariado Corporativo (VC) -en empresas- es relativamente nuevo y ya ha adquirido importantes dimensiones dentro de la política de Responsabilidad Empresarial (RSE). El VC está considerado como un componente esencial para la estrategia de relaciones con la comunidad. Muchas empresas han reconocido que para apoyar una causa y crear programas sostenibles de relaciones con la comunidad, deben ir más allá de las donaciones de dinero, productos o servicios. Estas empresas valoran el capital relacional que aportan los colaboradores. Los colaboradores son los embajadores de la empresa, los que interactúan con la comunidad y los que pueden ayudar a crear confianza.

¿Cuáles son las Tendencias del VC en la Actualidad?

El VC es una herramienta de cohesión social que acerca a personas de distintos mundos y está siendo impulsado por empresas internacionales y nacionales en todos los continentes.

El estudio: “El Voluntariado Corporativo en España y Latinoamérica” publicado por Forum Empresa y Fundar en el 2009, muestra diferencias entre las prácticas de VC de empresas españolas y latinoamericanas. Las diferencias se centran en los temas de actuación y quienes se benefician del VC. En América Latina los programas de VC se enfocan en el desarrollo económico de comunidades a través del fortalecimiento de jóvenes con menor educación. En España el VC está orientado al apoyo de los recursos humanos en desventaja como ser ancianos y personas sin empleo.

En el 2011, la Fundación Adecco y el Club de Excelencia en Sostenibilidad presentaron en su estudio: “El Estado del Voluntariado en España” que el VC,

cada vez más, forma parte de la agenda de las empresas. Más de la mitad de las empresas que participaron en el estudio tienen un programa de VC desde hace cinco años.

De acuerdo a “The Community Index 2011”, un estudio publicado por el Boston College Center for Corporate Citizenship, el 67% de las empresas participantes tiene un presupuesto establecido para programas de VC y el 57% maneja programas de VC en la sede corporativa y en las unidades de negocio.

Estos estudios realizados en Estados Unidos, España y Latinoamérica, constatan que el VC ya forma parte de la agenda de las principales organizaciones. En esta era de transparencia total y gran escrutinio hacia las empresas, el VC continúa creciendo y goza cada vez más del apoyo de la gerencia.

¿Quiénes se benefician con el VC?

Con el VC todos ganan, las empresas, los colaboradores y las comunidades. Las empresas se benefician a nivel reputación y a nivel gestión de recursos humanos. Se fomenta el orgullo de pertenencia y mejora el clima laboral lo que se traduce en mayor productividad, retención y atracción de gente. Los colaboradores obtienen habilidades nuevas que les permiten avanzar en la empresa y obtener promociones. Las comunidades reciben talento en áreas técnicas y gerenciales, y aumentan su capacidad de resolver problemas sociales.

TIPOS DE VC: BÁSICO, ESTRATÉGICO E INTEGRADO

Si creemos que el VC puede fortalecer comunidades y elevar sociedades a un nivel más alto, entonces no cualquier VC logrará estos resultados. En las empresas encontramos tres tipos de VC: básico, estratégico e integrado.

El VC básico es la forma en que muchas empresas comienzan el camino del VC. En este tipo de volun-



tariado no existe una estructura formal ya que las actividades son iniciadas por los mismos colaboradores. Las actividades son esporádicas y se realizan después de las horas de trabajo. El VC básico ayuda con la moral de los colaboradores y no le trae beneficios tangibles a la empresa. Las campañas de recolección de comidas o libros, limpieza de parques, etc. son ejemplos de actividades de VC básico. Generalmente el VC básico no se evalúa.

El VC estratégico se basa en un plan estratégico y cuenta con el apoyo de la gerencia. Existe un proceso formal para la identificación de los intereses de los colaboradores, y las necesidades de la comunidad y la empresa. Las actividades voluntarias se enfocan en 2-3 temas de importancia para la comunidad y la empresa, y se realizan durante las horas de trabajo. Un representante de la empresa coordina las actividades de VC. La empresa crea una política de VC y una serie de incentivos para aumentar la participación de los colaboradores.

Verizon tiene un programa de incentivos innovador llamado Volunteer Incentive Program (VIP). Los empleados pueden solicitar una donación de \$500 dólares para una ONG, siempre que previamente hayan donado de su tiempo libre un mínimo de 50 horas por año. El cheque se envía directamente a la ONG. Los colaboradores pueden llenar dos aplicaciones al año por un total de \$1,000 dólares.

El VC integrado va un paso más allá que el VC estratégico o el VC básico. Las empresas que implementan el VC integrado usan la fortaleza del negocio o ADN para involucrarse con la comunidad y crear programas de gran impacto tanto para la sociedad como para la empresa. Este VC integrado involucra a colaboradores provenientes de todos los departamentos de la empresa. Las actividades de VC integrado apoyan directamente los objetivos del negocio y se enfocan en causas sociales utilizando la esencia o ADN de la empresa. Existe un proceso formal para medir el impacto en la empresa y la comunidad.

Nokia comenzó su transformación hacia el VC integrado en el 2002. La empresa quería usar su ADN (conectividad por voz o texto) para apoyar el tema educación en todo el mundo. En esa época muchas empresas donaban computadoras a escuelas ubicadas en países emergentes. Pero las computadoras no se aprovechaban en las zonas pobres donde una escuela consistía en un cuarto con techo de paja y piso

de tierra. Los colaboradores de Nokia se preguntaron cómo ayudar a estas escuelas y después de varios meses de investigación, diseñaron un programa innovador de VC integrado usando su ADN. Las maestras de los países emergentes podían mandar un mensaje de texto desde su celular a un satélite, generando señales para la descarga de materiales educativos a una televisión ubicada en el salón de clase. Los aliados de Nokia, las Naciones Unidas y los ministerios locales de educación, se encargaban de donar las televisiones y los celulares. Los colaboradores locales de Nokia junto con representantes de las empresas de satélites realizaban la implementación técnica de la red.

Nokia desarrolló e implementó una solución sostenible de bajo costo y gran impacto para la educación de niños en zonas pobres de todo el mundo, usando su ADN. El programa permitió que los colaboradores se involucraran usando sus propios conocimientos profesionales. Los colaboradores de Nokia estaban tan motivados con este programa que a pesar de que las actividades de voluntariado se realizaron en horas de trabajo, muchos de ellos usaron su propio tiempo para trabajar horas extra.

EL FUTURO DEL VC

¿Qué sucede en la práctica? A pesar de que existe un porcentaje elevado de empresas que apoya programas de VC, la mayoría no sabe maximizar su ADN como una fuerza para hacer el bien con un VC integrado.

Las empresas que quieren responder a las nuevas necesidades y expectativas de la sociedad, deben cambiar su forma de pensar respecto al VC. Las actividades de VC básico y VC estratégico no responden a las nuevas expectativas de la sociedad. La sociedad quiere que la empresa sea su aliada activa en la resolución de problemas sociales graves y que se involucre con sus habilidades y recursos no monetarios. Las empresas más avanzadas como Nokia han aceptado el desafío y han desarrollado programas de VC alineados a su ADN con el fin de crear cambios en la sociedad y apoyar el negocio.

Como vimos en el caso Nokia, un VC que se diseña usando la fortaleza o ADN del negocio tiene un gran potencial de movilizar colaboradores y transformar sociedades. Es importante que las empresas sepan identificar su ADN para luego combinarlo con el poder de los colaboradores y crear un VC integrado de gran impacto.





Juan José Román

Coordinador Senior de Proyectos
Aprenda Instituto de la Microempresa, Grupo ACP

PROVEEDORES ¿LOCALES?

Últimamente una de las razones más repetidas en los medios para argumentar que la empresa minera sí genera beneficios directos en su área de influencia directa es aquella que reza que a través de la contratación de “proveedores locales” la minería dinamiza las economías regionales y genera oportunidades para clústers como el metalmeccánico que incluso ya está exportando.

A este argumento no le falta certeza; sin embargo, considero que hay algunos aspectos que podrían precisarse para entender mejor el tema de los “proveedores locales”. Como punto de partida hay que entender que existen varios tipos de empresas que le brindan bienes y servicios a la minería con fortalezas y retos muy distintos. Cerca a casi todas las operaciones mineras tenemos a las empresas comunales, algunas de ellas fruto de los convenios marco suscritos con las comunidades de acogida. Éstas se dedican a actividades agrícolas y ganaderas y, cada vez con mayor frecuencia, a ser proveedores de servicios básicos para la empresa minera tales como lavandería, alquiler de camionetas y provisión de alimentos. Muy distintas a las primeras encontramos a pequeños negocios locales ubicados en ciudades cercanas a la operación y enfocadas principalmente en el comercio y los servicios. Finalmente, medianas empresas regionales relacionadas principalmente al sector construcción.

Ser proveedor de una empresa de un sector tan regulado y observado como el minero no hace las cosas muy sencillas para el empresario regional y aun menos para el comunero emprendedor. Hay aspectos elementales que aun no son cubiertos por varias empresas proveedoras locales: La calidad de bienes y servicios, una buena atención hacia la empresa minera y un orden contable básico del negocio. Estos retos, aparentemente ajenos al cliente minero, son uno de los principales dolores de cabeza de los ejecutivos que trabajan con proveedores locales. Por un lado, se tienen que exigir estándares mínimos de servicio pero por otro no

se pueden poner en riesgo las relaciones con la comunidad. Si a esto le añadimos el que muchas de estas empresas locales son monocliente y dependen de lo que la operación minera decida para seguir existiendo o declararse en quiebra, el riesgo es mayor.

Por otro lado, durante los últimos años los proveedores locales también se han profesionalizado. Algunas veces por iniciativa propia y otras muchas por exigencia de la empresa minera. Temas como la Seguridad y Salud Ocupacional, contar con certificaciones o pasar por un proceso de homologación e incluso comenzar a gestionar su responsabilidad social y ambiental son los tres principales temas que he visto repetirse en varias regiones.

Las empresas mineras, por su parte, se toman cada vez más en serio el desarrollo de sus proveedores locales. Y este tema lo han abordado con mayor interés las áreas de compras y logística. Algunas cuentan con políticas globales de compras locales y experiencia de más de 20 años promoviendo el desarrollo de sus proveedores e inclusive alentando la creación de nuevos negocios. Otras mineras vienen desarrollando proyectos para el desarrollo de las habilidades de negociación, liderazgo y gestión de los propietarios de las empresas proveedoras. Finalmente algunas han creado premios para reconocer a sus mejores socios comerciales.

En síntesis, al hablar de los proveedores locales como la mejor muestra de que la minería genera desarrollo directo en su zona de influencia hay que entender que este beneficio supone también una gran responsabilidad. Porque cuando leo que una empresa minera anuncia que ha invertido cientos de millones de soles en compras locales me pregunto si es que se preocupó por comprarle al emprendedor de la comunidad, al empresario de la micro o pequeña empresa local o si es que gran parte de esos millones fueron a medianas y grandes empresas constituidas ad-hoc en el área de influencia para licitar nada desestimables contratos.



Pacífico ofrece Innovador Seguro Ecológico de Autos

Asegura tu auto y a la vez ayudas a proteger la Biodiversidad de la Reserva Nacional Tambopata.



Otra fuente importante en la emisión de GEI es la deforestación y degradación forestal, al respecto David Sættone, Gerente General de Pacífico Seguros, explicó: "Elegimos proteger la Reserva Nacional Tambopata y el Parque Nacional Bahuaja Sonene porque son dos de los ecosistemas con más altos índices de biodiversidad en el mundo. Los bosques son almacenes

Pacífico es una empresa Carbono Neutral; esto quiere decir que la compañía neutralizó sus emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) y hoy el impacto neto de su operación en el medio ambiente es igual a CERO.

El cambio climático se genera a causa de las emisiones de Gases Efecto Invernadero, entre los que principalmente se encuentran el Dióxido de Carbono (CO₂); estos gases son producidos por las diferentes actividades humanas como el uso del transporte. Por ejemplo, un automóvil liviano puede producir, en promedio, entre 2 y 3 toneladas de CO₂ por año; si bien esto dependerá de muchos factores como la marca, tecnología, años de uso, etc. está comprobado que la combustión por hidrocarburos de automóviles es generador de emisiones de GEI.

deforestación, es una manera muy efectiva de combatir el calentamiento global".



Por ello y continuando con su iniciativa ecológica, Pacífico Seguros ha desarrollado el primer Seguro Ecológico de Autos del mercado, ofreciendo a sus clientes la opción de asegurar su vehículo y a la vez brindarles la oportunidad de contribuir con el cuidado del medio ambiente.

El Seguro Ecológico de Autos es un producto que cuenta con las mismas coberturas y beneficios que el seguro tradicional "Todo Riesgo" de Pacífico, con la característica de que una parte del monto

de la utilidad que genera la póliza, será destinada a proteger la Reserva Nacional Tambopata y el Parque Nacional Bahuaja Sonene, sin generar un cargo económico adicional al cliente. Adquiriendo este seguro a través de los canales directos www.pacificoseguros.com o con una sola llamada al 513-5000 aseguras tu auto por el mismo precio de un seguro convencional y contribuyes a proteger la biodiversidad de estas dos importantes áreas naturales.



Con este nuevo producto Pacífico invita a sus clientes a que formen parte del proyecto que busca generar negocios alternativos para las comunidades de la

zona, así como preservar estos ecosistemas; lo que equivale a resguardar un área de 5,000 hectáreas que albergan más de 1,200 especies de mariposas, 180 de peces y 169 especies de mamíferos, además de otras especies en peligro de extinción como el lagarto negro, la nutria gigante, el águila y una gran variedad de papagayos, entre otros.

Si quieres conocer más ingresa a: <http://site.pacificoseguros.com/carbononeutral/>



pacífico
seguros



“CON IIRSA INTEGRAMOS EL PAÍS CON UNA VISIÓN DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD REGIONAL”

Hace más de 6 años, Odebrecht, empresa concesionaria de las carreteras IIRSA Norte e Interoceánica Sur, tramos 2 y 3, asumió el reto de construir estos dos grandes proyectos de infraestructura. Para Ronny Loor, Director de las Concesionarias IIRSA Norte, IIRSA Sur Tramos 2 y 3, la carretera se transforma en un instrumento para la integración y competitividad regional. A partir de las mejoras en la infraestructura, estas carreteras han creado un sinnúmero de puestos de trabajo y nuevas oportunidades de inversión en sus zonas de influencia.

Hace poco la IIRSA SUR ha recibido el Premio 2011 IRF Global Road Achievement Award, ¿cree usted que este reconocimiento se debe a la visión de desarrollo que han tenido desde el inicio de operaciones hasta la fecha?

La entrega del Global Road Achievement Awards 2011, por parte de la International Road Federation (IRF), es un reconocimiento externo muy importante para el equipo humano que no solo hizo realidad de forma satisfactoria el sueño de nuestro Cliente (Ministerio de Transporte y Comunicaciones), la construcción y operación de la carretera IIRSA Sur en sus Tramos 2 y 3 permitiendo el inicio de la integración regional entre Perú y Brasil, sino que a través de la iniciativa iSur (alianza estratégica entre Odebrecht, Concesionaria Interoceánica Sur Tramos 2 y 3 (IIRSA SUR), CONIRSA, Conservación Internacional y Fundación ProNaturaleza), también logró aunar esfuerzos de forma armónica con organizaciones, instituciones, municipios, gobiernos regionales y comunidades, con el objetivo principal de contribuir con el desarrollo sostenible y la conservación en la zona de influencia de la carretera, favoreciendo hasta el momento a más de 2500 familias.

La Iniciativa Interoceánica Sur (iSur) fomenta iniciativas locales para la generación de trabajo, impulsan la conservación de ecosistemas a través de actividades productivas sostenibles, y promueve la participación local que contribuye a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales, ¿el turismo sostenible es la actividad llamada a generar el desarrollo en la zona de influencia de IIRSA SUR?

A lo largo de la región de influencia de los Tramos 2 y 3 de la carretera IIRSA Sur se encuentran varias comunidades con una realidad socioeconómica com-

pleja, lo cual contrasta con la riqueza del territorio y sus hermosos paisajes. La carretera atraviesa el “hot spot” Andes Tropicales, la región más biodiversa de la Tierra, sobre la que se ubica el Corredor de Conservación Vilcabamba-Amboró, esta situación incentiva de manera natural a compartirla con los turistas, siempre de una forma auto-sostenible. Con esta visión, dicha actividad se convierte en un proyecto rentable que contribuye con la mejora de la calidad de vida de las comunidades que la implemente.

Es así que la iniciativa iSur, como parte de su alcance, elaboró e implementó programas dirigidos a fortalecer las capacidades locales para la gestión turística en un



Ronny Loor, Director de las Concesionarias IIRSA Norte, IIRSA Sur.



IIRSA Sur: Iniciativa por la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana - Perú

marco de gobernanza y conservación. El desarrollo de cadenas productivas compatibles con el potencial de la zona, la demanda local y con las perspectivas de sostenibilidad, representan una oportunidad para el desarrollo de estas comunidades, tales como redes productoras de cuyes, alpacas, entre otros, así también como la comercialización de artesanías, flores, follajes y frutos tropicales.

La construcción de IIRSA SUR ha generado beneficios económicos por más de US\$ 3,000 millones en la generación de empleos formales así como empleos indirectos, ¿qué otros beneficios traerá en el corto, mediano y largo plazo?

Durante la construcción de los Tramos 2 y 3 de la carretera Interoceánica Sur se generaron más de 7,000 puestos de empleos directos. Actualmente, durante la fase de explotación continuamos generando más puestos de trabajo por los siguientes 19 años de concesión.

Uno de los beneficios inmediatos ha sido la reducción en tiempos de viaje, con lo cual, los costos operativos vehiculares y de carga se reducen y como consecuencia un menor costo de los productos, lo que mejora la capacidad de compra. Así también, los servicios de conservación de la infraestructura, disponibilidad de maquinaria para transitabilidad, apoyo mecánico, entre otros, dan al usuario una condición más cómoda para transitar por la carretera.

Se crean nuevos puestos de trabajo y nuevas oportunidades de inversión, originados por los nuevos negocios desarrollados en la región a partir de las mejoras en la infraestructura.

El mayor y más rápido acceso a los productos y servicios básicos, como medicamentos, alimentos, material educativo, asistencia médica, transporte público, en-

tre otros, ha elevado el bienestar de las generaciones presentes y futuras, promoviendo el desarrollo humano. Todo esto, genera la integración, competitividad y desarrollo regional del sur de Perú y de Sudamérica.

El ministro del Ambiente, Manuel Pulgar Vidal, ha resaltado la labor de la empresa privada en promover las Áreas de Conservación Privada (ACP), ¿cree usted que esta pueda ser una vía para conservar las áreas naturales que rodean nuestro país?

La conservación de los recursos naturales no solo debe ser parte de la agenda del sector privado, sino de todos, sector público y la sociedad en general, toda forma de incentivar la divulgación y la práctica correcta de acciones en favor de la conservación medioambiental, seguramente aportará de forma positiva al desarrollo del país. Estamos convencidos que el Perú está en condiciones de optar por un desarrollo sostenible, que incluya personas pero que también preserve su riqueza natural.

Con el Eje Multimodal Amazonas Norte se abre una nueva etapa para nuestro país porque se potenciará el comercio exterior con Brasil, ¿este eje puede convertirse en un polo de desarrollo no tanto solo para el comercio de bienes sino de servicios?

IIRSA es una iniciativa de doce países suramericanos, que tiene por objeto promover el desarrollo de la infraestructura de transporte, energía y comunicaciones, con una visión regional. Bajo este principio, la Carretera IIRSA Norte une el puerto marítimo de Paita con el puerto fluvial de Yurimaguas, atravesando las regiones de Piura, Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, San Martín y Loreto; posibilitando así la interconexión fluvial del Norte Peruano con el Brasil.

En la perspectiva de contribuir al desarrollo del país, la carretera se transforma en un instrumento para la integración y competitividad regional sudamericana a partir





de mejoras en la logística de acceso a las hidrovías del Huallaga, el Marañón y sus respectivos puertos.

IIRSA NORTE construye más que una carretera construye un Perú mejor a través de los programas de responsabilidad social enfocados en la educación de niños y niñas, ¿hasta la fecha cuanto se ha avanzado con respecto a la comprensión lectora, promover una cultura de seguridad vial y en el cuidado del medio ambiente?

En alianza con la Biblioteca Nacional del Perú, Ministerio de Educación y la Universidad de Piura se implementaron, entre otros, los programas de “Biblioteca Móvil” y “A Leer” por medio de los cuales se logró mejorar la capacidad de lectura y comprensión de textos al 85% de los estudiantes que participó del programa, así mismo todos los participantes desarrollaron destrezas y habilidades lectoras, datos según la evaluación desarrollada por la Universidad de Piura.

Como parte del programa “A Leer” se elaboraron y distribuyeron 24 textos inéditos cuyo contenido estaba dirigido especialmente a la seguridad vial y conocer los beneficios y cuidados de la carretera, así también abordan temas de salud y conservación del medio ambiente. Adicionalmente, se desarrollan charlas y campañas de Seguridad Vial en diferentes centros educativos apostados en las comunidades a lo largo de la carretera, llegando con el mensaje a más de 5,500 personas, entre estudiantes, docentes y padres de familia.

Tanto la carretera Interoceánica Sur como la IIRSA NORTE vienen a ser un instrumento para generar crecimiento económico e integrar a los pueblos más alejados de nuestro país, ¿creen ustedes que han cumplido su cometido de unir al país y crear desarrollo y bienestar en cada uno de los pueblos de sus zonas de influencia?

Hace más de 6 años, bajo una modalidad pionera conjuntamente con el Estado Peruano, asumimos el desafío de construir, rehabilitar, conservar y explotar el Eje Multimodal Norte y la Interoceánica Sur Tramos 2



y 3. Hoy, estas obras están concluidas y continuamos nuestro compromiso con la fase de explotación de dicha infraestructura brindando, en representación del Estado Peruano, servicios diferenciados a los usuarios de nuestras carreteras concesionadas.

La filosofía de nuestra organización siempre nos invita a ver proyectos de esa magnitud de manera integral, es decir, tanto en sus aspectos de construcción y operación como la contribución para la mejora de la calidad de vida en las poblaciones locales. Pasados estos años, creemos que hemos cumplido con demostrar que grandes proyectos de infraestructura deben estar acompañados de soluciones socio ambientales integrales que puedan aprovechar dicha infraestructura de manera adecuada.

¿Cuál diría usted que son los desafíos de la IIRSA SUR así como de la IIRSA NORTE?

Nuestros desafíos son la mejora permanente de los servicios que se brindan a los usuarios de nuestras carreteras concesionadas y la continuación de la promoción de la integración de las regiones, siempre en armonía con las comunidades y el medio ambiente. La dinámica económica relacionada a estos proyectos ya indican que la infraestructura tiene su “vida propia” pero, más que carreteras, son concesiones que tendrán su vida acompañada por una operación y mantenimiento de primer nivel por los próximos años y eso es un gran diferencial, principalmente cuando la organización responsable por este trabajo está realmente comprometida con el desarrollo sostenible de su entorno.





ARAMARK: UNA ESCUELA DE FÚTBOL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

Con el fin de desarrollar iniciativas innovadoras en responsabilidad social, ARAMARK, empresa especializada en Alimentación y Multiservicios para campamentos mineros, ha creado la Escuela de Fútbol ARAMARK con el firme propósito de fomentar el deporte en las zonas más vulnerables de Cajamarca. Este proyecto ha sido posible gracias a la alianza estratégica con la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

En el departamento de Cajamarca, ARAMARK ha implementado uno de los más grandes bastiones del deporte a través de la creación de la Escuela de Fútbol ARAMARK, iniciativa que desde el 2010, contribuye positivamente en la población infantil de las comunidades más vulnerables permitiendo la socialización de los participantes en el intercambio de experiencias y la sana competencia deportiva en un entorno educativo dirigido por profesionales de alto nivel. Mediante esta escuela, ARAMARK cumple uno de sus objetivos de responsabilidad social, fomentando permanentemente en los niños la importancia de sobresalir tanto en los estudios escolares como en el deporte. Hasta la fecha, la Escuela de Fútbol ARAMARK ha beneficiado a más de 225 niños de la zona urbana y rural de Cajamarca.



CON LA MISMA PASIÓN QUE TE SERVIMOS NOS COMPROMETEMOS CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



Somos una empresa especializada en atender las necesidades de nuestros clientes y sus trabajadores, mejorando su calidad de vida y el entorno donde operamos.

Hotelería ▪ Lavandería ▪ Mantenimiento ▪ Alimentación ▪ Limpieza ▪ Recreación

Lima:

Av. Santa Cruz N°300 San Isidro
Teléfonos: (511) 422-8411 / 422-8412 / 422-8413
Email: comercial@aramark.com.pe

Cajamarca:

Jr. Sor Manuela Gil N° G-11
Urb. La Alameda, Cajamarca - Perú
Teléfono: (5176) 340-764

Una empresa de Aramark Corporation - Philadelphia EEUU
www.aramark.com.pe



Pasión por servirte!



Luis Perez Egaña Loli; Coordinador Socio Ambiental, Alejandra Leon Alva, Joven Profesional en Responsabilidad Social, César Sanchez Gamarra, Jefe SAS, Silvana Ricalde Lizarzaburu, Analista en Responsabilidad Social en la Expoferia

RED DE ENERGÍA DEL PERÚ: MUCHO MÁS QUE TRANSMITIR ENERGÍA ELÉCTRICA

Red de Energía del Perú (REP) forma parte del grupo empresarial ISA, el mayor transportador internacional de energía de América Latina, con más de 38 mil kilómetros de líneas de alta tensión en operación. Este grupo latinoamericano tiene presencia en Colombia, Brasil, Perú, Chile, Bolivia, Ecuador, Argentina, Panamá y América Central.

REP transporta energía eléctrica en alta y muy alta tensión desde centrales de generación eléctrica que se ubican a lo largo de todo el país, entregándola

a las empresas de distribución y a clientes libres. Brinda este servicio de manera ininterrumpida, dando al país la energía que requiere para impulsar su desarrollo. Para realizar este servicio cuenta con un equipo humano experimentado y altamente capacitado.

Además de hacer bien su trabajo, la empresa cuenta con un equipo socio ambiental, conformado por Luis Perez – Egaña, Silvana Ricalde, Alejandra León y Marcos Mejía, profesionales responsables de gestionar el óptimo relacionamiento con más de 400



comunidades y llegar a cada una de ellas llevando un mensaje de prevención, sobre cómo convivir en armonía con las líneas de alta tensión. La empresa se ocupa permanentemente de dar estos mensajes, aminorando así riesgos de accidentes de terceros.

En la actualidad REP ha implementado alrededor de 30 huertos bajo las líneas de alta tensión y en sus alrededores, con el propósito de preservar la intangibilidad de estos territorios que no deben tener ninguna construcción, según el Código Nacional de Electricidad y la Ley de Concesiones Eléctricas.

La empresa implementa los “Huertos en línea” con una inversión propia, así como la de la Cooperación Técnica Internacional, el Fondo de las Américas y el Gobierno Peruano a través de los programas del Ministerio de Trabajo y Agricultura: Perú Responsable y Agro Rural, respectivamente.

Los huertos son operados por las comunidades aledañas a las líneas de alta tensión y estos les generan renta, ya que sus cultivos sirven para el autoconsumo así como una venta en ferias, comedores populares y en el huerto mismo.

Ya existe una Red de Agricultores urbanos y diferentes programas municipales en torno a los huertos, especialmente en las municipalidades de Lima, de San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo.

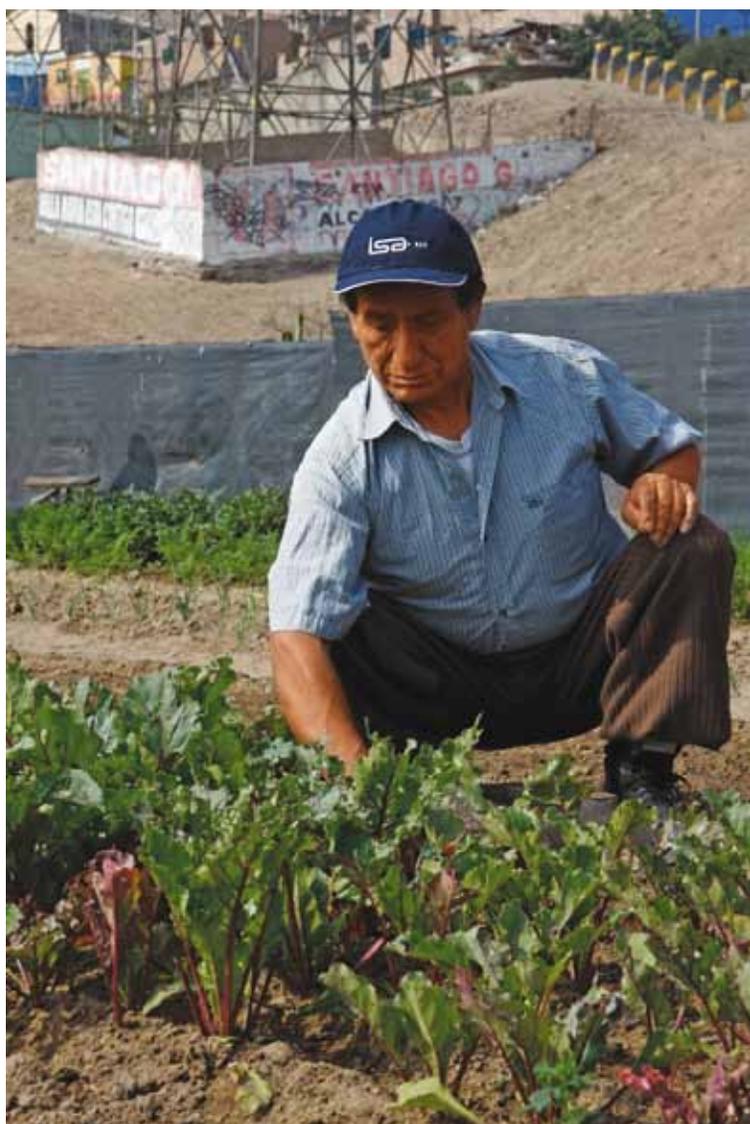
Los huertos pueden generar en algunos casos hasta S/50 soles mensuales por agricultor urbano y han logrado insertar a muchas personas que estaban desocupadas a un nuevo mercado emergente.

Con el mismo proyecto, muchos colegios de la sierra peruana ya cuentan con invernaderos y los niños futuros agricultores pueden aprender voluntariamente al manejo de técnicas agrícolas.

La empresa ha obtenido múltiples premios con este proyecto. Sin embargo, lo que más le satisface es ver a sus vecinos entusiastas y a la espera de hacer trabajos juntos, sin duda esto es responsabilidad social y hemos podido comprobar que Red de Energía del Perú hace un trabajo que contribuye con el desarrollo del país.



Agricultores de la Zona Sur de Lima- V.M.T, en torres de alta tensión



Julio Ccotarma, agricultor urbano de el Sur de Lima





ODEBRECHT: OBRAS QUE CONSTRUYEN RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL PERÚ

Odebrecht una empresa sólida que dentro de sus operaciones ejecutadas en el Perú, aplica toda una filosofía empresarial que los acompaña desde su fundación. La experiencia adquirida durante décadas le permite innovar en metodologías que al ser puestas en marcha dan como resultado el beneficio de las poblaciones aledañas a sus poblaciones, cumpliendo asimismo con sus políticas de responsabilidad social. Entrevistamos a Delcy Machado Filho, Director del Área de Sostenibilidad de Odebrecht Perú.

Durante muchos años Odebrecht estuvo presente en las obras de mayor envergadura en el Perú. ¿Cómo la empresa ha contribuido con la responsabilidad social en nuestro país?



El Perú, en el año 1979, fue el primer país donde la organización Odebrecht inició sus operaciones fuera de Brasil, presentes de forma ininterrumpida, incluso en un contexto sociopolítico y económico difícil para el país. Hoy con 33 años de actuación en costa, sierra y selva, Odebrecht ha participado en las principales obras de infraestructura para el desarrollo social y económico del país.

Nuestra visión de sostenibilidad, implica una actuación socialmente responsable basada en la Tecnología Empresarial Odebrecht (TEO), filosofía empresarial sistematizada en libros y artículos escritos por nuestro fundador Dr. Norberto Odebrecht y practicada día a día por nuestros integrantes en más de 20 países de actuación. Esa filosofía nos alienta a potenciar los resultados positivos de un proyecto para todos los actores involucrados en su ejecución. La Educación fue uno de los ejes que nos motivó a trabajar en proyectos como Charcani V, Interoceánicas Sur y Norte, Puerto de Melchorita, entre otros. Asimismo, el desarrollo de proyectos productivos con modelos de gestión exitosos como Chavimochic, Olmos y a través de la Iniciativa Interoceánica Sur, en Cusco y Madre de Dios (www.isur.org.pe). Cooperamos con la conservación del potencial natural del territorio en proyectos ejecutados conjuntamente con gobiernos regionales, locales y ONG's en las zonas de selva y ceja de selva.

En Madre de Dios, hemos logrado consolidar el turismo de naturaleza en pequeños emprendimientos rurales de Tambopata. Apoyamos en el otorgamiento de las primeras seis áreas de Conservación Privada (ACP). Nos orientamos a buscar sostenibilidad social, económica, ambiental, cultural y política y eso nos lleva a trabajar armónicamente con todos nuestros stakeholders. Nuestra visión de responsabilidad social se centra en el cumplimiento de nuestro rol en la sociedad contribuyendo significativamente desde nuestra actuación empresarial con el desarrollo del país. Creemos que ser socialmente responsable hace parte del proceso de construcción de ciudadanía y sabemos que nuestra sociedad requiere de la actuación de distintos actores para alcanzar la dinámica sostenida que todos deseamos.

Para la ejecución de una auténtica política de responsabilidad social la empresa debe partir de sí misma. ¿Cómo Odebrecht logra este aspecto?

A través de la práctica de nuestra cultura empresarial viva (TEO), tenemos total convicción de las acciones que nos llevan a buscar oportunidades para nuestros actores



de interés, en las zonas donde desarrollamos nuestros proyectos. La empresa Odebrecht, fundada en 1944, de un “acuerdo social” entre diversos actores conformado por la sociedad civil, accionistas y los clientes, quienes consideran la necesidad de ampliar y maximizar los resultados de sus inversiones, no sólo para el accionista o para el cliente, también para toda su cadena de valor. Con esa convicción presente en todos nuestros proyectos, organizamos los recursos humanos, tecnológicos y económicos para poner atención a las expectativas de los actores involucrados. Una empresa debe tener clara su percepción del entorno y su deseo de incluirlo en un proceso de crecimiento económico, social y ambiental.

Durante muchos años se creyó que el asistencialismo era la forma eficiente de responsabilidad social originando el fracaso de muchos proyectos sociales. ¿Qué tipo de proyectos sostenibles ejecuta Odebrecht?

Hay distintas necesidades en las zonas rurales y urbanas en las cuales trabajamos. Para que el desarrollo sea sostenible e inclusivo, las necesidades más básicas de la población local deben estar atendidas. Así, evaluamos socioeconómicamente las zonas de actuación, definimos los programas sociales construidos participativamente con la población local, sobre la base de la vocación y potencialidades territoriales.

Priorizamos la generación de trabajo, en la renta sostenible para que las familias tengan mejores capacidades de inversión y mejoren su calidad de vida. Adicionalmente, actuamos para articular las demandas locales con las funciones del Estado, promoviendo que la implementación de sus programas sociales que puedan crear una base adecuada que sirva para la construcción de dinámicas sociales sostenibles. No deseamos reemplazar el rol del Estado, pero contribuir de manera eficiente en su actuación.

En los tramos 2 y 3 de la Interoceánica Sur, en los departamentos de Cusco y Madre de Dios, trabajamos una iniciativa conjunta con gobiernos locales, ejecutando proyectos de desarrollo del entorno, enmarcados en el fortalecimiento de la gobernabilidad local, el desarrollo productivo y la conservación de los recursos naturales. Esta estrategia de intervención, lejos de ser asistencialista, requiere de la participación y compromiso a largo plazo de todos los actores presentes en el territorio.

¿Que representa para Odebrecht la construcción de la Interoceánica Sur en nuestro país?

Representa una importante y acertada alianza entre las fuerzas de los inversionistas privados, el Estado y la población local, para hacer realidad una necesidad de

décadas, sin la cual, muchas comunidades aún estarían viviendo en situación de extrema pobreza, ocasionada por la ausencia del Estado y la exclusión en los procesos de desarrollo.

La carretera, antes de la firma y ejecución del contrato de concesión y construcción, era una trocha carrozable, sin las mínimas condiciones que hoy permiten la provisión de servicios adecuados a la población y y la conexión de una Capital Regional a todo el país. Este antiguo contexto condenó esa zona a retrasos en su desarrollo económico, facilitando la proliferación de actividades ilegales, como la extracción de madera y oro de manera informal e ilícita. La carretera será operada, harán trabajos de mantenimiento por 25 años más y será la oportunidad de cambiar esa realidad.

Los beneficios inmediatos ya se notan mediante el acceso a salud, educación y saneamiento básico de esas poblaciones aledañas. Los beneficios económicos de mayor envergadura vendrán con la promoción de actividades sostenibles. Además del importante reemplazo de actividades ilícitas por otras que cuenten con la supervisión del Estado, que sean formales. Un proyecto de grandes proporciones como la Interoceánica Sur necesita que todos los actores se involucren en la búsqueda de una dinámica territorial sostenible.

¿Podemos afirmar que Odebrecht inicio la corriente de los negocios Inclusivos? ¿Existe un cálculo de cuantas poblaciones son los beneficiarios directos con la interoceánica?

Se puede afirmar, con toda la seguridad, que estamos haciendo nuestros más grandes esfuerzos para que nuestros proyectos contribuyan con la sostenibilidad del país, en una real alianza con los actores involucrados. El desarrollo sostenible a través de los negocios inclusivos necesita metodologías que fueron objeto de investigación y práctica de muchas organizaciones durante la historia reciente de la responsabilidad social.

Nosotros queremos aprovechar y sobre todo diseminar este conocimiento generado, dentro y fuera de nuestra organización, para ser cada vez más eficientes y eficaces en la promoción del desarrollo inclusivo. Creemos en una empresa sólida y en un Perú sólido, y para ello hemos aplicado todo la filosofía empresarial que nos acompaña desde hace décadas. También hemos aprendido de la experiencia que nos lleva a innovar en metodologías que al ser puestas en práctica dan como resultado el beneficio de más de 12, 500 personas y 36 organizaciones entre las que se encuentran comunidades campesinas y nativas así como también asociaciones de productores a lo largo de los tramos 2 y 3 de la Interoceánica Sur.





PREMIO “CONECTARSE PARA CRECER” RECONOCIÓ A LA DIVISIÓN POLICIAL DE ACOMAYO POR EL DESARROLLO DE LAS TICS EN BENEFICIO DE LAS ZONAS RURALES DE CUSCO

En el marco del premio “ConectaRSE para crecer”, Telefónica reconoció el pasado 20 de marzo en la ciudad del Cusco a la División PNP Acomayo en Cusco, ganadores del tercer lugar en la categoría “Gran Premio”, por su proyecto de capacitación en el uso de las TICs para mejorar el desarrollo rural de las comunidades rurales y la gestión de los efectivos policiales de las comisarías de Acomayo, Acopía, Pomacanchi y Sagarará. La iniciativa presentada por el Comandante Wilbert Callapiña Durand fue elegida entre 74 iniciativas, como la tercera mejor propuesta.

La ceremonia de premiación contó con la asistencia de distinguidas autoridades locales, líderes de opinión, representantes de organizaciones civiles, y directivos de Telefónica. Alvaro Valdez Fernández-Baca, director de Comunicación, Imagen y Responsabilidad Corporativa de Telefónica, entregó a la mencionada institución la suma de S/. 10,000 en equipos de cómputo portátiles que buscará garantizar la sostenibilidad de esta iniciativa que se desarrolla a partir de Willay. El programa Willay opera en Cusco, Cajamarca y Lima, y busca apoyar la gobernabilidad democrática local, la descentralización y fortalecer la gestión de entidades públicas locales de educación, salud y gobiernos municipales en zonas rurales del Perú.

“Me satisface enormemente haber llegado a Cusco para entregar personalmente este premio que busca reconocer iniciativas como las de la División Policial de Acomayo, que muestran como las TICs son una importante herramienta que permite acelerar el desarrollo de los pueblos, potenciar las habilidades y el talento de los emprendedores rurales, dándoles la posibilidad de implementar nuevos negocios y tomar decisiones más informadas, para mejorar sus

condiciones de vida y las de su entorno”, aseguró Valdez Fernández-Baca.

Por su parte, Wilbert Callapiña, tras agradecer este reconocimiento en nombre de su institución, recordó que esta experiencia refleja claramente las ventajas que ofrecen los servicios de telecomunicaciones, más aún en lugares apartados como es el caso de Acomayo, y la forma en que facilitan el trabajo diario en los establecimientos policiales de las zonas rurales “, puntualizó.

La segunda edición de “ConectaRSE para Crecer” se inicia el 20 de marzo y recibirá postulaciones hasta el 20 de agosto. ConectaRSE para Crecer busca identificar y reconocer las mejores iniciativas en telecomunicaciones desarrolladas en zonas rurales del país, que hayan tenido impacto social y económico en sus comunidades, y además busca convertirse en una plataforma que genere el intercambio de información y experiencias sobre el uso de las telecomunicaciones en zonas rurales. Actualmente se vienen desarrollando una serie de talleres en distintas partes del Perú, con el fin de replicar las experiencias más exitosas identificadas durante el proceso del premio y propiciar nuevos espacios de aprendizaje y debate que impulsen más programas y proyectos de desarrollo rural a partir de las TIC. Para mayor información, ingresar a la página web: www.telefonica.com.pe/rc/conectarseparacrecer.

De esta manera, Telefónica ratifica su compromiso con la construcción de una sociedad más justa e inclusiva, donde el uso efectivo de las telecomunicaciones promueva la innovación y el emprendimiento, y donde el crecimiento social y económico se consolide de manera sostenible.



DESNUTRICIÓN CRÓNICA DISMINUYE 11% EN EL DISTRITO DE PATAZ

En el cuarto y último año de intervención del proyecto “Salud y Nutrición en Comunidades del Distrito de Pataz, Región La Libertad”, se logró que los índices de desnutrición crónica, en niños menores de tres años, disminuyan de 25%, según línea de base levantada en enero del 2008, a 14% evaluación final marzo 2012.

Asimismo, el 94% de familias, con niños menores de tres años, cuentan con viviendas saludables; 9 centros educativos del nivel primario y La Municipalidad Distrital fueron acreditados como entidades promotoras de la salud por el Ministerio del sector.

El proyecto abarca 14 anexos del distrito de Pataz con la inversión de S/. 1'078,108.00, provenientes del Aporte Minero Voluntario de Solidaridad con el Pueblo y de donaciones ordinarias de Compañía Minera Poderosa, administrados por Asociación Pataz y ejecutado por Cáritas del Perú en coordinación con la Gerencia Regional de Salud de La Libertad y la Municipalidad Distrital de Pataz, desde diciembre del año 2007 hasta marzo del 2012.

Los importantes resultados alcanzados se obtuvieron gracias al trabajo conjunto de los entes involucrados y

el empeño de las familias beneficiadas, quienes internalizaron el mensaje de obtener una mejor calidad de vida promoviendo la buena salud y la nutrición de los niños, resaltó Eva Arias de Sologuren, Presidenta del Directorio de Compañía Minera Poderosa.



**IMPULSAMOS
EL DESARROLLO
PRODUCTIVO
CONJUNTO**

En Poderosa combinamos nuestra actividad extractiva con el desarrollo económico y social de la comunidad.

En alianza con los gobiernos locales realizamos actividades de fortalecimiento de la salud y nutrición así como proyectos de mejora de la infraestructura en nuestras poblaciones vecinas. Además, impulsamos el progreso de otras actividades económicas que benefician a la región.

Por eso estamos orgullosos de lo que hacemos.
Orgullosos de ser mineros.


PODEROSA



ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA CLASIFICAN A LA SEGUNDA FASE DE DESAFÍO INTEL

Intel promueve el emprendimiento en los jóvenes universitarios y busca alternativas que ayuden a pensar y actuar diferente para desarrollar una cultura emprendedora en beneficio de su desarrollo. Desafío Intel responde a la visión de motivar a los jóvenes universitarios en la creación de empresas con base científica y tecnológica.

Dos estudiantes de la Universidad de Lima, los hermanos Hernando y Franco Zurita, superaron la primera fase del concurso Desafío Intel y recibieron el reconocimiento al mejor proyecto de negocios, lo cual le permitirá a uno de ellos asistir al programa mundial e-Bootcamp, a realizarse del 11 al 15 de abril en Palo Alto, California.

e-Bootcamp es uno de los programas educativos para estudiantes emprendedores más exclusivos en el mundo, es organizado por el Stanford's Bases y la Princeton's Business Today, y cuenta con el patrocinio de Intel. Durante una semana, los participantes tienen la oportunidad de conectarse con emprendedores del Silicon Valley, recibir asesoramiento personalizado por





expertos en diferentes áreas y conocer de cerca a algunas de las empresas de tecnología más exitosas de la historia, asimismo durante el programa les asesorarán y testearán el proyecto para determinar la mejor fórmula para su desarrollo.

“En la Universidad de Lima creemos que el emprendimiento es una manera de pensar y actuar, centrada en las oportunidades y orientada hacia la creación de valor y generación de nuevos negocios. La Oficina de Emprendimiento se crea para fomentar el apoyo a los emprendedores para la creación y desarrollo de empresas. En ese sentido, el rol de Intel a través del Programa Desafío Intel es invaluable ya que incentiva a los mejores jóvenes emprendedores a desarrollar sus ideas y ahora acelerarlas en el E- bootcamp, que ofrece oportunidades inmejorables a los universitarios peruanos en el Silicon Valley”, resaltó Patricia Stuart Alvarado, Jefe del departamento de emprendimiento de la Universidad de Lima.

Los hermanos Zurita presentaron SPORT NET, un proyecto orientado a brindar un servicio online a los aficionados de fútbol, mediante servicios informáticos y de comunicaciones por Internet para que fácilmente puedan organizar un partido de fútbol y reservar la cancha para jugar. Es un servicio gratuito y los ingresos para SPORT NET provendrán de los complejos deportivos, organizadores de torneos y quienes alquilen las canchas. Con la clasificación del proyecto, los hermanos Zurita consiguieron un lugar en la competencia regional de Desafío Intel a realizarse en septiembre de este año.

El jurado estuvo conformado por Jessica Freundt Gerente de Educación de Intel Perú, Eduardo Espinosa



Director de Creativa Empresarial y representantes de la Pontificia Universidad Católica, Universidad de Lima y la Universidad de San Martín de Porres.

“Estos jóvenes emprendedores universitarios tendrán la oportunidad de demostrar la capacidad de generar negocios tecnológicos que tiene la región latinoamericana. Nuestro objetivo es fomentar en las universidades el desarrollo de programas educativos enfocados al emprendimiento de negocios de base tecnológica y contribuir con ello al fortalecimiento y competitividad en nuestro país”, señaló Jessica Freundt, Gerente de Educación y Responsabilidad Social de Intel Perú.

DESAFÍO INTEL

El programa consta de tres fases y la competencia final de Desafío Intel® América Latina se llevará a cabo en septiembre del presente año y los cinco equipos finalistas participarán en el Intel Global Challenge a realizarse en la Universidad de Berkeley en noviembre. Esta fase final les abrirá la posibilidad de obtener oportunidades adicionales de capacitación, tutoría y relacionamiento en los Estados Unidos, además podrán obtener premios de hasta 50 mil dólares en efectivo.





“NUESTROS COLABORADORES SIENTEN ORGULLO DE TRABAJAR EN ANGLO AMERICAN”



Para Carlos Domínguez, gerente de Recursos Humanos de Anglo American Perú, el orgullo que sienten sus trabajadores de pertenecer a esta compañía, se debe a que en cada una de sus acciones se prioriza la preocupación y respeto por las personas. El compromiso hacia sus colaboradores y las buenas prácticas laborales ha sido reconocido con la certificación ABE de la Asociación de Buenos Empleadores, entidad sin fines de lucro patrocinada por la Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM).

¿Para ustedes qué significa haber obtenido esta certificación ABE?

El reconocimiento ABE es importante porque nos permite medir las buenas prácticas que tenemos dentro de la organización y además saber que nuestros colaboradores sienten orgullo de trabajar en una compañía de altos estándares. De acuerdo a la experiencia de ABE es la primera vez que una empresa obtiene el máximo puntaje en los ítems requeridos para esta certificación. Esta distinción nos diferencia como una compañía que se desenvuelve con buenas prácticas con sus colaboradores y con los distintos stakeholders.

Un aspecto fundamental en Anglo American es el respeto a las personas

En Anglo American tenemos valores corporativos que son el marco de todo lo que hacemos. Uno de esos valores es la Preocupación y Respeto por las personas. En la práctica, esto se traduce en implementar iniciativas, que propicien, por ejemplo, el balance entre la vida

laboral y familiar. En ese sentido, podemos destacar nuestra práctica de contar con un horario flexible, ser pioneros en la implementación de un descanso postnatal de 6 meses, sin menoscabar el salario mensual de la madre y además, una vez que ésta se reincorpora a su trabajo, tenemos un apoyo económico para guardería hasta que el bebé cumpla 2 años de edad.

También reconocemos a nuestros colaboradores, por vivir los valores de la Compañía. El programa Aplausos, implementado globalmente por Anglo American, busca destacar y premiar una vez al año a aquellas personas que han vivido los valores y han ido más allá que sólo cumplir con sus responsabilidades laborales y han contribuido a la Seguridad, Innovación -reduciendo costos o incrementando la productividad-, Compañerismo y Sustentabilidad. A través de este reconocimiento cada empleado tiene la posibilidad de ser aplaudido. Cabe destacar que los reconocimientos aplican sin distinción tanto para empleados como para contratistas.

¿Creen ustedes que contar con trabajadores respetados y motivados asegura el incremento de la productividad?

Por supuesto, lo importante es que a largo plazo el trabajador sienta que es apreciado en su trabajo, que está en una compañía con principios y valores, que tiene un sistema de remuneraciones competitivo y que le brinda oportunidades para desarrollarse. En la gerencia de Recursos Humanos, trabajamos para propiciar que este sea considerado el lugar preferido para trabajar y que los empleados cuando vengan a su trabajo, vivan esa realidad.

¿En Anglo American sus colaboradores sienten que forman parte de una gran familia?

En Anglo American no existe separación entre Jefes, empleados y obreros, todos nos consideramos empleados de la compañía. Hay una familiaridad importante en todas las personas que forman parte de la empresa, por tal motivo nos sentimos reconfortados de trabajar juntos y de compartir los mismos valores y principios que nos hacen ser una gran familia.

Últimamente la mujer forma parte de la fuerza laboral en las compañías mineras

Efectivamente, y nosotros estamos muy interesados de que cada vez más mujeres integren nuestra compañía. Estamos convencidos de su contribución al

clima laboral y productividad de las empresas. Por esto, en cada proceso de selección siempre incluimos mujeres y de manera especial, nos esforzamos para que en las ternas finales haya al menos una mujer. Obviamente hay especialidades en las que es difícil o menos probable encontrar mujeres y claramente responde al interés o desinterés de estudiar o seguir carreras relacionadas con la minería. Y ahí tenemos un desafío. La presencia de la mujer en la industria minera ha permanecido más o menos constante en el último tiempo, alrededor del 10 a 11 por ciento.

Si consideramos los distintos proyectos mineros que entrarán en operaciones en el mediano y largo plazo a nivel global, sin duda que la demanda por profesionales en minería aumentará y debemos incentivar hoy que más personas se interesen en estudiar carreras relacionadas con ciencias de la tierra y además, de atraer a la industria, a personas a las que hoy no les parece atractivo el sector, en particular a ese gran porcentaje de mujeres aún ajeno a él.

Anglo American es una compañía que tiene varias sedes a nivel mundial, ¿ustedes apuestan por el personal local?

El Perú es un país eminentemente minero y en ese sentido, tiene profesionales de muy buen nivel para el sector. Sin embargo, cada vez se hace más escaso el capital humano para la demanda actual y futura de trabajo en minería. Por otro lado, Anglo American está presente en 45 países y tiene más de 95 años de tradición minera, contando con profesionales de excelentísimo nivel. Hoy el mundo está globalizado y la movilidad de las personas y las oportunidades de desarrollo que ofrece Anglo American son una realidad, por lo que hoy podemos encontrar peruanos trabajando en otros países, tanto como extranjeros trabajando aquí.

Por otro lado, como parte de nuestro compromiso con las comunidades en las que operamos, estamos comprometidos con darles mayores oportunidades de desarrollo, un desarrollo sostenible, y por eso tenemos una marcada preferencia por contratación de mano de obra local, así también, como el compromiso de desarrollar negocios locales y también capacitar en oficios a las personas de las comunidades para dotarles de mayor empleabilidad.

Finalmente, quisiera destacar que para nosotros es muy importante que las personas que trabajan con nosotros y que comparten nuestra cultura, principios y valores, también puedan recomendar a personas conocidas, para que se incorporen a nuestra compañía. Por esto, implementamos el programa de Referidos, estimulando a los empleados a que nos presenten candidatos, cada vez que tenemos un proceso de búsqueda externa. Este programa se basa en la premisa de que las personas, en la mayoría de las oportunidades, sólo van



De izquierda a derecha: Felipe Aguirre del Pino, presidente de la Asociación de Buenos Empleadores (ABE) y actual gerente general de Overall Business; Carlos Domínguez Vélez de Villa, Gerente de Recursos Humanos de Anglo American Perú; Gaudy Márquez Ruiz; Rodrigo Cisternas López; y Pedro Echevarría del Pino del equipo de Recursos Humanos de Anglo American..

a referir a candidatos que compartan su manera de ser, es decir, sus principios y valores, que en una cultura organizacional sólida, serán los de la Compañía.

¿Cuál es el compromiso con sus colaboradores luego de obtener este reconocimiento?

Bueno, este reconocimiento hace que estrechemos más nuestro compromiso de mantener estas prácticas y de seguir buscando e implementando iniciativas y políticas de recursos humanos, que nos permitan ser un empleador preferido. Ya estamos en una posición destacada, ya subimos un peldaño y continuaremos avanzando más.

¿Qué otros beneficios implementará en el futuro para mantener consolidada la estrecha relación con los colaboradores?

Vamos a seguir empeñados en privilegiar y explorar prácticas que permitan un balance entre la vida familiar y laboral, en el esfuerzo de atraer más mujeres a la compañía, y en estimular a más jóvenes para que estudien carreras relacionadas a las Ciencias de la Tierra. Este último punto nos parece particularmente importante, queremos ir a los colegios para mostrarles qué es la minería, contarles acerca de Anglo American y tratar de influir en las decisiones de los jóvenes para que conozcan y busquen una oportunidad en el mundo minero.

Para aquellas empresas que aún no han implementado buenas prácticas laborales, ¿qué recomendaciones les daría?

A las empresas les recomendaría que enfatizen el esfuerzo en su capital humano, que estimulen los procesos de evaluación de desempeño, fomenten la interacción entre el jefe y subordinado, que impulsen el desarrollo y carrera de sus colaboradores para que ellos puedan marcar una diferencia y que los empleados se sientan motivados y a gusto en su compañía. Por donde caminen en Anglo American van a encontrar una referencia muy fuerte hacia a la persona, eso es algo que nos hace contar con personas que marcan la diferencia en minería.



**Cecilia Zevallos**

Gerente de Desarrollo Sostenible
Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.

ALIANZAS E INVERSIÓN SOCIAL CORPORATIVA

La evolución de la inversión social corporativa nos presenta una transición desde un enfoque filantrópico con el sector privado orientado a cerrar determinadas brechas o satisfacer necesidades identificadas básicamente en las comunidades donde éste opera, hacia un enfoque alineado con la estrategia del negocio y de impacto en los grupos de interés de la empresa, de acuerdo a un proceso de priorización.

Asimismo, esta evolución nos habla de un proceso de cooperación y generación de redes y alianzas no solo a nivel externo sino también y con especial énfasis, hacia adentro de las organizaciones para garantizar la sostenibilidad y el éxito de los proyectos que se emprenden.

No es que las alianzas no hayan existido anteriormente. En realidad, parte de esta evolución refiere el tipo de problemas o retos que se pretenden enfrentar a través de estas alianzas. Ha habido un cambio en el alcance y enfoque de las alianzas que pasa por el cambio de estos temas o problemas a tratar. Actualmente, existe mayor relación entre el “core” del negocio y los proyectos de inversión social corporativa que se emprenden. Es por esta razón que las empresas toman una participación más activa en el diseño, la gestión, evaluación y monitoreo de los proyectos. Hemos evolucionado de un rol de benefactores de diferentes causas, muchas de ellas legítimas e importantes pero don-

de la empresa no necesariamente tenía un rol ejecutor. Hoy, las empresas gestionan los proyectos y tienen participación activa dentro de estas alianzas. Esto le da sostenibilidad a las iniciativas y también mayor legitimidad.

En Backus trabajamos bajo un enfoque de desarrollo sostenible, con el objetivo de generar valor compartido con quienes forman parte de la cadena productiva y con las comunidades en las que operamos. Es por esto que todas nuestras iniciativas, esfuerzos y proyectos buscan desarrollar alianzas estratégicas para apalancar recursos y lograr un impacto positivo en términos económicos, sociales y ambientales para la sociedad en su conjunto.

La generación de alianzas permite incrementar la escala de los proyectos para lograr un mayor impacto y permite además que cada “socio” pueda aportar su conocimiento y experiencia de acuerdo a su área de especialidad. Un ejemplo claro de este esquema es el programa de promoción del desarrollo local a través de la puesta en valor del patrimonio cultural que Backus, en alianza con el Patronato Huacas de Moche, el World Monuments Fund, la Universidad Nacional de Trujillo y el Fondo Contravalor Perú Francia vienen desarrollando en el monumento arqueológico Huaca de la Luna y donde, con un modelo de gestión basado en cuatro pilares estratégicos: Investigación, Conservación, Uso Social y Desarrollo Local, se trabaja de

La conformación de alianzas estratégicas es un facilitador clave en el modelo de gestión de la Inversión Social Corporativa de Backus, pues permite lograr un mejor impacto y generar un tejido social que contribuya a la sostenibilidad.



manera coordinada para que todos quienes están alrededor de este monumento y que desarrollan diferentes actividades sociales y económicas, puedan beneficiarse del incremento del flujo turístico, el cual se traduce en mayores oportunidades de empleo y generación de recursos.

COOPERACIÓN HACIA ADENTRO

La generación de alianzas no es solo importante y provechosa a nivel externo. Si pensamos en la colaboración a nivel interno, el área de responsabilidad social debe relacionarse de manera transversal con todas las demás áreas de la empresa. No solo para efectos de comunicar las actividades y proyectos, sino para involucrar a la organización en el cambio hacia una cultura de Desarrollo Sostenible. En el caso de Backus, diferentes áreas como Logística, Ventas, Distribución, Manufactura y Finanzas se encuentran alineados con las prioridades de Desarrollo

Sostenible de la empresa, participan activamente de los proyectos de Inversión Social Corporativa y promueven la generación de valor para la empresa a través del impacto de éstos.

La participación de estas áreas de la empresa garantiza la sostenibilidad de los proyectos en la medida en que son ellos quienes determinan a los beneficiarios y quienes pueden reducir o mitigar riesgos de sus operaciones a través de estas iniciativas, así como generar oportunidades de negocio a través de las mismas. El área de Responsabilidad Social se convierte en un facilitador que debe traer a la mesa también a organizaciones de la sociedad civil y a autoridades que puedan sumarse a estas iniciativas aportando desde sus diferentes espacios, complementando y generando valor compartido de acuerdo a sus funciones y estrategias.



En la foto están presentes: Teresita de Jesús Bravo Malca, Directora Regional de Cultura de La Libertad; Elías Mujica, Asesor de Backus en Patrimonio Cultural; Marcela Pérez de Cuellar, Presidenta del Comité Peruano del World Monuments Fund; Malena Morales Valentín, Directora de Desarrollo Sostenible y Asuntos Corporativos de Backus; Flor Marlene Luna Victoria Mori, Vicerrectora Académica de la Universidad Nacional de Trujillo; Alfredo Pinillos, Presidente del Patronato Huacas de Moche y los Directores del Proyecto Arqueológico Huacas del Sol y de la Luna, Santiago Uceda y Ricardo Morales.





SEGURIDAD VIAL Y MEDIO AMBIENTE

BASES FUNDAMENTALES DE TOYOTA

Toyota, la empresa multinacional más importante en el Perú tiene enfocada sus políticas de responsabilidad social en dos ejes preponderantes: La seguridad vial y el cuidado del medio ambiente.

POR LA NUEVA GENERACIÓN RESPONSABLE EN SEGURIDAD VIAL

Toyota ha demostrado que entretenimiento y educación pueden ir de la mano para lograr concientizar a

las nuevas generaciones de peruanos sobre seguridad vial, como parte de su política de responsabilidad social, creó transitando.com.pe, portal educativo en internet que actualmente ha logrado atraer a más de 13 mil 500 alumnos, quienes aprenden a través de juegos aplicativos que complementan y refuerzan el los conocimientos aprendidos en la escuela. Asimismo, se ha convertido en herramienta de trabajo para los 2 mil 500 docentes quienes emplean la información del portal sobre educación vial, requerida en la currícula escolar establecida por el Ministerio de Transporte y Educación.

Los contenidos fueron cuidadosamente elaborados teniendo en cuenta la realidad peruana y la currícula escolar para afianzar las buenas prácticas en seguridad vial. Por ejemplo: la herramienta “Copiloto Alerta” es un sistema de mensajes en el que los escolares pueden llamar la atención de sus conocidos mediante correos electrónicos que poseen contenidos de concientización sobre las faltas cometidas en la vía.

Toyota no limita su accionar al área virtual. Este año desea incluir secciones de juegos adaptados para los más pequeños, dentro de su espacio designado en Divercity, el único parque de diversiones de entretenimiento del Perú, ubicado en el Jockey Plaza. “Deseamos que transitando sea una propuesta educativa interactiva y constante. Dentro de Divercity, procuramos que el niño entienda que antes de subirse a un carrito deberá recibir conocimientos básicos de seguridad vial, de esta manera podrá obtener su licencia de conducir para ingresar al circuito vial de Toyota. Todo este proceso es importante para generar en los niños la toma de conciencia sobre el comportamiento responsable que deben tener los conductores y actuales peatones” comentó Patrick Huggard-Caine, Gerente de Responsabilidad social y Relaciones Públicas de Toyota.

Esta iniciativa de Toyota nace a raíz de las alarmantes cifras recogidas de investigaciones realizadas respecto al transporte y la seguridad vial en el Perú, teniendo como resultado que en accidentes de trán-



Patrick Huggard-Caine Cardo, Gerente de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas de Toyota



sito mueren entre 8 a 10 personas diariamente. En la última década, ocurrieron 700 mil accidentes en los cuales fallecieron 30 mil peruanos y más de 300 mil han sufrido algún tipo de lesión. La tasa de mortalidad por accidentes de tránsito, en nuestro país, es una de las más altas a nivel mundial.

UNA HUELLA QUE CUIDA EL MEDIOAMBIENTE

Siguiendo la línea de responsabilidad social y protección del medio ambiente, Toyota ha comenzado a trabajar al interior de la empresa. Toyota del Perú mide su huella ecológica, buscando identificar las oportunidades de mejora y reducción del impacto de sus operaciones en el medio ambiente.

Junto con esto, y con el objetivo de generar conciencia entre sus asociados, desde el 2011 realiza el EcoDay, actividad que en su primera edición consistió en una entrega de 2,500 árboles a la Municipalidad de San Borja y una jornada de siembra en la que participaron los trabajadores de la empresa y sus familias.

La jornada de siembra de árboles se inició con la colocación del primer plantón de manos del Alcalde Marco Alvarez junto a representantes de Toyota del Perú. Luego acompañaron la acción los trabajadores de la empresa y vecinos de la zona quienes se unieron al Eco Day.

“En el Eco Day, pudimos percibir la emoción de las familias que participaron en la jornada. Los colaboradores se proyectaban en cómo sus hijos, ahora niños y adolescentes, verían en el futuro el árbol sembrado. Fue una experiencia bastante motivadora que repetiremos todos los años”, afirmó el Gerente

de Responsabilidad social y Relaciones Públicas de Toyota, Patrick Huggard-Caine.

EFICIENCIA Y SEGURIDAD: TOYOTA PRIUS C

La belleza y elegancia no son las únicas características que requiere un automóvil para ser atractivo al comprador. En esta época donde hay una marcada tendencia a las compras responsables, es de vital importancia que el automóvil tenga el plus extra del nuevo Toyota Prius C, el auto híbrido que reúne desempeño, tecnología, ahorro de combustible y cuidado del medio ambiente.

Los autos híbridos son vehículos que combinan la energía de dos motores: el de combustible y de electricidad. Esto es posible porque además de contar un motor convencional, posee una batería y motor eléctrico que trabajan de forma coordinada.

En el Prius C el motor de gasolina y el motor eléctrico trabajan juntos para maximizar su desempeño y conseguir el mejor ahorro de combustible. Dependiendo del estilo de conducción, las características del camino, entre otros, el Prius C podría rendir aproximadamente 133.9 km por galón.

Además, el rodamiento de las ruedas durante la desaceleración y el frenado crean energía eléctrica que se almacena en la batería híbrida y gracias al sistema Hybrid Synergy Drive de Toyota, estos vehículos producen su propia energía eléctrica y nunca tienen que ser “enchufados” para ser recargados. Este modelo es reciclable en un 95% y controla de manera estricta las emisiones contaminantes.

“El cuidado del medio ambiente es parte de la filosofía corporativa de Toyota, por ello somos los pioneros a nivel mundial en la creación de los modelos híbridos. En ese sentido, mantenemos firme nuestro compromiso por traer al mercado modelos amigables con el medio ambiente”, indica Patrick Huggard-Caine, Gerente de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas de Toyota del Perú. De esta manera, Toyota del Perú reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible y el cuidado de nuestro planeta.





“CON FREEDOM FROM HUNGER BUSCAMOS CREAR UN MUNDO MEJOR”

En los últimos años, las microfinanzas se han convertido en una herramienta muy importante para incluir de manera sostenible a las personas de bajos recursos económicos. Para Steve Hollingworth, presidente de Freedom from Hunger, las microfinanzas han propiciado que las personas de la base de la pirámide cuiden sus recursos y propicien negocios sostenibles en el tiempo. El propósito de Freedom from Hunger es seguir aumentando el apoyo hacia las organizaciones locales en microfinanzas e incorporar los temas de educación y salud para darle mayor posibilidad de crecimiento a los negocios.

Freedom from Hunger es una organización sin fines de lucro que tiene varios años en las regiones más pobres de nuestro país, Huancavelica y Junín, ¿coméntenos acerca de la labor que hacen en el Perú y su compromiso con los más necesitados?

Desde el 2004 estamos trabajando en el Perú, pero a partir del 2006 ya tenemos una oficina estable, desde

esa época nos hemos asociado con ONGs nacionales, quienes nos proveen los servicios, no solamente en Junín y Huancavelica, sino en diferentes regiones del Perú como Pucallpa, Cusco, Puno y Trujillo. Nosotros ayudamos a estas organizaciones locales a fortalecer sus capacidades institucionales para que puedan mejorar la entrega de sus servicios financieros, y a su vez ofrecer servicios complementarios, de educación y salud, para personas de escasos recursos económicos.

Nuestra estrategia nos permite ofrecer a nuestros clientes, productos de préstamos, productos para promover la salud y educación y además brindar capacitación a las señoras de escasos recursos para que ellas mismas puedan administrar mejor sus negocios, tomar decisiones correctas y cuidar adecuadamente a sus familias. Entonces el trabajo de Freedom from Hunger es negocio a negocio, no es directamente al cliente, ello nos da la posibilidad de tener un gran impacto con una inversión pequeña, de un dólar cincuenta por cliente.

¿Cómo surgió el enfoque para dirigir la mirada hacia las mujeres de escasos recursos económicos? ¿Considera usted que fomentando las microfinanzas se pueda propiciar el empoderamiento de las mujeres?

En los últimos años hemos visto a nivel mundial la importancia del rol de la mujer dentro de la sociedad y la familia para la generación futura. El enfoque de Freedom from Hunger está asociado mayormente en el mejoramiento del bienestar de la mujer y de su familia, no tan solo pensando en el presente sino con perspectiva de futuro. Creemos que la inversión dirigida hacia la mujer tiene mayores beneficios, mayor educación para sus hijos, mayor bienestar de salud de los chicos y menos niños en la familia. La pobreza transferida de una generación a otra es más baja si es que la mujer tiene mayores posibilidades de desarrollo.

¿Las microfinanzas pueden ser la vía para que personas de extrema pobreza puedan mejorar su calidad de vida?

Antes el mundo estaba dividido entre el hemisferio norte y sur en el asunto de pobreza, ahora la gran mayoría de la gente pobre vive en países considerados, como país de medio ingreso, quienes buscan soluciones propias para lograr salir de la pobreza.



Steve Hollingworth, presidente de Freedom from Hunger

Ante este panorama, podemos decir que las microfinanzas se han convertido en una herramienta muy importante para incluir gente pobre de una manera sostenible.

A nivel mundial, las microfinanzas han logrado que los pequeños negocios crezcan y a su vez que las personas pobres regularicen su vida. Las microfinanzas les han ofrecido a las personas de la base de la pirámide la posibilidad de cuidar sus recursos de una manera que ellos se sientan seguros que no bajaran su nivel de pobreza.

¿Para usted las microfinanzas de hoy se están reorientando a ofrecer servicios de salud?

En el mundo hay dos causas de pobreza, una es producto de un desastre natural y otro por motivos de salud. En la actualidad, como sabemos los problemas de salud se pueden prevenir, sin embargo si una persona no cuenta con seguro médico o con ahorros es probable que pueda enfermarse. Para evitar que las personas pobres acudan a servicios de salud de baja calidad, hemos previsto que las ONGs nacionales que vienen a ser nuestras contrapartes brinden servicios de salud que estén al acceso de todos.

Las ONGs nacionales tienen una amplia base de clientes, la cual nos ayudará a acceder a personas de escasos recursos económicos a quienes podemos ofrecerles un servicio de salud de calidad, a un muy bajo costo. De esta manera el beneficio será para los clientes quienes no se enfermarán y no dejarán de pagar puesto la primera causa de morosidad es la mala salud.

A pesar del gran avance en salud, aún existen países en el mundo con una gran tasa de mortalidad materna infantil, ¿qué estrategias han planteado para que estas personas accedan a una salud de calidad?

Los microseguros son exitosos cuando están relacionados a pocas enfermedades que son muy importantes para la comunidad pero pueden prevenirse con un gasto muy pequeño. En Freedom from Hunger estamos trabajando con las enfermedades más recurrentes como las infecciones respiratorias que son muy fáciles de prevenir, baratas de atacar y las soluciones mayormente vienen de acciones a nivel casero y de la comunidad.

Si miramos al mundo existe hoy un cambio en el tipo de enfermedades, debido a que en muchos países abundan más las enfermedades crónicas como la diabetes, cáncer, presión arterial, etc. Este problema se está expandiendo enormemente sin embargo creemos que con un préstamo de ahorros, educación y servicios preventivos podemos ayudar a la prevención de estas enfermedades.



Luis Torres Mariscal, Miembro del Directorio de Freedom from Hunger

Freedom from Hunger, un socio para la construcción de un país con futuro

“Me siento muy entusiasmado con la oportunidad de contribuir al país a través de la plataforma de Freedom from Hunger, que viene a ser una organización mundial que opera hace casi diez años en el Perú”, sostuvo Luis Torres Mariscal, Miembro del Directorio de Freedom from Hunger. Freedom from Hunger desea convertirse en un socio estratégico para la empresa privada y el Estado para trabajar conjuntamente en la construcción de un país con futuro.

“Como parte del directorio de Freedom from Hunger, quisiera contarles a todos los empresarios que somos una organización que apostará por el Perú para salir de la pobreza mediante nuestros programas que buscan la mejora de la calidad de vida en salud, nutrición, gestión financiera y micronegocios”, reconoció. Los programas de Freedom from Hunger buscan el desarrollo de las capacidades individuales, para que los beneficiados usen adecuadamente el capital brindado y mejoren sosteniblemente sus estándares de vida.

“Para nosotros no es suficiente hacer empresa, hay que hacer país, y para ello tenemos que participar y liderar iniciativas que tengan alto impacto en nuestra sociedad, en nuestras zonas de influencia y en el Perú en general. Esperamos que estas iniciativas ayuden al empresariado a reflexionar, a definir su rol en la sociedad y a considerar a Freedom from Hunger como una alternativa para contribuir a mejorar la calidad de vida de los peruanos y peruanas”.

“Con motivo de la visita de Steve Hollingworth al Perú, esperamos construir puentes con el sector público, particularmente con los líderes del gobierno, para proponerles una alianza que potencie más los programas del gobierno. Nuestra propuesta es brindar educación, la cual permita mejorar la calidad de vida de los beneficiados, de esta manera potenciaremos el impacto de cada uno de estos programas”, remarcó.





AHORA EN EL DISTRITO IQUEÑO DE SUBTANJALLA

EL PRIMER LUDOPARQUE DEL PERÚ CON RESPONSABILIDAD SOCIAL



De izquierda a derecha: Claudia Bastian, Gerente Corporativa de Marketing de Los Portales, jóvenes de Ica que fueron capacitados como Animadores Lúdicos y Elena de Le Bienvenu, Directora de la Asociación Caritas Graciosas, gestora de esta iniciativa.

La actividad esencial de los niños para desarrollar buena parte de sus facultades está basada en el juego. Mediante las actividades lúdicas los niños toman conciencia de lo real, se implican en la acción, elaboran razonamientos y juicios. Marginalizar el juego de la educación equivaldría a privarla de uno de sus instrumentos más eficaces.

Es así como nace la iniciativa conjunta de realizar el primer Ludoparque del país, cabe destacar que la implementación fue ejecutada en un área de 2861m² de terreno baldío ubicado en el Conjunto Habitacional La Angostura, en el distrito iqueño de Subtanjalla, con la finalidad de entregar un espacio de sana diversión donde niños y adultos puedan compartir en familia.

El Ludoparque de Subtanjalla nace de un compromiso de la empresa “Los Portales” en crear una ciudad más amigable con los niños, sumada a la misión que tiene Caritas Graciosas, Asociación sin fines de lucro, de promover el juego como el derecho de los niños para que puedan crecer más sanos y saludables. Asimismo, gracias a la gestión del alcalde de Subtanjalla, Julio Pecho, fue concedido el espacio para la obra.

LUDOPARQUE QUE UNIFICA

“Los Portales” además de desarrollar habilitación urbana, cuenta con su programa de responsabilidad social que permite se realice el primer ludoparque del Perú que continuará expandiéndose a otras provincias, beneficiando así a miles de niños y sus familias, declaró Cesar Rovegno, Gerente Corporativo de Capital Humano en Los portales.

“Los niños son los que se educan a través del juego. Por ello, queremos que al igual que Subtanjalla, otras ciudades del país puedan tener espacios donde los niños puedan jugar y crecer como debe ser. Este es el primer aporte de “Los Portales” a la ciudad, no dudamos que después podamos hacer cosas más grandes y programadas de la misma forma”, afirmó Cesar Rovegno.

“Personalmente fue una experiencia impresionante. La imagen del momento fue emotiva, la puesta del sol sobre las personas que estaban trabajando en el Ludoparque, mientras los niños jugaban alrededor, nuestros trabajadores, tanto de Ica como de Lima, sembraban los plantones y algunos niños se unían al riego de las plantas. Los vecinos colaboraban con el pintado de los juegos. El sentimiento es que estamos cerca de la gente que necesita del apoyo de la empresa privada es verdadero. Puedo decir que es tarea cumplida”, concluyó.



Ludoparque es una iniciativa de Los Portales con la finalidad de promover el aprendizaje activo.

LA IMPORTANCIA DEL DERECHO A JUGAR

Además de la ejecución del Ludoparque en Subtanjalla, la Asociación Caritas Graciosas desarrolló un Programa de fortalecimiento de capacidades que consistió en seminarios dirigidos a funcionarios públicos sobre la importancia del derecho a jugar, sobre el cuidado y mantenimiento de la infraestructura del parque.

“La Asociación Caritas Graciosas organizó el Taller de Animadores Lúdicos con la asistencia de jóvenes de Ica, específicamente de la zona de Subtanjalla, quienes fueron preparados para desarrollar actividades de animación sociocultural con los vecinos. Los animadores tienen el compromiso de realizar una vez al mes actividades lúdicas en el parque con la comunidad”, informó, Elena de Le Bienvenu, Directora de la Asociación Caritas Graciosas.

La Directora de Caritas Graciosas explicó que el Ludoparque está dividido en diferentes áreas: La primera área contiene juegos para los niños más pequeños; la segunda área de juego para los niños más grandes que implica mayor reto, la tercera área que cuenta con mesas y parrillas donde la familia puede reunirse.

“Decimos que el Ludoparque alcanza tres conceptos: primero, promueve lo lúdico porque es un ludoparque elaborado especialmente para que los niños y la familia cuenten con un espacio de diversión sana; segundo, su espíritu participativo porque colaboraron diferentes actores como la Municipalidad, la Asociación y empresa privada tanto en el diseño y la construcción. Por ello, en el uso deben participar todos; como último punto debe ser amigable con el entorno pues hemos buscado que las plantas sean adecuadas para la zona” comentó Elena de Le Bienvenu de Caritas Graciosas.

UN DISTRITO DIFERENTE

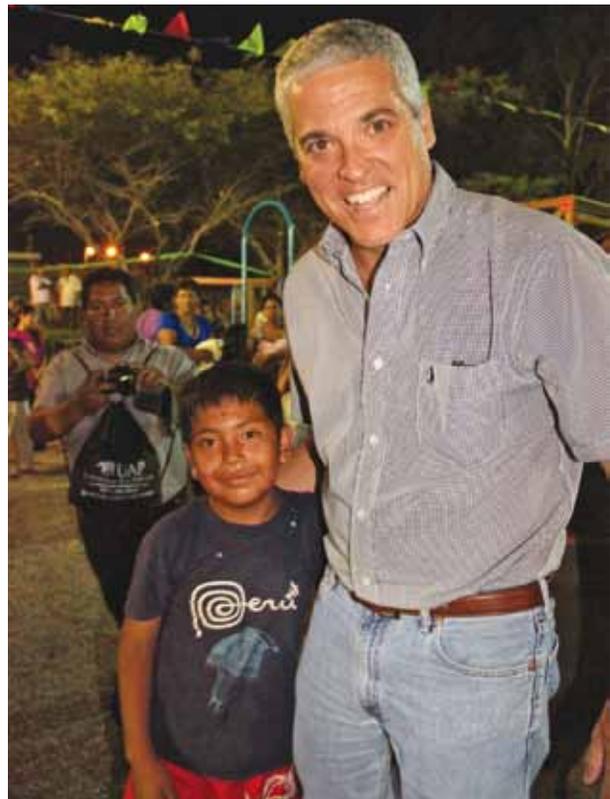
El Ludoparque se extiende sobre un área de 2861 metros cuadrados que fue concedido por el alcalde de la Municipalidad de Subtanjalla, Julio Pecho García, quien a su vez destinará una partida económica para el cuidado y mantenimiento del Ludoparque. Asimismo, implementará el servicio de Serenazgo para la seguridad de los visitantes del parque.

“Es una obra muy importante porque permite la captación de diversas generaciones de padres, hijos y personas de la tercera edad, quienes ahora podrán disfrutar en familia los días domingos. Es la mejor forma unificar a la familia. Desearía que este tipo de iniciativas sea seguida por otras empresas privadas” declaró el Alcalde de Subtanjalla.

Los vecinos opinan

El Parque está muy bonito, mi bisnieta tiene un lugar para jugar ahora. Es la primera vez que hacen una obra de este tipo. Me hubiera encantado que mis hijos puedan disfrutar de este lugar. Ahora tenemos un espacio donde compartir en familia. Yo he quedado sorprendida al ver el cambio del lugar. Mi hija y yo vivimos aquí hace 20 años. **María Cancho Mejía (83 años)**

He vivido en la zona más de 24 años. Es una excelente idea el realizar esta obra del Ludoparque. Nuestros niños van a poder desarrollar sus movimientos motores como jugando. Tienen un espacio de juego y educativo a la vez es genial. Mi hija tiene dos años ahora tendrá un lugar donde desarrollarse, desde hoy, cero televisores. Aprovecho la oportunidad para agradecer a todos lo que hicieron posible esta maravillosa obra. **Elvia Rojas (42 años)**



La espontánea reacción de este pequeño quien emocionado abrazó al Gerente General de Los Portales, Guillermo Velaochaga cuando concluía el acto inaugural. “Gracias por todo, el parque está bonito, ahora voy a poder jugar”, expresó.





ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE LANZA A ESCALA INTERNACIONAL SU CAMPAÑA "EXPERIMENTO COMPARTE"

La campaña "Experimento Comparte", que en principio sería exclusivamente lanzada en España por Acción contra el Hambre, ha logrado tanta repercusión mediática, superando los objetivos de notoriedad y de captación de fondos, que la red internacional de la ONG ha decidido lanzarla en Inglaterra, Estados Unidos, Francia y Canadá simultáneamente.

La campaña se lanza bajo el título "The Sharing Experiment" a través de la web www.sharingexperiment.org, donde los usuarios podrán conocer más sobre el problema de la desnutrición aguda infantil y colaborar con la organización en su lucha contra esta enfermedad evitable.

IPOWERUP LANZA ESTUCHES DE CARGA PARA IPHONE 4/4S

- PowerUp anunció el lanzamiento de dos productos que extenderán el tiempo de conversación de los smartphones más populares, los BlackBerry y los iPhone 4/4S de Apple.

El iPower transfiere la energía almacenada a la batería del teléfono cuando se enciende y se carga después de la batería principal del teléfono. Además tiene un indicador de combustible que indica el estado de alimentación en cualquier momento. La carga es sencilla y rápida mediante un cable mini USB y también se puede cargar con un adaptador AC / DC. Este dispositivo es ideal para comunicaciones fiables por largo tiempo o en situaciones donde no esté disponible la energía eléctrica.



ESPAÑA: JUEGOS INTERACTIVOS QUE NOS AYUDAN A AHORRAR AGUA

Con la intención de tomar conciencia de la cantidad de agua que se malgasta, la Agencia Catalana del Agua (ACA) lanzó una campaña por Internet para ayudar a controlar el consumo cotidiano de agua.

Mediante la herramienta proporcionada por ACA se puede calcular el consumo y qué hacer para reducir el gasto. Se trata de una serie de juegos interactivos que buscan disminuir el consumo diario para que se aproxime a lo que recomienda la Organización Mundial de la Salud (OMS): 100 litros de agua al día por persona.

Lo que busca ACA es ayudar al ahorro de agua y concientizar a las personas de que aunque es un recurso renovable, también se puede agotar.



DINAMARCA QUIERE FUNCIONAR SÓLO CON ENERGÍA VERDE PARA 2050

Dinamarca, líder en producción de energía eólica y biomasa, no quiere seguir dependiendo del petróleo ni del carbón, por lo que ha anunciado que 2050 es la fecha límite para que todo el país funcione con energía verde. La medida se iniciará a finales de esta década con la producción de una tercera parte de la energía a partir de fuentes renovables.

Sin embargo, modificar el modelo de producción de energía implica averiguar cómo almacenar la energía producida cuando el clima no sea favorable y cómo mejorar su distribución. Si los parques eólicos se construyen lejos del mar, será necesaria una amplia red de cables para distribuirla a los lugares de consumo.





NIKE DEJARÁ DE USAR AGUA PARA TEÑIR SUS TELAS

Nike anunció la adopción de una tecnología de tintura sin agua para colorear textiles sintéticos. La compañía ha estado explorando este proceso desde hace ocho años y podría eliminar el vertido de millones de litros de agua contaminada en Asia, donde se produce la mayor parte del teñido de textiles del mundo.

El proceso utiliza una tecnología de fluido de dióxido de carbono supercrítico, o SCF, llamado así porque consiste en calentar el dióxido de carbono por encima de 31°C y presurizarlo. Esta tecnología ya se utiliza a gran escala en otras industrias tales como la producción de café descafeinado y la extracción de sabores y fragancias naturales.



PHONESOAP, EL CARGADOR QUE ELIMINA LAS BACTERIAS DE TU MÓVIL

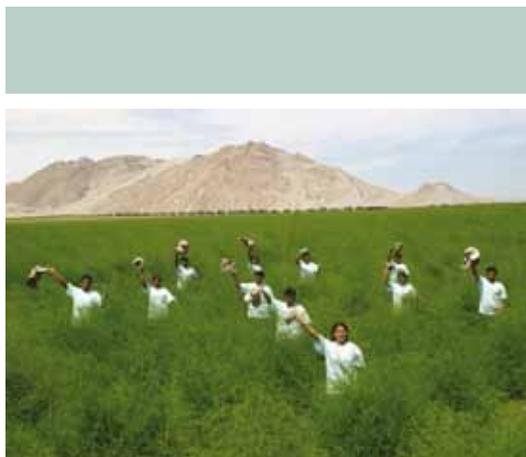
Tus manos son el medio preferido de las bacterias para moverse de un lugar a otro, y obviamente es con tus manos que manejas el móvil, por ende el mismo está lleno de bacterias, aunque tal vez no lo parezca. De hecho, un teléfono móvil tiene 18 veces más bacterias que el pestillo de la puerta de un baño de hombres. Para acabar con estas bacterias existe un nuevo cargador llamado PhoneSoap que se encarga de eliminar los microbios. El equipo de desarrollo necesitó un presupuesto de \$37.000 dólares para crearlo. En este momento el PhoneSoap está en sus etapas finales de desarrollo y será lanzado al público en algunos meses, costando unos \$40 dólares.



DanPer

Agroindustria Sostenible ✓

Liderazgo en agroexportación con Responsabilidad Social



Carretera Industrial a Laredo s/n Sector Barrio Nuevo – Moche – TRUJILLO
Telefono: 044 252574 / Fax: 044 256307
www.danper.com / danper@danper.com





V ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

México, D.F. Marzo de 2012. La gestión socialmente responsable de las compañías fue el tema central del V Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, uno de los espacios de capacitación y vinculación en responsabilidad social más importantes en la región. Este evento, convocado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), se realizó del 12 al 14 de marzo, en la Ciudad de México.

Los más de 2,400 participantes eligieron entre 6 talleres, 3 visitas guiadas a algunas de las empresas socialmente responsables, 16 sesiones plenarios, 3 conferencias magistrales y 2 foros de líderes corporativos para crear una agenda personalizada. Además de las sesiones de trabajo, el programa proporcionó el tiempo y el espacio suficientes para la vinculación entre los participantes y la creación de redes durante las comidas y los recesos.

Negocios en la base de la pirámide; Gestión de la norma ISO 26000; Comunicación del Distintivo ESR®; Liderazgo sostenible; Arte, creatividad y RSE; y Voluntariado corporativo, fueron los temas de los talleres que permitieron la reflexión, la discusión y la inspiración de los participantes en el primer día de actividades del evento. Bio-PAPPEL, Cooperativa La Cruz Azul y Telefónica México abrieron sus puertas para mostrar a los asistentes algunas de sus prácticas socialmente responsables.

En el segundo día de actividades, Ramón Jáuregui Atondo, Diputado del Congreso español y Exministro de la Presidencia, recordó que la empresa tiene un creciente impacto en la sociedad, pues “sus decisiones económicas condicionan la vida y el futuro de ciudadanos, comunidades y países”. Durante las sesiones plenarias, empresas mexicanas y latinoamericanas motivaron, informaron y alentaron a los participantes con experiencias exitosas sobre temas vinculados a la responsabilidad social empresarial (RSE).



En el último día de trabajo, durante la presentación del estudio del Estado de la RSE en América Latina, realizado por Forum Empresa, Yanina Kowszyk, Directora Ejecutiva de esa red, indicó que la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un factor que influye positiva o negativamente en la decisión de compra de los consumidores. En conferencia magistral, Steve Young, Director Ejecutivo Global de Caux Round Table, mencionó que “el 80 por ciento del valor de las empresas proviene de bienes intangibles, como la reputación y la RSE”. Paulo Itacarambí del Instituto Ethos (Brasil) y Carlos Ludlow de AliaRSE, fueron otros de los conferencistas destacados del Encuentro.

En el marco del evento, se realizaron cinco ceremonias en las que se presentaron las 688 empresas que operan en México y ostentarán el Distintivo ESR® durante los próximos meses. Con la convocatoria de Forum Empresa y once de sus miembros, fueron también reconocidas 31 compañías que se han destacado como Empresas Ejemplares por su Responsabilidad Social en Latinoamérica. Estas empresas provienen de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú y Uruguay.



LAS CIUDADES QUE QUEREMOS

Satisfacer nuestras necesidades hoy sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas, o lo que se ha llamado sostenibilidad, es un criterio que es tomado en cuenta desde hace muy pocas décadas atrás. La sostenibilidad es un aspecto esencial en cualquier iniciativa que procure el desarrollo; incluso, le ha puesto apellido al concepto mismo de desarrollo, convirtiéndolo en “desarrollo sostenible”.

El alto nivel de crecimiento de la población mundial, que al día de hoy supera las 7 mil millones de personas, y que tiene como consecuencia una importante demanda sobre diferentes tipos de recursos, ha obligado a que el criterio de sostenibilidad sea imprescindible. No hay futuro si no lo procuramos desde el presente. La única forma de supervivencia es la sostenibilidad.

Gran parte de este problema de explosión demográfica lo soportan las ciudades. El traslado de miles de personas provenientes del campo, que optaron por buscar mejores oportunidades en la ciudad, que decidieron imaginar y realizar sus proyectos de vida en ellas, es un factor clave en la configuración del mundo actual. “En América Latina y el Caribe aproximadamente el 75% de la población habita en ciudades. El rápido crecimiento urbano ha creado oportunidades económicas para millones de personas, pero también presenta grandes desafíos a los gobiernos de proveer servicios básicos, garan-

tizar niveles adecuados de calidad de vida, promover la generación de empleos y proteger el medio ambiente”¹.

Es en este contexto que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) crea la “Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles”, que “tiene como objetivo trabajar tres áreas críticas: sostenibilidad ambiental, incluyendo los retos del cambio climático; desarrollo urbano, incluyendo temas de crecimiento urbano, transporte, competitividad y seguridad; y sostenibilidad fiscal”. La iniciativa se centra en ciudades de Latino América y el Caribe de “tamaño medio que están mejor posicionadas para planear eficientemente un crecimiento ordenado y adaptarse a los desafíos urbanos venideros”.

Trujillo fue la primera ciudad de América Latina y el Caribe elegida, en noviembre de 2010, por el BID para ser piloto de este programa, que ayuda a fortalecer la gestión de las ciudades, pero también contribuye a sensibilizar a quienes viven en ellas sobre la importancia de contribuir como ciudadanos a la construcción de una “ciudad sostenible” y demandar políticas integrales para hacerlas realidad. La iniciativa Responsabilidad Social: TODOS, que tiene en Trujillo a uno de sus espacios de acción más importantes, reconoce la importancia de esta apuesta del BID y la difunde convencida de que el debate sobre el tipo de ciudades que queremos, nos involucra a TODOS, porque nuestro compromiso es indispensable para hacerlas realidad.

¹Todas las citas provienen de la página web del BID: <http://www.iadb.org/es/temas/ciudades/mision,2863.html>

RESPONSABILIDAD SOCIAL: **Todos**

¿Qué puedes hacer **TÚ** para transformar el Perú?

Haz click aquí: www.rstodqs.org

“Responsabilidad Social: TODOS” se basa en la responsabilidad social como una nueva ética, que ofrezca a la sociedad un camino de respeto por los otros, de integración e inclusión social, de diálogo, y de crecimiento económico y desarrollo sostenible. Es un proyecto coordinado desde SASE, gracias al esfuerzo de nuestros aliados entre los que se encuentran a la fecha: Asociación Civil Labor (Arequipa), Asociación Los Andes de Cajamarca, Backus, Camposol, Cedepas Norte (Cajamarca, La Libertad y Piura), Coca Cola, Copeinca, Lan, El Taller, Perú 2021 (Arequipa), Red de Energía del Perú y Telefónica del Perú.





Oscar Melero Mantilla

Gerente General
www.infhotel.com.pe



RESPONSABILIDAD CON EL PAIS: INFHOTEL COMPROMETIDO CON LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE PERUANO

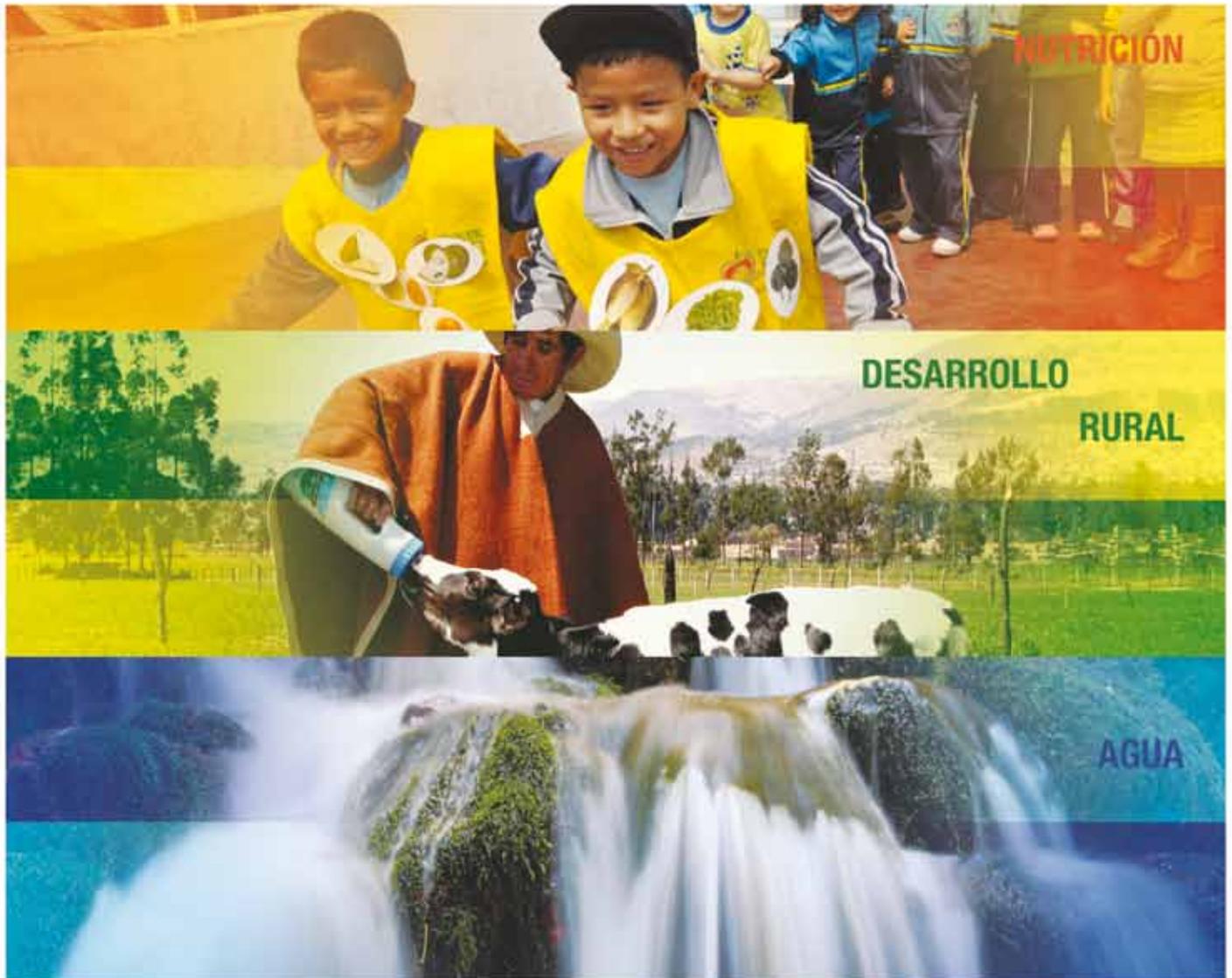
El orgullo de ser peruanos nos compromete cada vez más con nuestro país y su desarrollo. Somos una empresa que nació hace 20 años, íntegramente compuesta por jóvenes profesionales y técnicos peruanos con un gran sueño: triunfar y ser líderes, con creatividad y originalidad. Eran otros tiempos, un contexto socio-político y tecnológico diferente, como decir, era otra era. Hoy vivimos tiempos distintos, de cambios vertiginosos, globalización, crecimiento e indicadores macro económicos que sobre pasan las mejores expectativas, hoy vivimos en Paz.

Nuestro país está pasando por uno de sus mejores momentos en su ciclo de vida, ser un representante de nuestra bandera nos llena de compromiso y responsabilidad hacia lo nuestro, manteniéndonos como un ícono, de éxito y excelencia nacional, que queremos llevar con nuestros productos hacia el mundo, marca que representa el producto Peruano de alta calidad y competitividad, que concentra lo mejor del esfuerzo de esta generación y las venideras basada en el trabajo, servicio y la excelencia personal. Nuestras soluciones informáticas de primer nivel, en el mercado de la hotelería, los restaurantes y el turismo, asumen ese reto y lo cumplirán con responsabilidad. Es momento de cambios, es tiempo de erradicar el paradigma que todo producto importado es mejor, y que todo producto peruano no es bueno, esto lo hemos demostrado siendo líderes a nivel nacional con más de 400 instalaciones entre hoteles y restaurantes, con una vasta experiencia que trasciende el mercado local, contando ya con clientes en Bolivia y Venezuela,

que resaltan el valor agregado que una solución informática integral como INFHOTEL para Hoteles y Hostales, o INFOREST para restaurantes, logra. La expansión de nuestras marcas a nivel nacional también nos presentó un nuevo reto, el abrir nuevos mercados internos, como lo es la región Sur, nuestras oficinas sucursales en Arequipa.

Compuesta por personal tanto de Arequipa como de Lima, logra llevar un servicio personalizado a nuestros clientes de la zona sur del País, como lo es Cusco, Tacna, Puno, Arequipa, entre otros, permitiendo que nuestras soluciones informáticas lleguen a las manos de empresarios exitosos con sus hoteles y restaurantes de alta calidad gastronómica, y que desean asimilar la experiencia de estos productos y así lograr controles de calidad basados en buenas prácticas y estándares, que finalmente conllevaran a un mejoramiento en la rentabilidad de sus negocios, y en un mejoramiento del servicio al cliente y al turista, con información oportuna, veraz y rápida, es por eso que llevamos con orgullo la licenciatura de la MARCA PERU, la cual nos permite identificarnos como componente activo de esta nueva generación pujante de empresarios y productos Peruanos de alta calidad y dinamismo, con grandes sueños de expansión territorial. Pertener a este selecto grupo de empresas y productos, nos somete a una enorme responsabilidad y compromiso como empresa de tecnología de la información, en no dejar de innovar constantemente en beneficio del producto y así el Perú, siga siendo el mejor referente de calidad y servicio.

COMPARTIMOS VALOR. CREAMOS BIENESTAR.



Creamos valor compartido ahí donde se encuentran las necesidades de la sociedad con las nuestras.

Aún más allá del cumplimiento de la legislación local e internacional, aún más allá de nuestra política de sustentabilidad, en un nivel aún más alto está nuestro compromiso de Creación de Valor Compartido, un reto auto-impuesto que nos impulsa a descubrir intersecciones entre las necesidades de la sociedad y las necesidades de nuestra empresa. En esos puntos de encuentro hallamos áreas en las que el know-how de Nestlé puede crear valor para las comunidades: en Nutrición, en Cuidado del Agua, en Desarrollo Rural.

Trabajando así, logramos que el mundo sea un poco mejor cada día, por eso la Creación de Valor Compartido es el producto de Nestlé del que nos sentimos más orgullosos.

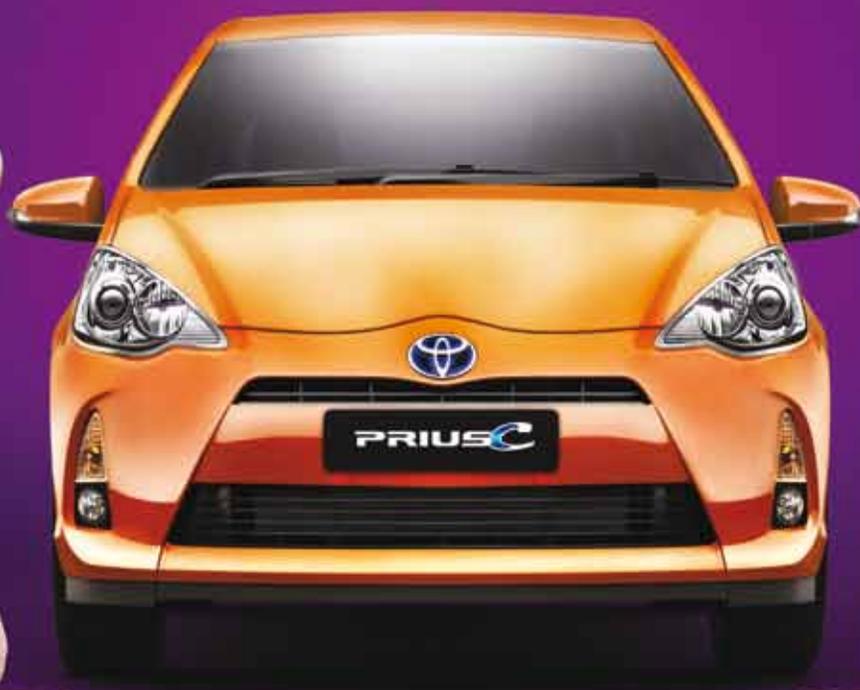


Lo que ocurra primero.



PRIUS C

El nuevo gadget de Toyota.



Disfrútalo.



Manejo eléctrico



Manejo híbrido



Transmisión CVT



Puntaje Eco



PRIUS C: UNA NUEVA EXPERIENCIA DE MANEJO.

El nuevo Prius C es la creación tecnológica más moderna de Toyota. Su sistema Hybrid Synergy Drive combina un motor gasolinero y un motor eléctrico para generar en conjunto un trabajo inteligente, alcanzando así un nivel de consumo de combustible eficiente. Un auto que tiene todo lo que buscas: tecnología, comodidad y estilo. Conócelo en nuestros concesionarios a nivel nacional.



Una vida de confianza

www.toyotaperu.com.pe