



Stakeholders

Responsabilidad Social

PRECIO: 15 SOLES

va visión

⊙ **HENRI LE BIENVENU**
PERU 2021: XV SIMPOSIO INTERNACIONAL
“EMPRESA MODERNA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL”

⊙ **CAREC 2010:**
RESPONSABILIDAD SOCIAL
EN HIDROCARBUROS

⊙ **RESPONSABILIDAD SOCIAL**
EN EL SECTOR PUBLICO





BKR

Noles Monteblanco & Asoc. S.C.

Audidores y Consultores de Negocios

Jr. Camilo Carrillo 180 - 190, Jesús María

Central Telefónica: 330-0013

www.bkrnoles.com.pe

bkr@bkrnoles.com.pe

Firma Miembro de **BKR INTERNATIONAL**

(Una corporación mundial de auditores y asesores de negocios)

- Auditoría de Estados Financieros
- Auditoría de Gestión
- Auditoría Interna
- Asesoría Tributaria
- Consultoría Empresarial
- Contabilidad y Finanzas
- Inventario de Activos Fijos

Walter A. Noles (Managing partner)

wnoles@bkrnoles.com.pe

Guillermo López (Senior partner)

glopez@bkrnoles.com.pe

Elizabeth Verano V. (Partner)

everano@bkrnoles.com.pe

Raúl Yshikawa G. (Partner)

ryshikawa@bkrnoles.com.pe

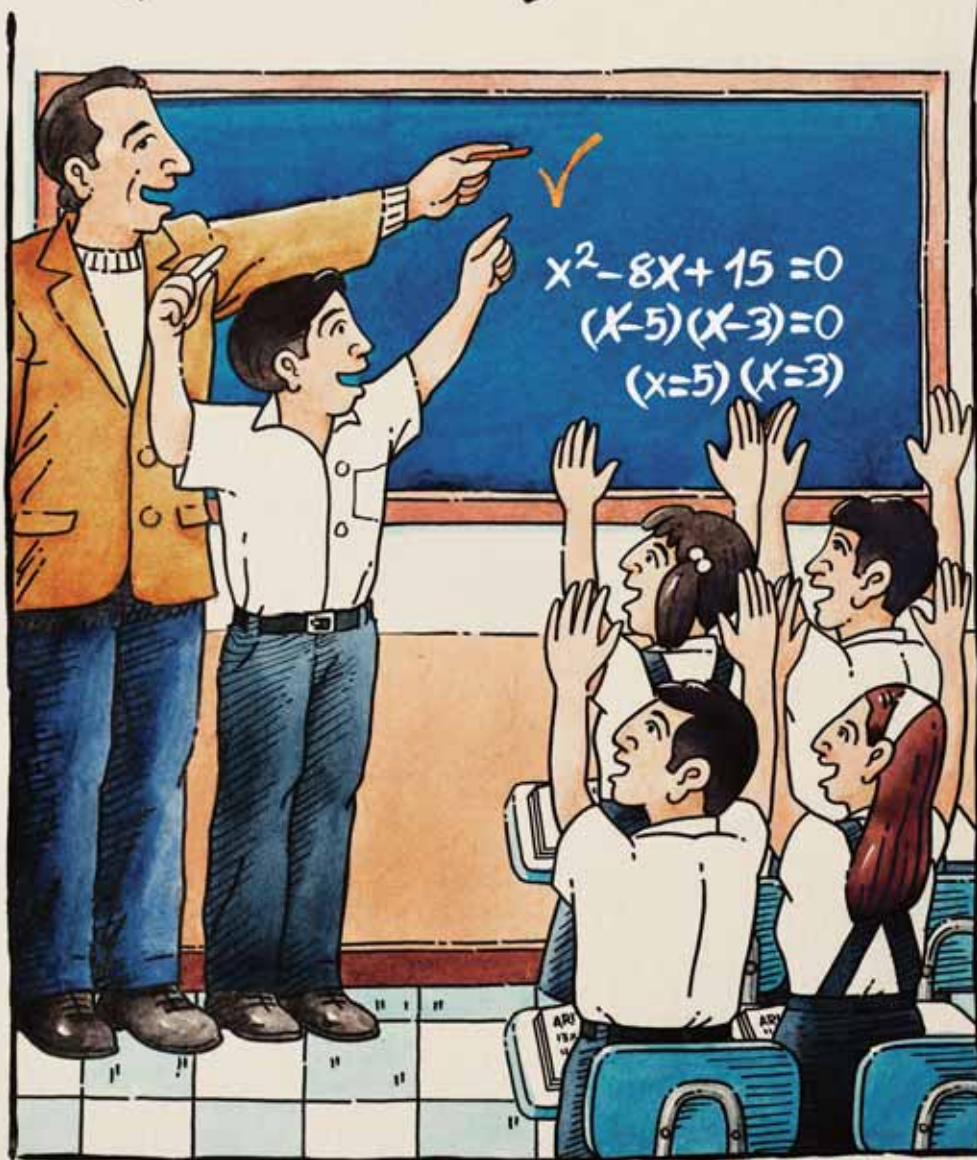
David Eyzaguirre Q. (Partner)

deyzaguirre@bkrnoles.com.pe

Johny Santa María M. (Partner)

jsantamaria@bkrnoles.com.pe

LA-FELICIDAD DE APRENDER MATEMÁTICAS



Fanáticos del Perú

En el BCP, desde hace casi 10 años, apostamos por la educación e invertimos en programas que acerquen las matemáticas a la vida de los escolares de manera ágil y divertida. Porque fortaleciendo desde hoy la enseñanza de nuestros niños, contribuimos también al desarrollo y futuro del Perú.



ELECCIONES, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE

A escasos días de realizarse las Elecciones Municipales y Regionales 2010, los candidatos al sillón municipal de Lima han dicho o poco nada, con respecto a sus propuestas medio ambientales. A pesar de que nuestro país es considerado una de las zonas más vulnerables en el mundo a sufrir catástrofes ambientales, las autoridades aún no toman conciencia en la importancia de los efectos que pueden producir el cambio climático en nuestro país. Esta aseveración se respalda en que las principales candidatas al sillón de Pizarro, Susana Villarán y Lourdes Flores, no quisieron responder a nuestras interrogantes acerca de cómo van a enfocar el tema medioambiental en sus planes de gobierno.

Desde esta tribuna, exhortamos a las próximas autoridades municipales y regionales a nivel nacional, a que sean ellos quienes sean los propulsores del cuidado del medio ambiente en su comunidad, como un acto de responsabilidad social.

Asimismo, consideramos que las próximas autoridades a elegirse el próximo tres de octubre deben ser los llamados a tomar la batuta en el tema de cambio climático, por tal motivo dentro de sus planes de gobierno, deben incluir planes de contingencia, a fin de estar preparados ante este tipo de situaciones ambientales que pueden presentarse en cualquier momento, tal como sucedió hace unos meses atrás en Cuzco donde lluvias, inundaciones y derrumbes azotaron el lugar. Este episodio climático demostró

que las autoridades de la zona no estaban preparadas ante este tipo de eventualidades que produjo pérdidas económicas superiores a los US\$ 1,000 millones.

Otro ejemplo claro del cambio climático que se está produciendo en nuestro país, es la sensible baja en el caudal del río Amazonas, que hasta el momento ha afectado la pesca y la comunicación entre los poblados aledaños. Según estudios realizados por el Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas en Cusco y Apurímac sobre la gestión del agua y conflictos sociales derivados por el uso de este recurso, indican que conforme el cambio climático se acentúe en los próximos años cambiará el patrón de las lluvias y por consiguiente, la producción de los alimentos. De acuerdo a esto la Fundación Bustamante señala que en la costa norte las lluvias se intensificarán, en la Amazonía se producirá sequía, y en la zona sur del país se pronostica la desaparición de los nevados y lluvias intensas.

Ante este escenario, el Programa de Adaptación al Cambio Climático - PACC Perú, y la consultora ambiental Libélula han lanzado recientemente la campaña: "Y tu candidato, ¿ya habla de cambio climático?". Desde la Revista Stakeholders, consideramos que este tipo de iniciativas son trascendentales porque ponen sobre el escenario de las elecciones el tema del cambio climático y la responsabilidad social que debe asumir todo funcionario público.



EQUIPO SH

DIRECTOR

Javier Arce Novoa
jarce@stakeholders.com.pe

José Salarí Rodríguez

EDITOR

Christian Bracamonte Bauer
cbracamonte@stakeholders.com.pe

REDACTOR

Hugo Hidalgo Tello
hhidalgo@stakeholders.com.pe

RELACIONES PÚBLICAS

Susy Barrio de Mendoza
sbarrio@stakeholders.com.pe

CONSEJO CONSULTIVO

Baltazar Caravedo
Ana Zucchetti
Augusto Baertl

Felipe Portocarrero

Manuel Pulgar Vidal

COLABORADORA

Gabriela Melgarejo Chávez

MARKETING Y PUBLICIDAD

Verónica Atauyucu Luna
vatauyucu@stakeholders.com.pe

AREA COMERCIAL

Lucy Azabache Paz
Luis Huso Salavarría
Walter Caballero Rodríguez
Walter Vega Cuenca

FOTOGRAFÍA

Julio Barriga

Av. Camino Real 348, Of. C-74 - San Isidro
Teléfono: 221-7414 / 441-0998
Publicidad: 999838810 / RPM: #988993






PERÚ

Ministerio
de Educación

Viceministerio
de Gestión Pedagógica

Dirección
General de Educación
Básica Regular

 **Nestlé**
Good Food, Good Life

 Crecer Bien
Para nutrirse bien,
Nutrirse bien 
Para aprender bien,
Aprender bien 
para crecer bien.



es parte de



Nestlé Healthy Kids
Global Programme

Educación Nutricional en las Escuelas

Porque una cosa lleva a la otra, desde hace 3 años llevamos educación nutricional a las escuelas para niños de inicial y los dos primeros grados de primaria, docentes y sus familias. Al 2010, Crecer Bien habrá ayudado a mejorar la condición nutricional y la calidad de vida de 155,000 personas.

La intervención de Crecer Bien se realiza en el marco del Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Regular y en alianza estratégica entre el Ministerio de Educación y la empresa Nestlé Perú S.A.

Síguenos en: **facebook**.





Bernardo Kliksberg

La más reciente obra del autor: "Primero la Gente", Wescrita con el Premio Nobel de Economía Amartya Sen.

LA DEMANDA POR MÁS ETICA EMPRESARIAL

El mayor fondo de inversión público de los Estados Unidos es el California Public Employees' Retirement System (CALPERS). Su directora Anne Stausboll que supervisa US\$ 200.000 millones de inversiones ha puesto muy claros los criterios para seleccionar inversiones: "Esperamos que las empresas de nuestro portafolio hagan lo necesario para posicionarse para una economía sostenible", y precisa "Los temas ambientales y sociales son centrales para el desempeño de las empresas en el Siglo XXI". Mindy S. Lubber directivo del reconocido Ceres pone la misma demanda en términos históricos: "El mundo no puede soportar más "business as usual". Nuestra economía global enfrenta desafíos sin precedentes, como el cambio climático, las escases de alimentos y agua, o la miopía de mercados financieros obsesionados por las ganancias de corto plazo". Una reciente encuesta de McKinsey a líderes empresariales muestra que los problemas futuros de la sociedad requerirán un involucramiento y una reestructuración de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Junto a los inversionistas, la sociedad civil, y los consumidores, los gobiernos están manifestando también un interés creciente en promover, y participar en la Responsabilidad Social Empresarial. Así en ejemplos recientes en España se creó y opera el Consejo Estatal de RSE de las empresas. En USA, el Departamento de Estado encomendó a un centro de investigación lo asista en identificar y diseminar buenas prácticas para eliminar el trabajo infantil, y el trabajo forzado en las cadenas de proveedores, y desarrollar un marco para evaluar las prácticas empresariales. En Noruega, el Ministerio de Finanzas ha adoptado nuevas directrices para la inversión de su Fondo Soberanos de Inversiones uno de los mayores del mundo, que pone énfasis en exigentes criterios sociales y medioambientales.

La demanda por elevar los standards de compromiso de la RSE está plenamente registrada en la New York Declaration que firmaron muchas de las principales

empresas del mundo en la reciente reunión del Pacto Global convocada por la ONU. Allí dicen que "incrustar los principios de los derechos humanos, laborales, medio ambientales y anticorrupción en las prácticas corporativas beneficia a la sociedad y las empresas, y reconocemos que a pesar de los buenos progresos hay mucho por hacer". Urgen a los gobiernos a "estimular el involucramiento del sector privado en iniciativas que promuevan los valores universales".

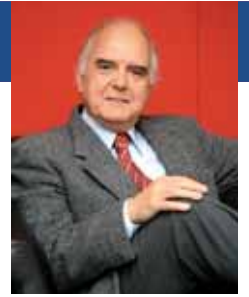
Una de las ganancias para las empresas de responder a todas estas demandas por más RSE, es invisible a los ojos. Todas están interesadas en reclutar los mejores talentos. Esos talentos, están mostrando crecientemente que prefieren trabajar en empresas con alta RSE. Un ejemplo expresivo de las tendencias lo da el sorprendente éxito de una ONG americana "Enseñar por América" mencionado con frecuencia por Obama en sus discursos. Va a los campus de excelencia y ofrece a los graduados trabajar dos años como maestros en las escuelas más pobres del país. El último año el 18% de los graduados de Yale, y Harvard, entre otros enseñaron en las escuelas más pobres. Este año en su 20 aniversario reclutó más jóvenes brillantes que cualquier otro empleador. Tuvo 46.359 solicitantes para 4.500 cupos y crecen todos los años. La probabilidad de ser rechazado aún siendo egresados de una escuela líder, es muy elevada. Uno de los egresados dice que entrar es "como ser aceptado en la Ivy League".

Tanto para recibir inversiones, como para atraer a los más talentosos, y para muchos otros planos, una RSE vigorosa, no aparece como una opción sino como una necesidad.

Bernardo Kliksberg (*)

Orden al Mérito Civil del Rey Juan Carlos de España. Autor de numerosas obras de extendido uso internacional. Entre las más recientes "Primero la gente", escrita con el Premio Nobel de Economía Amartya Sen, (Editorial Temas, 2010).



**Baltazar Caravedo**

Director de la Escuela de Liderazgo de la Universidad del Pacífico y Presidente de SASE

RESPONSABILIDAD SOCIAL, DESEMPEÑO Y COHERENCIA ORGANIZACIONAL

Hace poco tuve la oportunidad de pedir a funcionarios de empresas provenientes de varios sectores que aplicaran los indicadores Ethos a las entidades en las cuales trabajan. Logré recabar información de 10 empresas: 5 mineras, 1 de exploración minera, 1 de hidrocarburos, 1 industrial, 1 de servicios, y 1 entidad pública. La mayoría eran empresas de mediano tamaño; las otras eran empresas grandes. Con la información obtenida organicé una tabla que me permitía dar un vistazo a la percepción que tenían los funcionarios acerca del grado de avance en responsabilidad social de sus empresas según la perspectiva que ofrece la herramienta antes mencionada.

Las preguntas que me hacía eran las siguientes: ¿en qué aspectos o tipo de actividades los funcionarios consideran que sus empresas están más avanzadas en la aplicación de prácticas de RS? ¿en qué aspectos o tipo de actividades consideran que están menos desarrolladas? La herramienta elaborada por Ethos distingue varios campos: Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; Público Interno; Medio Ambiente; Proveedores; Consumidores y Clientes; Comunidad; y Gobierno y Sociedad. Para cada uno de estos campos identifica no solo varios indicadores sino 4 escalas que permiten tener una idea del nivel o avance: o, tal vez mejor, del techo que tienen para seguir mejorando.

El máximo total posible de respuestas que indicaban la escala en la que se encontraba la empresa era de 390 (no trabajamos con uno de los indicadores porque no fue respondido). El 7.4% de las respuestas consideraba que el indicador no lo consideraba aplicable a su empresa; el 24.1% de las respuestas planteaba que el indicador nunca había sido tomado en cuenta o aplicado; el 26.4% del total de respues-

tas optaba por una escala igual a 1, es decir, la más baja; y, aproximadamente el 20% de las respuestas ubicaba el indicador en la escala 2. Si sumamos estos porcentajes encontramos que el 77.9% de las respuestas ofrecidas por los funcionarios mostraban que aún existía una posibilidad grande de mejora.

Los 5 indicadores que los funcionarios identificaron como aquellos en los que había un mayor avance fueron los siguientes: Relaciones con organizaciones locales; compromiso de mejoramiento de la calidad ambiental; compromisos éticos; gerencia de impacto en la comunidad; y, prácticas anticorrupción. Los 5 indicadores en que se percibía un menor nivel de avance fueron los siguientes: conocimiento y gerenciamiento de daños potenciales; trabajo forzado en las cadenas productivas; financiamiento a partidos políticos; construcción de la ciudadanía de la empresa; y, trabajo infantil en la cadena productiva.

Si examinamos las respuestas según los grandes campos, se puede ver que la percepción de mejor desempeño se encuentra en el campo comunidad; le siguen en orden medio ambiente; valores, transparencia y gobierno corporativo; público interno; gobierno y sociedad; consumidores y clientes; y, proveedores. Llama la atención que, a pesar del esfuerzo desplegado por las empresas en el entorno externo (comunidad y medio ambiente) percibido por los funcionarios, los conflictos “socio ambientales” son los responsables de, aproximadamente, el 50% del total de los conflictos sociales en el Perú. Pareciera que no solo existe un gran espacio de mejora en el desempeño socialmente responsable de las empresas, sino una necesidad de organizar sus prácticas de manera más coherente, abarcando e integrando los distintos aspectos que dan cuenta de su despliegue.





AGENDA PARA UN PERÚ SOSTENIBLE

Sabemos que el crecimiento económico del Perú ya no es solo una novedad sino una realidad que se vive día a día. Tanto los empresarios, los sectores emergentes y los inversionistas mantienen altas expectativas sobre el futuro del país.

Sin embargo, aún hablamos de la necesidad de incluir a un segmento de la población, especialmente de provincias, que está al margen de los beneficios del crecimiento. Esta insatisfacción se traduce en demandas y conflictos sociales no resueltos que son aprovechados contra la empresa privada, sobre todo en coyunturas electorales.

El hecho de que existan regiones que manejan presupuestos antes inimaginables, y que estas se caracterizan a su vez por tener altos niveles de conflictividad, nos indican que todavía hay una agenda pendiente para construir un Estado sostenible para todos los peruanos.

¿Y ahora qué?

La gestión estatal está mejorando en su capacidad de gasto y en la ejecución de obras de magnitud regional y nacional, sobre todo en infraestructura. No obstante, el progreso y la competitividad de un país no solo se restringen a las obras de concreto. El desarrollo inclusivo tiene que ver con ofrecer las condiciones necesarias para que los ciudadanos tengan mayores oportunidades y crear el marco institucional para generar ciudadanía.

El último ranking Doing Business, que mide las facilidades para hacer negocios en el país, nos coloca en el puesto 56 entre 183 economías globales. Asimismo, en América Latina y El Caribe ocupamos la posición 7

entre 32 países; nos superan Colombia y Chile. Por otro lado, en el ranking de competitividad del Foro Económico Mundial nuestro país avanzó cinco posiciones en relación al 2009. El Perú es considerado el segundo país más atractivo para invertir en la región.

Nuestra tarea

El Estado, para ser sostenible, necesita valerse no solo de la solidez de su economía sino que debe trabajar principalmente en fortalecer las instituciones, legitimar a sus representantes y promover prácticas ciudadanas.

La inversión en educación ha hecho que países como la India y Taiwán basen sus economías en la investigación y desarrollo, logrando elevar paulatinamente su competitividad país. Si pensamos en el Perú a largo plazo, el Estado debe focalizar sus esfuerzos en:
1.- Educación de calidad que asegure una mejor empleabilidad,

¿Qué mide el Doing Business?

- Apertura de un negocio
- Manejo de permisos de construcción
- Contrato de trabajadores
- Registro de propiedades
- Obtención de crédito
- Protección de los inversores
- Pago de impuestos
- Comercio transfronterizo
- Cumplimiento de contratos
- Cierre de una empresa

En Responde

colaboramos en la promoción de una gestión socialmente responsable logrando un balance adecuado entre las organizaciones y sus distintos grupos de interés.

Contamos con un **equipo multidisciplinario** que diseña estrategias y servicios de responsabilidad social:



- Asesoría en procesos de reporting social
- Análisis de percepción e impacto de grupos de interés



- Gestión reputacional
- Construcción de alianzas y redes sociales: compromisos
- Diseño, monitoreo y evaluación de programas de inversión social



- Talleres en RS para ejecutivos y colaboradores
- Mesas de diálogo con grupos de interés

www.responde.pe



Arturo Caballero

Gerente General



CAMBIOS (CLIMÁTICOS) PARA LAS FUTURAS INVERSIONES

Los fondos de inversión globales y los inversores en general vienen admitiendo, cada vez con mayor interés, que el cambio climático puede aumentar los riesgos en sus portafolios de inversión. Es tal el grado de interés que en Londres se ha lanzado un índice dirigido a seguir los resultados de las acciones que cotizan en bolsa de valores, de empresas que vienen reduciendo sus emisiones. Y en Brasil, por citar otro ejemplo, la Bolsa de Valores de Sao Paulo, ha creado un Índice de Carbono Eficiente.

Se busca con ello crear responsabilidad y conciencia en las empresas, incidir en el deber de informar sobre sus acciones frente al cambio climático y la reducción de sus emisiones que producen el calentamiento global (gases de efecto invernadero). Hoy en día son los propios clientes quienes buscan que las empresas sean más limpias, más respetuosas ante el ambiente y más responsables frente a sus acciones para hacer frente a los efectos producidos por el calentamiento global y los cambios climáticos. Establecer indicadores basados en la reducción de emisiones de las empresas, para hacer seguimiento a las acciones en las bolsas de valores, es otro paso hacia la tendencia mundial a la generación de productos y servicios con menos emisiones y amigables ante los cambios climáticos. Esto implica que las empresas deben ser más eficientes en el uso de la energía y sus recursos, no solo desde un punto de vista de ahorro de dinero y de mejora de competitividad frente a la competencia, sino preocupados por sus propias emisiones de gases de efecto invernadero.

Iniciativas como el Carbon Disclosure Project CDP, proyecto que vincula el riesgo financiero y el cambio climático y que es suscrito por más de 470 de los mayores fondos de inversión a nivel global, vienen tomando un interés cada vez mayor entre las empresas. El CDP toma en cuenta el índice bursatil del Standard&Poor's, y lo utiliza como referente para

invitar a aquellas empresas que han logrado cumplirlo, para que lleven a cabo un disclosure (reporte público) donde se describe el accionar de la empresa en cuanto a su gobernanza climática, los riesgos y oportunidades frente al cambio climático, sus estrategias y metas, su contabilidad de emisiones y sobre las comunicaciones sobre cambios climáticos que la empresa lleva a cabo como parte de su responsabilidad climática.

Para el 2011, se espera que las empresas que cotizan en bolsa -especialmente, pero también las otras- se contagien de las que vienen ya trabajando bajo estos estándares, y se comprometan a llevar a cabo acciones tendientes a calcular sus emisiones de gases de efecto invernadero para luego hacer un seguimiento de estas y plantearse reducciones como parte de sus metas y estrategias. Con ello no solo apoyarán a hacer frente al grave problema global del cambio climático, sino que también puede generar efectos positivos para su marca y goodwill.

En el Perú, esta iniciativa recién empieza y lo ha hecho tímidamente este año, y aunque fueron invitadas a hacer su reporte las CINCO empresas a nivel nacional que cumplían con el índice del Standard&Poor's (Buenaventura, Southern, Cerroverde, Minsur y Credicorp) solo el Banco de Crédito del Perú mostró interés, logrando convertirse en el primer signatario del CDP, junto con empresas de distintos rubros de talla mundial como son Bayer, Boenig, Allianz, HSBC Holdings, Chevron, Wal-Mart Stores, BMW, Rio Tinto, BHP Billington, Hewlett-Packard, BBVA, Siemens, entre otras. El 2011 debe ser el año en que las principales empresas peruanas que coticen en bolsa hagan su "disclosure" e informen a través del Carbon Disclosure Project sus metas y propuestas para reducir las emisiones a la atmósfera global, siendo así consecuentes con la responsabilidad climática de situarse en el país más vulnerable ante el cambio climático de la región.

PERÚ 2021, Asociación Civil sin fines de lucro que trabaja para lograr una Visión Nacional compartida y para difundir y promover la Responsabilidad Social como metodología de gestión empresarial, felicita a:

Compañía Minera Antamina

por lograr el primer Reporte de Sostenibilidad de una empresa minera peruana con nivel de aplicación A.

Compañía Minera Antamina es un ejemplo de empresa que se convierte en agente de cambio para alcanzar el Desarrollo Sostenible del Perú.



PERÚ 2021



Nuestra Misión

“Liderar al sector Empresarial al logro de la Visión Nacional compartida, haciendo que la empresa actúe como agente de cambio para el desarrollo del país, incorporando la responsabilidad empresarial como una herramienta estratégica de gestión”.



Rafael Valencia-Dongo C.

Consultor Principal de Estrategia Consultores
estrategia@estrategiaconsultores.com

ADQUIRIENDO NUEVAS CAPACIDADES ¿RESISTIÉNDOSE A APRENDER DE LA POLÍTICA?

Cercanos están aún los tiempos en que los funcionarios -sobre todo los que trabajan en el sector de los recursos naturales- podían mantener como dogma “los gerentes no intervenimos en política” para apartarse del manejo de este arte, creyendo que su tema social era solamente pagar impuestos, generar empleo, invertir capital, adquirir bienes y servicios locales.

Hoy las empresas están entendiendo -desafortunadamente a golpes- que para las inversiones en zonas rurales no es relevante cuán favorables pueden ser la exhibición de las cifras en el balance de un determinado territorio (costo/beneficio), esas cifras no le garantizarán que su operación será aceptada por la sociedad y que podrá llevar adelante su proceso extractivo, aún cuando cuente con todos los permisos legales habidos y por haber. Un buen ejemplo de ello es el gas de Camisea, que estuvo sepultado, por muchos años, sin que aporte un gramo al progreso de la ciudadanía ni el Estado y por supuesto a la empresa, hasta que pudo lograr consenso social.

La no legislada pero últimamente siempre presente “Licencia Social” no es entregada bajo los mismos códigos y requisitos que la “Licencia Legal” y su otorgamiento juega en otros territorios que el simple costo/beneficio para la nación o incluso provincia o distrito.

La actitud social contraria a las inversiones en las zonas de influencia del Proyecto Empresarial han venido frustrando las expectativas económicas del Estado y de la empresa y de hecho han trastocado los seguramente brillantes planes estratégicos elaborados por los funcionarios de las empresas.

Incluso las autoridades nacionales en un esfuerzo por mantener el equilibrio entre las presiones sociales de los pueblos y las autorizaciones diversas otorgadas por los diferentes entes técnicos del Estado, han terminado usualmente inclinándose por atender las demandas

ejercidas por la presión social, a fin de poder “surfear” la ola del descontento social, sin importar realmente que esas inversiones terminarán beneficiando realmente a quien paradójicamente pretende paralizarlas.

Esta conducta de las autoridades políticas no es nueva y está en la línea de supuestamente mantener así la gobernabilidad del país (o mantener su propio respaldo social y por tanto su supervivencia política, lo cual en mucho es cierto, aunque también no dejan de esconder una manifiesta incapacidad de los políticos de turno). Las empresas así están ahora expuestas a tener que gestionar sus propios riesgos ya no solo en el campo de los negocios, sino además a gestionar los riesgos en el proceloso mar de la política, si es que quieren llevar adelante sus proyectos de uso de los recursos naturales. Así las empresas deben adquirir nuevas capacidades, anticiparse y gestionar con oportunidad sus riesgos políticos a efectos de poder llevar adelante sus operaciones y sus planes estratégicos, si no quieren terminar sepultando sus proyectos ó entregarlos a otros operadores con capacidades para gestionar el riesgo político social.

En las operaciones diarias, los gerentes deben prever que los políticos ahora, no están dispuestos a arriesgar su soporte popular para imponer a la sociedad lo que en su opinión es mejor para la propia sociedad ya sea por el ingreso de nuevos capitales o prevenir la fuga de capital humano y que además y últimamente con mayor acento, no están dispuestos a enfrentarse al pueblo para conducirlos hacia una visión positiva y optimista del futuro, sino más bien están velando principalmente por su supervivencia personal inmediata.

Por tanto, bienvenido al mundo de la política y su capacidad para generar bienestar ciudadano¡!. Lo que los gerentes deben tener ahora claro es que deben construir directamente con los pobladores de la zona de influencia una “confederación de intereses”, donde se “beneficie radicalmente” a la sociedad, la empresa y

el Estado cooperativamente; acaso cuando se interconecte la zona con una carretera asfaltada, no recibirán directamente los beneficios los tres actores?

Si la empresa se va a beneficiar directamente, los pobladores de la zona, esperan también beneficiarse directamente. Es decir, no están dispuestos a que gracias al rol redistribuidor del Estado en algún momento les lleguen los servicios públicos que esperan desde siempre, tales como carreteras, saneamiento o electricidad para poder lograr la tan ansiada igualdad de oportunidades.

La “confederación de intereses” implica que la empresa debe actuar como un agente facilitador para que Estado y sociedad en una acción conjunta puedan mejorar las condiciones de vida casi de inmediato, de las comunidades adyacentes al proyecto, al igual que sus propios intereses.

Los gerentes deben tomar en consideración que para lograr llevar adelante la “confederación de intereses” primero deben pensar en cómo lograr satisfacer las necesidades de las comunidades adyacentes antes que satisfacer su propia búsqueda de beneficios. Esto que es una práctica universal sin embargo fue olvidado por los gerentes explotadores de los recursos naturales, acaso no es práctica habitual que para poder lograr su propio y legítimo beneficio, deben primero satisfacer las necesidades de compradores de satisfactores?. Acaso los dueños de Coca Cola no deben primero satisfacer la sed de sus compradores antes de recibir las utilidades de sus inversiones?

Adán Smith ya lo señalaba en su célebre obra La riqueza de las naciones cuando mencionaba “El empresario al perseguir su propio interés fomenta el de la sociedad, mucho más eficazmente que si de hecho intentase promoverlo”, entonces resuelto el problema, no hay conflicto sino todo lo contrario entre el interés público y el privado, la búsqueda de utilidades por parte de las empresas mejora el interés público.

Las empresas que cuenten con habilidades propias o adquiridas a través de consultores especializados para poder lograr dominio sobre los temas políticos podrán desarrollar una ventaja competitiva especial para sortear los disturbios civiles, la incapacidad de los gobiernos, la falta de institucionalidad de los Tribunales de Justicia, el lenguaje nacionalista y afiebrado pero siempre con gran poder de arrastre de nostálgicos del comunismo y podrán entonces lograr un balance entre su eficiencia operacional y su capacidad para facilitar la llegada de mayor bienestar para los olvidados ciudadanos de sus zonas de influencia. Nunca es tarde para empezar a dominar nuevas destrezas y herramientas.

Sin embargo, a observar por los informes oficiales de la evolución de los conflictos sociales en el país, los gerentes usualmente se resisten al cambio, al pretender continuar tratando los problemas sociales bajo la óptica de los fríos números de la ingeniería o la economía empresarial en un territorio donde un buen discurso político y la conexión directa con los ciudadanos de a pie en las zonas de influencia del proyecto puede ser varias veces más efectivo para conducir el debate público. Dominar el arte de la presión política ya sea la empresa como institución o como gremio es todavía para muchos, el conducirse en territorios desconocidos y por ende existe una clara resistencia al cambio y a la adquisición de nuevas destrezas.

Construir la imagen de la empresa como la de un “vecino notable”, con grandes capacidades pero que se comporta en el territorio rural con justicia, como facilitador del crecimiento económico y de forjador de mayor justicia social o igualdad de oportunidades, es un argumento mucho más poderoso políticamente que exhibir cifras de grandes aportes al Canon para el futuro. Es curioso observar por ejemplo grandes campañas en medios de prensa nacionales dirigidos a un público que no tiene recelos con el proyecto (que en todo caso debiera contactarse con explicaciones directas) y despreocuparse de la reputación de la empresa en el distrito o provincia de la zona de influencia, preocuparse mucho más por el poder político nacional y despreocuparse o ningunear a las bases de poder político en el distrito o provincia al final son los líderes de la provincia los que terminan paralizando el proyecto y con ella la llegada de nuevas fuentes de trabajo digno.

Entender las posiciones, actitudes, intereses de las poblaciones, comprender el porque del recelo que la población local demuestra al proyecto, le permitirá actuar para aislar a los liderazgos radicales y generar un grupo de ciudadanos convencidos de la honestidad de su propuesta y de la posibilidad de trabajar en un ambiente cooperativo constuyendo día a día una “confederación de intereses” entre el Estado, la empresa y la sociedad, donde cada uno de los tres actores pueda maximizar su utilidad para construir su propia competitividad sobre la base de la competitividad de los otros.

Recuerde los cambios en la forma de conducir las relaciones con las comunidades no son un fin en si mismo, si no son sólo un medio necesario para aclimatarse a los nuevos tiempos y poder mantener o incrementar la competitividad de su proyecto. Los cambios que observamos en las actitudes sociales no son una moda son una tendencia y por tanto están aquí para cada día profundizarse más.





Guillermo Vidalón del Pino

Comunicador Social - Especialista en Manejo Estratégico de Crisis

RS: ¿QUIÉN ES EL PRINCIPAL OBLIGADO?

Cuando surgió el concepto de Responsabilidad Social, el sector que respondió con prontitud a este nuevo desafío fue el empresarial. Por primera vez, los esfuerzos aislados que este sector venía realizando fueron integrados en un solo concepto; tan es así que hablar de RS se convirtió en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pues lo que se pretendía era destacar la acción de la comunidad empresarial en este aspecto.

Sin embargo, en el entusiasmo de la RSE, el Estado se mantuvo al margen, se puso de perfil y dejó que la sociedad en su conjunto asumiera erróneamente que la RS era un tema exclusivo y excluyente de las empresas. Entonces, decidimos volver al origen y, reforzando nuestra propia identidad, delimitar y otorgar la debida responsabilidad a cada uno de los estamentos de la sociedad.

Las empresas tienen que cumplir de manera eficiente, productiva y rentable su función, respetando el ambiente y su entorno social. De ello no cabe la menor duda, porque una empresa que no es rentable quiebra, no paga buenos salarios, elude la ley, poco le importa el ambiente y menos cumple con sus obligaciones tributarias con el Estado.

En este contexto, hay una máxima jurídica que señala: "Si la ley le da la espalda a la realidad, la realidad le dará la espalda a la ley"; si esto es así, entonces ¿qué hacer? Pues motivar a que el principal obligado en la RS, el Estado, se ponga del lado de la realidad e incluya a un mayor número de agentes económicos hacia la formalidad de manera progresiva, simplificando su administración para acceder a él, pero también para aligerar la carga del Estado sobre la ciudadanía

asumiendo los principios de la denominada Responsabilidad Social.

Tengamos presente que el Estado recibe más de un tercio de la generación de riqueza por parte de los agentes económicos, sin asumir riesgo alguno ni ejercer función alguna para facilitar la creación de riqueza y, en todo caso, los servicios que suele brindar el Estado resultan ser deficientes o muy limitados.

Un Estado que establece indicadores de resultados en sus ámbitos social, productivo y ambiental es un Estado con vocación de eficiencia, que genera recursos en función de sus ciudadanos y en atención a la propuesta de Responsabilidad Social. Si el Estado resulta ser el principal administrador de la riqueza colectiva generada, lógico es demandar de quienes asumen la función pública un mínimo de diligencia, honestidad y transparencia.

Próximos a las justas electorales de los gobiernos locales, regionales y, el próximo año, congresales y presidenciales, lo menos que se les podrá pedir a los candidatos es que expongan, comuniquen, qué planes tienen para que el Estado pueda alcanzar estándares de eficiencia y eficacia -tal como ocurre con el sector privado- y para que el Estado en adelante sirva efectivamente a la ciudadanía y no se sirva de ella.

Que cada organismo del Estado haga un examen introspectivo de qué hacer y cómo implementar de manera efectiva los lineamientos de la Responsabilidad Social. De esta manera, recuperará la confianza en el ciudadano y se constituirá progresivamente en un ente que inspire a la acción y a la mejora progresiva por el bienestar de la sociedad y del ambiente en el que habitamos.



Durante todo este tiempo, trabajando en equipo, hemos logrado más que una larga y reconocida trayectoria dentro y fuera del Perú, hemos logrado algo más importante: “Trascender y entrar en la vida de muchas personas.”

COSAPI GENTE CON IDEAS PARA CRECER
COSAPI GENTE CON IDEAS PARA SOÑAR

COSAPI



GENTE
CON IDEAS

AV. NICOLÁS ARRIOLA 740.
LIMA 13, PERÚ
T (511) 2113500
WWW.COSAPI.COM.PE

50 AÑOS



Anel Townsend

Jefa de la Oficina de Cooperación Técnica Internacional y Responsabilidad Social Universidad César Vallejo, Lima

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ESTADO EN EL PERÚ:

PROMOVIENDO ALIANZAS PÚBLICO PRIVADAS POR EL DESARROLLO Y LA INCLUSIÓN

La Comisión Europea define la responsabilidad social de las empresas (RSE) como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (stakeholder)». La responsabilidad social corporativa significa que la empresa que la aplicará irá más allá del cumplimiento de un ordenamiento jurídico, invirtiendo más en el capital humano, en el entorno de la misma en mejorar sus relaciones con sus interlocutores.

La responsabilidad social abarca también a los ámbitos del sector público y universitario.

Respecto a la responsabilidad social del sector público, la Comisión Europea en su Comunicación 347 propuso la integración de la RSE en todas las políticas de la Unión Europea, entre ellas en la Política de Administraciones Públicas. Según ese principio, las administraciones públicas, incluida la propia Comisión, deben integrar los principios de responsabilidad social en sus propios sistemas de gestión y en las relaciones con sus interlocutores.

En el área universitaria la responsabilidad social es concebida como la capacidad y el compromiso de docentes, de estudiantes y trabajadores y trabajadoras para contribuir con mejorar el nivel de vida de las comunidades que los rodean. El especialista François Vallaëys la define como un nuevo contrato social entre

la Universidad y la sociedad, con tres grandes ejes: (1) la responsabilidad social de la ciencia, (2) la formación a la ciudadanía democrática, (3) la formación para el desarrollo.

Cuál es la importancia del desarrollo de la responsabilidad social del sector público y de la cooperación público privada en América Latina? La respuesta está en un dato lamentable sobre nuestra realidad: y es que la región de América Latina y el Caribe es considerada por las Naciones Unidas como la más desigual del mundo. Es cierto que países como Chile, Brasil y el Perú tienen tasas de crecimiento positivas y registran una reducción importante de la pobreza, siguiendo el mandato de la Declaración de los Objetivos del Milenio de la ONU que busca reducirla a la mitad en el año 2015. También es cierto que en nuestros países se dan los más graves contrastes entre quienes más tienen y quienes menos tienen. En el Perú conviven poblaciones como la de Huancavelica en el Perú, donde se ubican los 28 distritos más pobres del Perú y cuyos niveles de pobreza superan el 90 %, con la de distritos con los más altos ingresos del país que están ubicados en Lima.

Reducir la desigualdad social, entonces, un desafío a superar por el Estado, y contribuir a lograrlo es una responsabilidad social del sector empresarial, académico y de la sociedad civil. Felizmente podemos decir que el escenario social descrito viene siendo propi-

cio para la instalación de una tendencia empresarial creciente a favor de la responsabilidad social empresarial, universitaria y gubernamental. Un paso definitivo en ese sentido fue la adhesión de la CONFIEP al Pacto Global para la Responsabilidad Social de las Naciones Unidas.

Es importante destacar que los 10 principios que postula el citado pacto están basados en las convenciones internacionales de las Naciones Unidas sobre derechos humanos, derechos laborales, protección del ambiente y lucha contra la corrupción. Eso quiere decir que el marco legal internacional acordado por los gobiernos del mundo es el que promueve el funcionamiento de una plataforma a ser cumplida voluntariamente por el sector privado adscrito al Pacto.

A nivel internacional el desarrollo de la responsabilidad social del sector público ha tenido expresiones importantes como la creación en el Reino Unido del Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa en el Reino Unido, durante el gobierno de Tony Blair.

En nuestra región latinoamericana, el avance de las alianzas público privadas favorables a la responsabilidad social tales como la Coalición Empresarial Mundial sobre VIH/SIDA, el Fondo Mundial de la lucha contra el SIDA, la Tuberculosis y la Malaria y el ONUSIDA, que desarrolla su trabajo en el Brasil con el apoyo de la Universidad de Sao Paulo, son una expresión de la efectividad que tiene el trabajo conjunto entre el sector privado y público en el desarrollo humano de nuestras sociedades.

En el Perú, las alianzas público privadas se vienen dando entre el área empresarial y el Estado así como entre la Universidad las instancias del sector público. Es el caso de la Fundación Empresarios por la Educación, del Programa de la Fundación Telefónica en el tema de la inclusión de personas con discapacidad, las iniciativas para promover la comprensión de lectura y de las matemáticas en los niños y las niñas, creadas por el Banco de Crédito y el BBUVA o el del Programa de Alivio a la Pobreza de Yanacocha. En el área universitaria son importantes las tareas que realizan la Universidad del Pacífico en el campo de la capacitación en administración de negocios para grupos sociales, y en el campo de las universidades más jóvenes, podemos describir las tareas de la Universidad César Vallejo en Trujillo y Lima, capacitando a la comunidad

con menos recursos, especialmente a escolares, y a mujeres y jóvenes, líderes de organizaciones sociales en la formación de pequeños negocios, en el conocimiento básico de la informática, la salud y los derechos humanos.

Las iniciativas señaladas son solamente algunos ejemplos de lo que viene ocurriendo. Un indicador de cómo "la responsabilidad social la hacemos todos", es aplicada por el experto peruano Baltazar Caravedo en el proyecto que ha llevado adelante junto con diversos Gobiernos Regionales del Perú, que ha calado y promete desarrollarse más.

Otro aspecto importante a destacar es como en el campo de las organizaciones no gubernamentales se han dado innovaciones como el hecho de que en el Centro de Asesoría Legal, CEDAL, tradicionalmente concentrada en los temas de la promoción y defensa de los derechos laborales, se haya incorporado un área de responsabilidad social, mediante la cual colaboran con organizaciones públicas y privadas. Otra ONG que viene ya desarrollando estas alianzas es CEDRO a través de programas de prevención y reducción del consumo de drogas y el pandillaje en la juventud donde la empresa privada e instituciones públicas como las municipalidades y los gobiernos regionales participan.

Es necesario aclarar que el ejercicio voluntario de la responsabilidad social empresarial, universitaria o del sector público no reemplaza bajo ningún concepto las obligaciones legales de las organizaciones públicas o privadas que la practican. El lema de predicar con el ejemplo debe ser el principal en este caso. De nada sirve que una empresa u organización no gubernamental organice un área de responsabilidad social y a la par no cumpla con las leyes laborales o incumpla con el pago de sus impuestos, según sea el caso. Lo mismo se aplica para las entidades públicas.

La responsabilidad social puede y debe coadyuvar a que tanto el sector público como el privado respeten el Estado de Derecho, a que se promueva una ética pública que asegure una administración eficaz y transparente del Estado, que rinda cuentas a la ciudadanía sobre el buen uso del presupuesto nacional y que sea implacable con la corrupción, una de las principales enemigas de la democracia y del desarrollo en el Perú y en el mundo.





Carlos Salazar Couto

Sociólogo

EL ESTADO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA TAREA DE TODOS

El Estado tiene dos grandes tareas frente a la Responsabilidad Social. Por un lado está su función primordial que es cumplir la ley, es decir, el Estado es el principal responsable de cumplir la ley por sí mismo, pero además debe hacerla cumplir por todos los ciudadanos e instituciones del país. Una segunda tarea primordial es “hacer bien lo que debe hacer”, es decir, ser eficiente y eficaz en sus responsabilidades constitucionales: defender la democracia y las libertades de todos; brindar empleo digno a su población; dar servicios de calidad a los ciudadanos (educación, salud), entre otros.

El Estado tiene un rol importante en la promoción de la Responsabilidad Social (RS). Si bien la RS es algo voluntario, y en el caso particular de sociedades como la peruana donde aún no rige por completo el “imperio de la ley”, ésta requiere un marco legal que la regule y sobre todo que la promueva. El Estado es el llamado a cumplir con este rol. Pero por sí solo el Estado está limitado para responder a las enormes demandas que recibe de su población. Por ello, la RS es una “tarea de todos” (como señala Baltazar Caravedo). Empresas, instituciones, ciudadanos en general deben estar comprometidos con la RS y lograr que asuman este rol es una tarea del Estado.

Si bien el Estado, a diferencia de las empresas, no tiene la función de generar ganancias como finalidad principal, tiene como “stakeholders” a todos los ciudadanos del país. Por ello, el rol de los ciudadanos es clave para hacer del Estado Peruano un organismo socialmente responsable. El Estado en su rol regula-

dor puede dar leyes y normas para el empleo digno, protección de los consumidores, promoción de la inversión, protección del medio ambiente, regulación de las inversiones, etc. Pero, ¿cómo hacer para que más allá de estos compromisos las organizaciones peruanas sean socialmente responsables?

El Estado es el principal empleador, comprador, vendedor en nuestra economía, pone las “reglas de juego”, por ello su rol como promotor económico es fundamental. Es a partir de esta condición que es el llamado a apoyar y promover las prácticas empresariales que agregan valor para la sociedad y que reduzcan los impactos negativos de la actividad empresarial sobre ella y el medioambiente.

Acciones que podría emprender el Estado para promover la RS: “a. creación de un ambiente de negocios propicio para la RSE; b. políticas específicas para estimular la introducción de prácticas social y ambientalmente responsables; c. articulación con las empresas privadas para la implementación de algunos proyectos sociales y d. la RS de las empresas y organismos del Estado” (citado de Oscar Licandro, en Diario Responsable).

El mundo va hacia la conformación de Organizaciones Socialmente Responsables, es decir, instituciones (en el sentido más lato del concepto), que atiendan las necesidades de la sociedad, promuevan el desarrollo y cuiden el medio ambiente. El rol del Estado es ser socialmente responsable pero también ser un promotor de la responsabilidad social en todas las organizaciones y ciudadanos peruanos.



Entender y atender a los empresarios de la microempresa es nuestro compromiso.

Ayudarte a desarrollar relaciones sostenibles con ellos, nuestra especialidad.

Hace 41 años un grupo de empresarios peruanos decidió apostar por los emprendedores de la microempresa desarrollando un conjunto de entidades especializadas en brindarles herramientas para la inclusión social y económica. Hoy estamos orgullosos de ser la **empresa de capacitación del Grupo ACP**, la corporación peruana con misión social de mayor presencia en Latinoamérica.

A través de iniciativas propias y en alianza con empresas privadas y organismos multilaterales desarrollamos programas que forman empresarios competitivos y socialmente responsables. Ya son **más de 105,000 empresarios y emprendedores** que han formado parte de los programas de Aprenda en el Perú y América Latina.

Av. Domingo Orué 165, Lima, Perú
Central: (511) 418 1935
www.aprenda.com.pe

 **Aprenda** | INSTITUTO DE LA
MICROEMPRESA
Grupo **ACP**



Cristian Loza Aduai

Investigador del Center for Corporate Citizenship (Alemania)
adaui@corporatecitizen.de

RESPONSABILIDAD SOCIAL GUBERNAMENTAL

SIGNIFICA INCREMENTAR EL BIENESTAR SOCIAL DE MANERA SOSTENIBLE

En el Perú existe una creciente demanda insatisfecha de Responsabilidad Social Gubernamental (RSG), esto no solo se refleja en los bajos niveles de confianza en las instituciones del sector público, sino también en los altos índices de corrupción percibidos. Si se considera la opinión pública respecto a la corrupción, la empresa privada queda en una mejor posición en comparación con muchas instituciones gubernamentales. (Véase Tabla 1)

Por esta razón -entre muchas otras- se hace cada vez más clara, la oportunidad actual que poseen organizaciones gubernamentales tanto para asumir de manera más explícita su responsabilidad social, así como para actuar como activadores estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de RSG?.

A diferencia de la RSE donde la iniciativa voluntaria juega un rol central, permitiendo no solo mejoras es-

TABLA 1: HABLANDO DE CORRUPCIÓN, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED...?

RESPUESTAS en %	Muy corrupto(a) Corrupto(a)	Algo corrupto	Poco corrupto(a) Nada corrupto(a)	No precisa
El Congreso	79	13	5	3
El Poder Judicial	73	16	8	4
El Gobierno	71	18	9	2
Los Partidos Políticos	68	20	8	4
El Ministerio Público	65	20	10	5
La Policía Nacional	63	2	9	3
Los Gobiernos Regionales	53	25	10	12
Las Fuerzas Armadas	51	28	16	5
La Municipalidad de su distrito	47	26	21	7
La Municipalidad de Lima	46	31	17	6
La Empresa Privada	40	30	23	7
La Sociedad Peruana	40	35	20	5
Los Medios de Comunicación	38	32	26	4

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la PUCP, Estado de la Opinión Pública: Corrupción nuestra de cada día. Año V / Mayo de 2010.



tratégicas en la gestión de las empresas, sino también innovadoras maneras de contribuir a la solución de problemas sociales. La RSG, por un lado, ve integrada en la misión de las distintas organizaciones gubernamentales un intrínseco rol social. En efecto, desde cierta perspectiva se puede decir que la responsabilidad social de las entidades gubernamentales es maximizar el bienestar social de manera sostenible, no en una perspectiva vertical y asistencialista, sino en una perspectiva horizontal y relacional, creando vínculos de beneficio mutuo con los distintos actores del mercado y de la sociedad civil, de manera estratégica y sustentable.

Por otro lado, si bien la voluntariedad de la RSE se ve minimizada en la RSG, la innovación juega en ambas y sobretodo en la segunda un papel crucial; entidades gubernamentales incapaces de innovar corren el riesgo de quedar estancadas en la burocracia y caer en legalismos estáticos. Por esta razón colaboraciones gobierno-empresa o gobierno-sociedad civil suelen ser beneficiosas también para el perfeccionamiento de las instituciones gubernamentales.

Al no reposar tanto sobre la voluntariedad, la RSG es o mejor dicho debería ser ejemplo de cómo integrar prácticas socialmente responsables, en cada etapa de los procesos de producción o de prestación de

servicios. En este aspecto sin embargo queda mucho trabajo por hacer.

Además, junto a la reducción del campo de acción de los gobiernos generado por la globalización; los últimos años algunos gobiernos, sobretodo a niveles locales, han tomado conciencia de la necesidad de ampliar el marco de referencia de las actividades políticas, ampliando los niveles de participación de manera subsidiaria, integrando agentes empresariales y de la sociedad civil en actividades de estimación presupuestal, planeamiento, auditoría, etc. Este tipo de iniciativas, que son de las más desarrolladas en temas de RSG, son posibles porque responden a realidades sociales y culturales que permiten su realización, al respecto no hay recetas que puedan aplicarse de manera indiscriminada.

Finalmente y en merito a la transparencia necesaria para el éxito de toda actividad socialmente responsable, se debe mencionar también las iniciativas metodológicas orientadas a la evaluación de actividades de RSG que aseguran su éxito y sostenibilidad. En la medida en que sea posible informar y evaluar el alcance y los resultados de las iniciativas de responsabilidad social, será posible también evidenciar de manera más clara como influye el gobierno en la calidad de vida de los ciudadanos. Influencia directa y decisiva que exige responsabilidad social.

Nota: Para un análisis académico sobre estos temas revisar la siguiente bibliografía especializada:

- Albareda, L.; Tecanti, A.; Lozano, J.M. & Perrini, F. (2006) The government's role in promoting corporate responsibility: a comparative analysis of Italy and UK from the relational state perspective en *Corporate Governance*, vol. 6(4) pp. 386-400.
- Albareda, L.; Lozano J.M. & Ysa, T. (2007) Public policies on corporate social responsibility: the role of governments in Europe en *Journal of Business Ethics* vol. 74(4) pp. 391-407.
- Albareda, L.; Lozano, J.M.; Tecanti, A.; Midttun, A. & Perrini, F. (2008) The changing role of governments in corporate social responsibility: drivers and responses en *Business Ethics: A European Review*, vol. 17(4) pp. 347-363.
- Lozano, J.M.; Albareda, L. Ysa, T.; Roscher, H. & Marcuccio, M. (2005) Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Políticas públicas más allá de la regulación y la voluntariedad, Barcelona.
- Lozano, J.M.; Albareda, L. & Ysa, T. (2005) ¿Qué pueden hacer los gobiernos para promover la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)? en CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 053, pp. 53-64.
- McCrudden, C. (2007) Responsabilidad empresarial y contratación en el sector público en *Cuadernos Forética*, N° 9, Madrid.
- Moon, J. (2004) Government as a Driver of Corporate Social Responsibility en *International Centre for Corporate Social Responsibility Research Paper Series*, N° 20-2004, Nottingham University Business School.
- Yera, T. & Pin, J.R. (2010) La demanda social de la responsabilidad pública. Marco de referencia sobre RSC y buen gobierno en *Cátedra José Felipe Bertrán de Gobierno y Liderazgo en la Administración Pública*, Documento de Investigación, DI-851, Abril, IESE Business School.





Carlos Jungbluth Voysest

Consultor y Gerente General de
FIDES Consultoría

EL CIUDADANO SOCIALMENTE RESPONSABLE MEDIANTE EL VOTO INFORMADO

El próximo tres de octubre los ciudadanos del Perú podemos dejar una huella de nuestra "ciudadanía socialmente responsable" ¿cómo?, interesándonos, conociendo y participando.

Las elecciones regionales y municipales no se pueden resumir sólo en el acto de sufragar frente al ánfora. Reducir todo el significado de las elecciones a ese día y al horario de votación, sería un enfoque minimalista de un proceso electoral.

La grandeza de éste proceso está en nuestra preparación para ejercer nuestro derecho de otorgarle nuestra confianza y empoderar a una autoridad en el municipio y en la región que nos represente para que sea capaz de conducir los destinos de una comunidad con ética, valores, eficiencia y transparencia.

Todo esto será posible si estamos preparados. Debemos saber por qué votamos, cuáles son los planes de gobierno, si son realistas, si serán los que demanda la población con urgencia porque favorecen e impactan a la mayoría de la comunidad, estarán financiadas las propuestas y si hay capacidades y competencias en los que se sostienen estas propuestas.

Es el momento de ser ciudadanos socialmente responsables si estamos enterados y conocemos los planes de gobierno de los candidatos y al comentarlos en casa, de pronto también estamos formando futuros ciudadanos en la familia.

La responsabilidad social (RS) no solo es aplicable a las actuaciones empresariales, educativas, ONGs, etc. También la RS se desarrolla en todo acto de la vida, el ejercer nuestro derecho a elegir tiene un impacto trascendente en el yo y en los otros, nuestro voto nos asocia invisiblemente con nuestro sentido de comunidad de pertenencia con algo, con nuestro pueblo, ciudad, región o país.

Si nos comprometemos a ser socialmente responsables debemos ponderar los planes de gobierno que

estarán construyendo una ciudad más limpia, que contribuyan a frenar el calentamiento global, que generen que las instituciones públicas incrementen la calidad en sus servicios y con una mayor transparencia en su gestión.

También será bueno preguntarnos cuáles son los valores de actuación implícitos y explícitos que están en cada una de los planes de gobierno, en otras palabras, si es una propuesta inclusiva, si respeta a las minorías, participa y convoca a todos los grupos de interés.

El Jurado Nacional de Elecciones (JNE) desde gestiones anteriores viene mejorando y en este sentido viene desarrollando la campaña del Voto Informado, creando variados instrumentos como en el de su página web denominada INFOGOB, la cual es un observatorio para la gobernabilidad, y donde figuran aspectos de carácter político, antecedentes de los candidatos, y si éstos han participado en otras elecciones. Estas acciones han merecido que la Organización de los Estados Americanos (OEA), destaque que el Perú lleva la delantera por su campaña Voto Informado.

También hay que anotar que las principales empresas operadoras de telefonía del país han hecho suya la campaña impulsada por el JNE para promover la difusión de un voto responsable. A través de esta campaña, se busca generar conciencia ciudadana y motivar a la población a informarse oportunamente sobre los planes de gobierno y las hojas de vida de los candidatos.

La alianza entre el diario El Comercio y la ONG Ciudadanos al Día (CAD) se suman a esta tarea para que los ciudadanos estemos informados. Mediante su página web www.cadelectoral.elcomercio.pe podremos acceder a la información del proceso electoral del tres de octubre.

Tenemos todos los argumentos para ser ciudadanos socialmente responsables, si sabemos ejercer esta responsabilidad, estaremos humanizando nuestras ciudades al elegir los mejores planes de gobierno que representan a sus mejores líderes. Esta trilogía de calidad de planes, de líderes y de ciudadanos es la mejor garantía de la sostenibilidad del futuro de nuestras ciudades.



**UNA COMPAÑÍA DE GAS Y PETRÓLEO
COMPROMETIDA CON EL
RESPECTO A LAS CULTURAS NATIVAS,
LA PROMOCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD,
Y LA PROTECCIÓN DEL AMBIENTE.**





José Purizaca Vega

Abogado - Catedrático
Experto de la ISO 26000

RS EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

La función social estatal, alberga una seria responsabilidad con todos los administrados, esto es no solo con las compañías, sino con los ciudadanos, con las agrupaciones civiles y políticas, con el medio ambiente, con sus propios trabajadores, sus proveedores e implica un mensaje que da con el accionar de sus funcionarios a la sociedad.

Esto último es importante, porque a veces nos acostumbramos cuando vemos un mal trabajo de alguna institución pública a la frase “es que es del Estado”, y pretendemos inconscientemente justificarlo; claro que con notables excepciones, pero creo que deberíamos trabajar por exigir que exista confianza real en la educación, justicia o salud pública, ya que de no hacerlo estamos convalidando malas praxis que se hacen costumbre, como cuando pagábamos por casi 20 años más del 2300% del costo del pasaporte que mandaba la ley, y tuvimos que permanecer largos años en el Poder Judicial por algo tan claro y legítimo (Ese fue mi primer caso judicial en defensa de los derechos ciudadanos y aún recuerdo lo engorroso del proceso).

Es importante que dentro del análisis de la responsabilidad social estatal, se vaya más allá del frío cumplimiento de un marco jurídico que se halla en una hoja de papel, o en un archivo electrónico, ya que es necesario encarnizar los principios de justicia y de preocupación por los integrantes de su entorno.

Tengo 12 años en los tribunales y en las aulas impulsando el comportamiento responsable de entidades públicas y privadas, y valoro el gran rol que le cabe al Estado en el fomento de la Responsabilidad Social, a lo que podríamos establecer variados ámbitos, como que además de garantizar el crecimiento económico y competitividad para que las compañías puedan desarrollarse, se implemente una política de impulso de la

responsabilidad social, eliminando todo indicio o posibilidad de corrupción y desinterés por el administrado, con monitoreo eficiente, haciendo más transparentes los procesos de licitación pública, de resolución de conflictos con los administrados; la implementación de herramientas para el progreso económico, social y medioambiental para lograr un desarrollo sostenible; el incentivo a la capacitación; la entrega de estímulos para facilitar la adopción de prácticas que mejoren el desempeño social y ambiental; la creación y construcción de conciencia ciudadana; efectuar diálogos y asociaciones público-privadas en favor de objetivos más ambiciosos; equilibrar la regulación, los instrumentos económicos y los acuerdos voluntarios, etc.

Los beneficios no son solo en términos de uso eficiente de recursos, también hay beneficios de carácter cultural al generar nuevas pautas participativas, incluyentes, democráticas éticas y orientadas a la sostenibilidad. Los casos son tan variados, como funciones tiene cada oficina de sector público, los cuales pueden sucederse tratando a la salud como un derecho fundamental, cumpliendo en cobrar el costo real de los documentos que emite, respeto por sus trabajadores, garantizar la calidad del servicio del usuario público, etc.

Ahora por ejemplo acaba de publicarse el Código de Consumo (Ley 29571), que precisamente tiene relación con políticas de implementación sobre prácticas responsables del Estado, como crear conciencia ciudadana en los niños y jóvenes sobre sus prácticas en el mercado, incentivar la transparencia, justicia y anticorrupción; todo lo que son tareas donde el Estado tiene la oportunidad de robustecer las alianzas entre sus propias instituciones para hacer realidad de manera integral el impulso de un Estado Peruano Socialmente Responsable.

Buen tiempo amigos.

MAXI PLAZO

Tasa anual en Soles
TIEA*

La tasa que invade la ciudad.

Plazo de permanencia de 1080 días. Exclusivo para personas naturales.
Vigencia del 1 de setiembre al 31 de octubre 2010.

**BANCO DE
COMERCIO**

Por tu progreso y el de tu familia

TIEA*: Tasa de interés efectiva anual sobre año base de 360 días. Tasa de interés en soles de 9% TIEA o hasta 3.25% TIEA en dólares. Tu dinero está protegido por el Fondo de Seguro de Depósitos (consulta el máximo de cobertura en www.fsd.org.pe). Ejemplo en soles: Si depositas un monto de S/. 1,000 en un plazo de 360 días, con una TIEA (=TREA**) de 6.00%, recibirás un interés de S/.60.00. Al finalizar (capital + INT) recibirás un monto de S/. 1,060. Ejemplo en dólares: Si depositas US\$ 1,000 en un plazo de 360 días, con una TIEA (=TREA**) 2.75%, recibirás un interés de US\$ 27.5. Al finalizar (capital + INT) recibirás un monto de US\$ 1,027.50. TREA**: Tasa de rendimiento efectiva anual. Para mayor información sobre las tasas de interés, comisiones y gastos, puedes consultar en el tarifario, en la plataforma de atención al cliente, en nuestra página web: www.bancomercio.com, a la línea gratuita al 0-800-00-222 o al call center 513-6001. La difusión de información se realiza de conformidad con la Ley N° 28587. Resolución SBS N° 1765-2005.



Juan Manuel Calvi

Director del Instituto Respeto x Respeto

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL ESTADO: LAS BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO

La responsabilidad social cada vez está teniendo más ruido en nuestra sociedad, qué duda cabe. En tiempos de bonanza económica, la responsabilidad social ocupa un lugar privilegiado ya que las empresas (y el Estado) cuentan con recursos para invertir en proyectos sostenibles en beneficio de los diferentes grupos que menos tienen y más necesitan. Difícilmente se puede invertir en el entorno social cuando la billetera no alcanza ni para pagar a los colaboradores. Sin embargo, aquí una muestra sobre cómo se puede ser socialmente responsables con presupuesto de crisis.

Muchos coincidimos con que la responsabilidad social tiene que ser opcional, no puede ser impuesta por un decreto supremo o una ley porque perdería su esencia que es ser una alternativa de gestión para las instituciones, ya sean éstas públicas o privadas. Surge la duda: ¿Cuál debiera ser el rol del Estado en la responsabilidad social?

En Respeto x Respeto estamos convencidos de que la mejor manera que tienen los gobiernos de contribuir con la RSE es administrando el Estado con Buenas Prácticas Gubernamentales. Lo cual supone, por ejemplo, sólo establecer obligaciones/prohibiciones que las autoridades puedan controlar (para no empoderar a la corrupción) y que generen más beneficios que costos a los peruanos (para no aumentar los efectos negativos de la informalidad).

¿Es el Estado socialmente responsable? Creemos que no y la respuesta la vamos a graficar con un ejemplo: A pocos días de promulgado el Código de Consumo, el

Ejecutivo promulgó el Decreto de Urgencia 061-2010 para modificarlo. La razón es simple: ¡se olvidaron de hacer un adecuado análisis costo-beneficio! La prohibición implícita en el artículo 66.7 de vender pasajes no endosables o postergables (pero con tarifas económicas), sólo iba a perjudicar a los propios consumidores (y a las empresas formales producto de la previsible generación de un mercado negro de venta de pasajes que las autoridades no iban a poder controlar). Si antes de promulgar una ley se analizara tan sólo si las obligaciones/prohibiciones son controlables y si generan más beneficios que costos a los peruanos, el gobierno estaría siendo socialmente responsable.

Para pedir desde el Estado responsabilidad social a los privados, hay que dar primero responsabilidad social a los privados. Si bien el concepto de Buenas Prácticas de Gobierno viene creciendo, creemos que aún falta mucho camino por recorrer en esta dirección. Construyamos ciudadanía a través de responsabilidad social y respeto mutuo, donde las autoridades respeten a los ciudadanos, y éstos se respeten entre sí; como valor indispensable para que los peruanos podamos convivir en paz.

Necesitamos un Estado de Derecho que empodere a los adultos (y proteja a los menores); establezca regulaciones adecuadas a nuestra realidad informal -siguiendo siempre buenas prácticas gubernamentales-; e invierta gran parte de sus escasos recursos en hacer responsables a las personas de sus actos. Ser socialmente responsable es pasar del discurso a la acción con los recursos necesarios para responder a los indicadores que la sociedad exige.

¿Cómo implantar un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cómo evaluar su adecuación frente al estándar de referencia?

Forética SGE 21²⁰⁰⁸

Curso de Gestión de la Responsabilidad Social según la norma SGE 21

Este curso dará respuesta a estas y otras cuestiones mediante una formación eminentemente práctica en los contenidos, requisitos, criterios de interpretación y técnicas de implantación y auditoría del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, SGE 21:2008.

El curso será impartido por: **Dr. F. Xavier Agulló**, experto español en Responsabilidad Social, Socio - Director de Ètia y miembro de Forética (entidad emisora de la norma)

Destinatarios

Profesionales interesados en el aprendizaje y desarrollo de la gestión ética y socialmente responsable, consultores, auditores internos de empresa y profesionales que utilizan y/o desean utilizar este estándar como herramienta de gestión de la responsabilidad social en sus organizaciones.

Inversión

S/. 1,230 (impuestos incluidos). El precio incluye la documentación teórica, los casos prácticos, certificado de Forética -en caso de superar el ejercicio final del curso- y los

Información e inscripciones:

Srta. Virginia Soldevilla - Perú Responsable
Tlf: 261-9637 / 624-3429 / 9923-13208
Email: informes@peruresponsable.com
<http://peruresponsable.com/cursos/sge21.html>

Lugar y Fecha:

Del 4 al 6 de Noviembre
Sala de Fundadores de la Universidad del Pacífico.
Av. Salaverry 2020
Jesús María - LIMA



Forética

COORDINAN:



APOYAN:





Francisco Ercilio Moura

Responsable del Programa de DD.HH de Cedal

LA NORMA ISO 26000 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: UN DESAFÍO PARA EL SECTOR GUBERNAMENTAL

La Organización Internacional de Estandarización (ISO)¹, en la reunión acaecida en la ciudad de Estocolmo en el mes de junio del 2004, se propuso elaborar una norma de alcance universal en el campo de la Responsabilidad Social -ya no solo en la dimensión de la empresa- cuyo postulado se basa en que su aplicación se extiende a todos los “grupos de interés”, ya sean organizaciones empresariales, sector público y gubernamental, organizaciones sociales y no gubernamental (ONGs), sector sindical y demás organizaciones de la sociedad civil.

Al decidir elaborar esa Norma, ISO se basó en las siguientes premisas:

- Que el tema de la RS (y RSE) tienen aspectos cualitativos muy distintos a otras normas;
- Que, en el proceso de elaboración no será posible armonizar todos los compromisos sustantivos de la RS/RSE, dado las diferencias conceptuales y la multiplicidad de los grupos de interés que están implicados en el tema;
- Que, una norma de RS no podrá sustituir el rol de los gobiernos y otras entidades calificadas en el establecimiento de las obligaciones en los escenarios sociales, laborales, ambientales, etc;
- Que, una norma de RS deberá reconocer la naturaleza de los distintos instrumentos existentes en el tema y/o en las dimensiones que implica el campo de la RS; y
- Que, la norma está destinada a ser empleada por

organizaciones de todo tipo, independientemente de su tamaño o ubicación, como también del sector público o privado, del grado de desarrollo de los países, y que sea asimismo aplicada por las organizaciones no gubernamentales (ONGs), organizaciones de consumidores y las organizaciones sindicales.

Para los fines de este artículo, abordaremos la dimensión de la RS para el sector gubernamental que dimana de los postulados que promueve la Norma ISO 26000.²

En el campo de la administración pública, la norma parte por considerar el sector estatal como un actor económico más y, en tanto eso sea así, es susceptible de ser sometido a prácticas de monitoreo y rendición de cuenta, por lo cual se debe de contar con políticas públicas transparentes y realizar reportes periódicos de cara a la sociedad sobre los resultados de la gestión que realiza en los distintos campos en los cuales interviene la acción pública.

Las materias sustantivas bajo las cuales el Estado y sus diferentes estamentos deben de responder por las prácticas en el campo de la RS, abarcan desde la promoción del diálogo social extendiéndose al respecto y promoción de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y ambientales; las buenas prácticas laborales; la prevención de la contaminación; mitigación del cambio climático y la adaptación a dicho cambio; políticas claras de anti

¹ISO es fundada en 1947 y estructurada sobre la base de una federación de organismos nacionales de normalización, integrada por 157 países (aproximadamente 70% de países en desarrollo) que representan el 98% de la economía global y al 97% de la población mundial.

²El día 13 de septiembre del 2010, el Secretariado que opera en la ciudad de Estocolmo informa de manera oficial que la norma ISO 26000 ha sido aprobado, luego del resultado de la votación donde han participado 88 países. Se espera que la norma sea publicada oficialmente en el próximo mes de noviembre del 2010.



corrupción; promoción de la participación política responsable; prácticas justas de competencia y la protección del consumidor; políticas de generación de riqueza e ingresos; inversión social; promoción y protección de la salud, educación y cultura; acceso a los servicios públicos esenciales; protección de la privacidad de los datos del consumidor, etc.

La norma parte de la consideración de que el sector público puede y debe promover la incorporación de políticas en el campo de la RS brindando respaldo explícito a las buenas prácticas que desarrollen los actores sociales, sean estatales o privados, a través de mecanismos tales como la difusión y el reconocimiento de los esfuerzos que las distintas organizaciones realicen en este campo, como del establecimiento de políticas activas de fomento expresadas en menciones y premios a las buenas prácticas socialmente responsables.

Podemos sostener que son siete los principios básicos que inspiran a la norma ISO 26000:

- El principio de la rendición de cuentas que consiste en aceptar la responsabilidad por las consecuencias de nuestras decisiones y acciones;

- El principio de la transparencia que consiste en ofrecer a todas las partes interesadas de forma accesible, clara, comprensiva y exacta información completa sobre los hechos que pudieran afectarlos;

- El principio ético que consiste en bazar nuestra conducta con apego a la honestidad, la equidad y la integridad, atendiendo a todas las expectativas de las partes interesadas;

- El principio de la consideración de la parte interesada, que consiste en el respeto y consideración de sus expectativas;

- El principio de la primacía de la legalidad, que consiste en el cumplimiento de la normatividad democrática vigente;

- El principio de la primacía de las normatividad internacional, que consiste en adoptar las estipulaciones de los tratados y otros instrumentos internacionales relacionados con la RS; y

- El principio de primacía y respecto por los derechos humanos, que consiste en reconocer la importancia de la universalidad, indivisibilidad e integridad de los todos los derechos humanos, cuidando que las actividades de las organizaciones no los perjudiquen o menoscaben su vigencia.



Promoviendo hidrocarburos, desarrollamos el Perú

Promovemos y supervisamos las actividades de exploración y explotación de hidrocarburos en el país, armonizando los intereses del Estado, la comunidad y los inversionistas, dentro de un marco de respeto socioambiental, contribuyendo al desarrollo sostenible del Perú.





Celina Pagani-Tousignant

Presidenta Normisur International

TRANSFORMANDO SOCIEDADES CON PROGRAMAS SOCIALES ESTRATÉGICOS

¿Qué tiene la empresa Tazo Tea Company en común con AMD? Estas empresas han cambiado su forma de involucrarse con la sociedad. Por un lado, se han dado cuenta que la filantropía y el voluntariado de algunos de sus colaboradores no es suficiente para responder a los problemas sociales graves. Además, han escuchado el mensaje nuevo de la sociedad la cual busca en la empresa un aliado que se involucre con sus habilidades, conocimientos y experticia. Las empresas más avanzadas están desarrollando programas sociales estratégicos los cuales ayudan a crear cambios sistémicos en nuestras sociedades y están alineados con su negocio.

Tazo Tea Company, una subsidiaria de Starbucks (empresa americana relacionada a la industria del té y el café), se dedica a la venta de té proveniente de una región de la India, llamada Darjeeling. En esta región, el té se produce en pequeños jardines o granjas operados por familias. Los granjeros sufren problemas de salud relacionados con la falta de agua. Los estándares de vida son muy bajos, especialmente para las mujeres que siembran el té, acarrear el agua y tienen otras responsabilidades en la granja. Los hombres jóvenes tienen pocas oportunidades de trabajo por lo que se dedican a tomar alcohol lo que resulta en problemas de salud mental y física.

El CEO de Tazo Tea Company decidió que éste era un asunto social importante para la empresa y apoyó la creación de una alianza con Mercy Corps, una ONG que ayuda en temas de salud y desarrollo económico a las comunidades rurales de la India. De esta alianza surgió el proyecto CHAI (Collaboration, Hope and Advancement in India) para mejorar las condiciones de vida de la gente en los jardines de té y en sus comunidades aledañas. Tazo obtuvo el apoyo de

las empresas distribuidoras de té y de otros proveedores e intermediarios. Para comenzar a trabajar se identificaron 12 comunidades. Las intervenciones se enfocaron en tres áreas: Infraestructura para mejorar la calidad y el acceso al agua, capacitación vocacional de jóvenes para apoyar programas regionales de desarrollo económico y salud para eliminar los problemas de salud de la gente especialmente relacionados a la falta de agua

Como resultado de este programa, Tazo tiene una cadena de proveedores estable lo cual le asegura su materia prima. Por otro lado, la comunidad en la región goza de una mejor calidad de vida. La gente tiene menos problemas de salud, hay oportunidades económicas para los jóvenes y se ha creado una infraestructura sólida.

Hace unos años, AMD, una empresa americana de alta tecnología que manufactura microprocesadores, trasladó sus plantas de manufactura a la ciudad de Austin, Texas y se encontró con un problema laboral. Existía en el área una competencia muy fuerte por talento. Otras empresas de alta tecnología que ya se habían asentado en Austin buscaban gente con las mismas capacidades tecnológicas específicas que AMD. Para enfrentar este problema, AMD decidió reclutar gente de otras partes del país a costos muy grandes.

En el ínterin, la empresa se dio cuenta que estaba rodeada de comunidades muy pobres con un alto nivel de desempleo. Estas comunidades tenían escuelas de pocos recursos con curriculums deficientes en habilidades técnicas.

AMD decidió que éste era un asunto social importante para la empresa. En alianza con el gobierno, ONGs



locales y otras empresas, fundó un programa vocacional denominado “Semiconductor Manufacturing Technician Degree Program “. Como resultado de este programa, AMD aseguró su fuerza laboral e impactó positivamente no solamente a las comunidades que rodean sus plantas sino también a la ciudad de Austin porque elevó la calidad de vida y el nivel técnico de personas en toda el área.

Los líderes de Tazo y AMD están empujando un cambio de paradigma en la empresa y están creando nuevas reglas de involucramiento con la sociedad.

- 1) En vez de pensar en dar dinero, estos líderes están pensando en cómo solucionar problemas sociales y transformar sociedades.
- 2) Se han dado cuenta que no pueden hacer la tarea solos y que deben colaborar con otros creando alianzas.
- 3) Ellos ven los programas sociales como inversiones a largo plazo.
- 4) La empresa puede ayudar a resolver problemas de forma mucho más efectiva usando su conocimiento y experticia.
- 5) Los líderes buscan beneficios para ambos (la empresa y la sociedad), de tal forma que al involucrarse con la dimensión social en forma estratégica, esta forma parte de la proposición de valor de la empresa.
- 6) Como resultado, la empresa va mas allá de ser un buen ciudadano y mitigar riesgos hasta buscar oportunidades para la empresa y la sociedad.

¿Cómo decidieron los líderes de Tazo Tea Company y AMD los asuntos sociales a los cuales responder?. Los líderes de Tazo Tea Company y AMD, buscaron los puntos de convergencia entre la empresa y la sociedad y de ahí identificaron los asuntos sociales a los cuales decidieron responder. Se fijaron en los impactos de adentro hacia fuera que crea la empresa con sus operaciones y los impactos de afuera hacia adentro que se originan en la sociedad y afectan a la empresa.

IMPACTOS DE ADENTRO HACIA FUERA

De acuerdo a Kramer y Porter, en su artículo sobre “Estrategia y Sociedad”, una empresa provoca impactos positivos y negativos en la sociedad a través de sus operaciones durante el transcurso corriente del negocio. En el caso de Tazo Tea Company, el impacto negativo de la empresa sobre los granjeros de té puede ser enorme si la empresa sólo se preocupa de obtener el té al mejor precio sin importarles las condiciones de vida de la gente. Pero por otro lado, el impacto puede ser muy positivo si la empresa da capacitación técnica a los granjeros y responde con programas a los temas sociales que los mantienen en la pobreza.

IMPACTOS DE AFUERA HACIA ADENTRO

Kramer y Porter en el mismo artículo, dicen que una empresa necesita a su alrededor un contexto estable con ciertos requisitos para poder competir. Este contexto competitivo debe contar con:

Infraestructura, recursos naturales (agua, energía, etc.) y recursos humanos (buen sistema de educación, salud y vivienda).

Disponibilidad de industrias de apoyo o proveedores.

Leyes que protegen a la competencia y crean un orden en la sociedad.

Clientes que exigen el producto.

Si hay fallas en el contexto competitivo, si el sistema educativo no funciona y no produce gente capacitada para tomar los trabajos que necesita la empresa o si el gobierno es corrupto y cambia las reglas de la competencia cuando quiere, la empresa no va a poder competir y se verá afectada negativamente en el futuro.

¿Qué nos enseñan los líderes de Tazo Tea Company y AMD? Los líderes de Tazo Tea Company y AMD nos enseñan a pensar en forma estratégica en como apoyar a la sociedad y al negocio, y en como elegir los asuntos sociales importantes con los cuales nos queremos involucrar con el fin de transformar nuestras sociedades y mantener la competitividad del negocio.





Carlos Lozada Mendivil

Gerente Corporativo de Gestión Institucional de Estratégica

¡LA RSE HA MUERTO. VIVA LA RS!

Hace unos meses que, convocados por Paul Remy como secretario técnico del Comité Espejo Perú para la ISO 26000, iniciamos una serie de talleres y reuniones de trabajo con miras a lograr una participación estructurada y a la vez didáctica, como país, en el desarrollo y aprobación de esta nueva iniciativa ISO (Guía de Responsabilidad Social). Me tocó asistir como representante del sector industrial/empresarial (aunque fuera bautizado como Expert, de acuerdo a las denominaciones de ISO, prefiero la condición de representante).

En estas sesiones de trabajo e intercambio de inquietudes respecto del tema siempre polémico como necesario de la responsabilidad social, el primer reto fue lograr la coincidencia respecto de la necesidad de quitarle el “apellido” empresarial a este tema. Luego nos dimos cuenta que esta necesidad de consenso no se estaba discutiendo sólo en el foro nacional sino que era también materia de discusión en muchos países.

Más pronto que tarde la coincidencia se logró (aquí y allá) e iluminó el camino que debíamos recorrer. Sin duda al compartir la convicción de que la RS es una tarea compartida y no propia de ninguna institución o stakeholder en particular, se hizo mucho más fácil lograr posiciones conjuntas para elevar a las instancias superiores de esta compleja, sistemática y rigurosa organización de la ISO (International Standard Organization).

No voy a entrar en los detalles de las reuniones, sólo precisaré que me entusiasmó mucho el grado de involucramiento que se fue logrando por parte de los representantes de los distintos grupos de trabajo: Estado, Consumidores, Industria, ONGs, Académicos, Sindicatos y Otros. Este modelo de conversación in-

tensa pero tolerante, muchas veces apasionada pero a la vez respetuosa, creo que el efecto que logró el retiro del apellido Empresarial a la RS tuvo una fuerte influencia.

Esto que no fue sencillo, se logró por la honesta convicción de los participantes en que la responsabilidad debe ser de toda la sociedad, de todos sus participantes y no sólo de algunos. “No se requiere de una posición específica o de más o menos dinero para ensuciar la calle o faltar a las reglas de tránsito, sólo hace falta no entender el significado de la solidaridad y comportarse de manera egoísta convirtiéndose por ello en un ser socialmente irresponsable”.

Si dejamos a un lado los intereses comerciales que se han asociado a la mal llamada RSE podremos reivindicar el auténtico y noble concepto que persigue la RS, como es y empezar a trabajar en conjunto como sociedad para lograr una convivencia más solidaria que nos permita compartir beneficios y enfocar las actividades de todas las instituciones, organizaciones o stakeholders en un solo objetivo: El progreso por el bien común.

Tal vez el primer paso que tendríamos que dar como sociedad es compartir el significado de algunas palabras que se usan indiferentemente para justificar o descalificar propósitos. Pongámonos de acuerdo en el significado y alcance de conceptos clave como Solidaridad y Sostenibilidad. Si todos entendemos y aceptamos los mismos conceptos podremos entonces construir sobre bases sólidas una sociedad responsable en nuestro país y un futuro sostenible para todos los peruanos. No es fácil pero si no empezamos, cada día estaremos más lejos.



“BOLSA DE VALORES DE LIMA PREMIÓ A 16 EMPRESAS CON LAS MEJORES PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO 2010”

La Bolsa de Valores de Lima - BVL reconoció a las 16 empresas emisoras con mejores prácticas de Buen Gobierno Corporativo del año 2010, entre las que destacan: AFP Horizonte, Alicorp, Banco Continental, Banco de Comercio, Cementos Pacasmayo, Compañía de Minas Buenaventura, Compañía Minera Milpo, Copeinca, Edegel, Ferreyros, Goldfields La Cima, Graña y Montero, Manufactura de Metales y Aluminios Record, Pro futuro AFP, Sociedad Minera El Brocal, y Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston.

Al respecto, Roberto Hoyle, presidente de la BVL, explicó: “El reconocimiento a las Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo es un esfuerzo que realiza nuestra institución por tercer año consecutivo. Algunas de las empresas que nos acompañan a lo largo de estos tres años, han alcanzando el nivel máximo de puntaje de Buenas Prácticas Gobierno Corporativo”.

Este hecho demuestra que la Bolsa de Valores de Lima está contribuyendo a través de este proceso anual con la excelencia en la calidad de la gestión de Prácticas de Gobierno Corporativo en el Perú.

“Este último año ha significado un mayor esfuerzo para las empresas. Han tenido que adaptar su gestión a una etapa de post crisis financiera internacional. El escenario mundial es muy distinto ahora y difícilmente volverá a ser el mismo”, manifestó Hoyle.

De este grupo de 16 empresas la Bolsa de Lima entregó la “Llave de la BVL” a la compañía Graña y Montero por haber obtenido para el periodo 2010 la mayor puntuación considerando tanto la evaluación de los Principios de Buen Gobierno Corporativo, como su liquidez. Esta compañía recibió por segundo año consecutivo esta importante distinción de la BVL.

Asimismo, la Bolsa de Valores de Lima informó que del total de empresas que participaron de este proceso se seleccionó a las 10 que conformarán el Índice de Buen Gobierno Corporativo 2010 por sus buenas prácticas de Gobierno Corporativo y por su liquidez, entre ellas: Alicorp, Banco Continental, Cementos Pacasmayo, Compañía de Minas Buenaventura, Compañía Minera Milpo, Edegel, Ferreyros, Goldfields La Cima, Graña y Montero, y Sociedad Minera El Brocal.

Con relación al Índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL Hoyle expresó “deseo destacar el desempeño que ha tenido nuestro Índice de Buen Gobierno Corporativo. Desde su lanzamiento, que coincidió con el inicio del período más álgido de la crisis internacional, este indicador presentó una menor volatilidad que el resto de los índices de la Bolsa de Lima e incluso que de otros Índices de Buen Gobierno Corporativo de países como Brasil, Shangai y Estambul demostrando con ello que las empresas que lo integran tienen elementos que generan en los inversionistas una percepción de mayor estabilidad y menor riesgo.



Contribuyendo con

El Buen Gobierno Corporativo en el Perú



Dr. Walter A. Noles
Managing Partner en Perú
BKR Noles Monteblanco & Asoc. S.C.

Entre los temas que han cobrado vital importancia en los últimos años en el mundo, destaca indudablemente el gobierno corporativo, entendido como el sistema a través del cual las empresas deben mantener una administración y control en un contexto de compromiso frente a los stockholders y los stakeholders, modelo que, desde nuestro punto de vista, sólo puede aplicarse exitosamente en el marco de una gestión basada en la responsabilidad social.

En este sentido, el gobierno corporativo descansa en cuatro principios básicos: 1. Derechos de los accionistas, 2. Tratamiento equitativo de los accionistas, 3. Comunicación y transparencia informativa, y, 4. Responsabilidades del directorio.

Esto implica que, para la correcta aplicación de los principios citados, las organizaciones deben cuestionar su modelo de trabajo, el modo de conducir sus negocios, su estructura organizacional y de gestión, en una suerte de auto examen que les permita implementar mejoras.

El sinceramiento y transparencia que involucra el adecuarse a los principios de Buen Gobierno Corporativo, obliga a mejorar la comunicación interna y externa, y por ende fomentar una cultura de información basada en la objetividad y claridad en los procesos. La buena comunicación, nuevamente, se convierte en un arma infalible al momento de establecer controles y armonizar los cambios y ajustes en el proceso de adecuación al sistema de Buen Gobierno Corporativo.

Hoy por hoy, es cada vez más importante para las empresas crear un contexto de confianza en torno suyo, y lograr atraer inversiones y financiamiento para su crecimiento. El proceso de incorporación de empresas en el IBGC está avanzando con cautela, puesto que si bien la mayor parte de empresas



nacionales buscan su financiamiento a través del sistema bancario, el torbellino de la globalización y apertura de mercados, está creando la necesidad de buscar nuevas alternativas, como acudir al mercado de capitales.

Es un hecho que la confianza está tomando cada vez más importancia como un elemento estratégico a considerar en los planes de desarrollo.

BKR Noles Monteblanco & Asoc. S.C., una de las 8 firmas validadoras en el Perú, muestra su coincidencia metodológica con la BVL y destaca como una medida acertada que la autocalificación sea validada por una empresa auditora y/o consultora independiente, como pre requisito para incluir a las compañías emisoras en la cartera de acciones del Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC), considerando que una evaluación de esta naturaleza implica la revisión metódica y organizada de los sistemas organizacionales de una empresa.

En este sentido, los 24 años de experiencia en servicios de auditoría y consultoría empresarial con que cuenta BKR-Noles, la respaldan y aseguran el

buen desempeño en términos de calidad y objetividad, salvaguardando la transparencia del proceso.

BKR Noles Monteblanco & Asociados S.C.
firma miembro de
BKR INTERNATIONAL

BKR International is the premier association of independent accounting and business advisory firms. It represents the expertise of more than 135 firms in 300 offices in over 70 countries around the world.

Oficinas:
Calle Germán Schreiber No.283, San Isidro
Central Telefónica: (051) 206-6700
Website: www.noles.com.pe



Equipo Directivo de BKR Noles Monteblanco & Asociados S.C.

David Eyzaguirre, Managing Director; Guillermo A. López, Partner; Raúl L. Yshikawa, Managing Director; Elizabeth L. Verano, Managing Director, y Dr. Walter A. Noles, Managing Partner



BOLSA DE VALORES DE LIMA

RECONOCIÓ AL BANCO DE COMERCIO



David Ambrosini Valdez – Gerente de Administración y Finanzas – Banco de Comercio

La Bolsa de Valores de Lima (BVL) reconoció al Banco de Comercio, una sólida entidad bancaria del sistema financiero peruano, como una empresa que se adecúa a las buenas prácticas de Gobierno Corporativo.

Al respecto, el Sr. David Ambrosini Valdez, Gerente de Administración y Finanzas del Banco de Comercio, señaló que “El tener buenas prácticas corporativas, hoy en día, es visto como un medio para crear valor y elevar el volumen de negociación de las acciones. Este régimen transmite señales positivas al mercado, como el que las sociedades son responsables con sus accionistas y stakeholders, y siguen principios de transparencia, confianza, equidad, responsabilidad social, fluidez e integridad de la información”.

La empresa Pacific Credit Rating - PCR actuó como empresa validadora en los años 2007, 2008 y 2009 para el Banco de Comercio. Los resultados arrojados en el último año han sido alentadores, ya que nuevamente la institución obtuvo un incremento en la puntuación ubicándose en un 92% de cumplimiento de estos principios, junto con un selecto grupo de empresas con Buen Gobierno Corporativo en el Perú, grupo de empresas sólidas, confiables y transparentes.

El Banco de Comercio es una empresa que trabaja bajo un enfoque socialmente responsable y está conformado por trabajadores orgullosos que brindan un servicio superior a un precio justo, orientado a contribuir con el progreso de sus clientes y sus familias, creando valor para sus grupos de interés, sobre la base de eficiencia y productividad en todas sus operaciones.

VII Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de las Empresas



Cierre de Inscripciones
1 de Setiembre

Fecha de Ceremonia
18 de Noviembre

Lugar
Swiss Hotel

Para más información
visita nuestra web www.premio2021.org/premio
o llámanos al 421-3765

Con el auspicio de:





HENRI LE BIENVENU:

HOY LOS JÓVENES BUSCAN TRABAJOS QUE LES DEN CALIDAD DE VIDA"

En el marco del XV "Simposio Internacional Empresa Moderna y Responsabilidad: Empresas Innovadoras y Responsabilidad Social" organizado por Perú 2021, conversamos con el gerente de esta entidad Henri Le Bienvenu quien espera que con este simposio se siga difundiendo la responsabilidad social y que la gente tome conciencia de que esta responsabilidad no es solamente de las empresas sino es de todos.

S H: ¿Cómo analiza la responsabilidad social de hoy en el Perú?

HLB: Creo que la agenda de la responsabilidad social ya está en todas las empresas y creo que la juventud que está trabajando estos temas tiene muchas ganas de aprender y por eso ha llegado el momento de pasar de la teoría a la práctica. Todos queremos hacer un cambio pero la pregunta es cómo hacer este cambio por lo que este simposio nos tiene que ayudar a hacerlo.

En Perú 2021 pensamos que tenemos que revalorar los valores de los peruanos. Es importante hacer conocer lo amicales, amables y respetuosos que somos en el Perú.

SH: Rolando Arellano mencionaba que si bien el país ha avanzado, aún el peruano no ha desarrollado mayormente el concepto de solidaridad

HLB: Tiene toda la razón, acá tenemos un problema básico. Si alguien te dice que el vecino se ha sacado la lotería, muchos empiezan a pedir que ojalá no sea cierto, es decir, hay una envidia tremenda a pesar de que de repente ese vecino puede arreglar la cuadra con ese dinero ganado, lamentablemente el peruano es muy dual porque con el desconocido somos totalmente abiertos, somos filántropos por naturaleza, pero cuando se piden cosas mucho más puntuales o sensibles, ahí es donde tenemos problemas.

Por otro lado, el ser éticos y transparentes no es so-

lamente tarea de las empresas, hoy en día el consumidor no está privilegiando a las empresas que son socialmente responsables, está privilegiando a sus bolsillos al comprar por ejemplo libros o CD piratas, por eso somos nosotros los consumidores los que tenemos que cambiar.

SH: ¿Cree usted que las nuevas generaciones pueden hacer ese cambio?

HLB: Como mencioné, la juventud viene trabajando en estos temas y vienen con un pensamiento diferente. Debemos de mirar al mundo desde otra forma y eso es lo que promovemos en Perú 2021 con la responsabilidad social que no es más allá que decirle a las empresas y a la gente: "tú tienes que tomar conciencia de que actividad que hagas va a tener repercusiones en alguien y esta puede ser positiva y negativa, y lo único que queremos es que tú estés enterado si esa repercusión fue positiva y negativa porque nosotros buscamos el desarrollo sostenible", es decir que ambas partes ganen.

Por ejemplo, si un joven prefiere comprar un CD pirata dirá que ha ganado dos soles más para comprar una cerveza, pero si él empieza a tomar conciencia que eso ha significado menos impuestos, menos hospitales preferirá un producto que beneficie al prójimo y al medio ambiente.

SH: ¿Qué tanto influye la familia en ese aspecto?

HLB: Yo creo que una familia estructurada es fundamental: Nosotros pensamos que la empresa tiene que ser el agente de cambio porque sus trabajadores venimos de familias y



si yo trabajo en una empresa donde a mí me dicen que no deje las luces prendidas yo voy a llegar a mi casa y apagaré la luz.

Nosotros si incidimos en el tema de valores. A las empresas que quieren hacer responsabilidad social les decimos que no pinten colegios, sino que definan en primer lugar cuáles son sus valores y que realicen un código de conducta para que todos sus empleados y colaboradores sepan cómo se debe trabajar.

Hoy los jóvenes quieren trabajar en lugares que le den calidad de vida. Por ejemplo, muchas chicas quieren trabajar cerca a su gimnasio porque privilegian este tema, hay otros que privilegian el tema de la comida porque la nutrición es importante etc

SH: Pero si hay problemas económicos muchos jóvenes pueden aceptar cualquier trabajo

HLB: No necesariamente, porque cuando se han hecho estudios sobre la primera razón por la que trabaja la gente en un lugar no es por la económica. Si bien puede haber deudas pero si se encuentra en un lugar en donde se trata mal al trabajador, este va a buscar salirse en cualquier momento de ese trabajo. Hay empresas que han cambiado totalmente y de manera positiva su entorno laboral y hacia eso tenemos que apuntar.

SH: Si bien el tema de la responsabilidad social está en agenda en Lima, ¿cómo está en provincias?

HLB: Hay diferencias por el tipo de consumidor. En Lima quien te obliga al cambio es el consumidor, en provincias hay menos consumo responsable pero sin embargo, cuando trabajamos con los jóvenes ellos nos dicen que quieren privilegiar la educación, el ambiente, los valores etc pero vamos a ver cuál es la diferencia entre el discurso y el hecho porque como buenos jóvenes son soñadores, aunque sus sueños son grandes y están tratando de cambiar al país.

Lo que queremos lograr con este simposio, que es el más antiguo de Latinoamérica con 15 años, es seguir con esta tarea de difusión de la responsabilidad social, que la gente tome conciencia de que la responsabilidad social no es solamente de las empresas, sino es de todos.

SH: ¿Cuáles son sus expectativas ahora que se apruebe el ISO 26000?

HLB: La ISO 26000 ya ha sido aprobada con un voto superior al 90%, por lo tanto ya es una realidad mundial la necesidad de trabajar responsablemente. Consideramos que va a ver una gran necesidad de profesionales expertos en RS. Las universidades recién están sacando sus primeros diplomados en responsabilidad social y si una empresa quiere contratar a más personal salido de la universidad no lo va a encontrar de forma rápida. Todos los que estamos metidos en este tema somos auto didactas que hemos ido aprendiendo en el

tiempo y nos hemos ido capacitando, por eso tenemos el problema de la formación de gente que cubrirá las demandas de las empresas.

El segundo problema es que todos los que quieren trabajar en estos temas son jóvenes y si a un gerente de 45 años dueño de su negocio, una chica de 23 años le dice que hay que cambiar las cosas puede haber problemas; tenemos que esperar que este grupo crezca y madure. Pero no todos los empresarios somos así, hay gerentes jóvenes que están cambiando, son más motivadores, más comprensibles e inclusivos, pero habrán gerentes difíciles y la responsabilidad social es transversal para toda la empresa.

SH: ¿Y cómo le parece el Estado como promotor de responsabilidad social?

HLB: Yo creo que el futuro del mundo está en las alianzas público-privadas porque hasta el momento ni las empresas ni el Estado han sido capaces de superar los problemas de pobreza, de educación y de corrupción y creo que hay una necesidad de trabajar de manera conjunta.

Y así como te decía que hay ausencia de personal para trabajar en las empresas, creo que en el sector público es más crítico y la gran mayoría de jóvenes no quiere trabajar en empresas públicas y hoy día cuando el empresario quiere hablar con alguien del sector público no encuentra a nadie similar para ello, salvo algunas empresas estatales con nombre propio que vienen trabajando de forma acertada.

Aunque si me pides una respuesta, te diré que la responsabilidad social del Estado está en cero porque hay muchas comunidades que piensan que es la responsabilidad de las empresas es hacerles carreteras, hospitales y escuelas, hay todavía mucho porque trabajar.

SH: ¿Perú 2021 tienen planeado implementar un sello?

HLB: Esto es importante porque el Sello Empresa Socialmente Responsable que se presentará a fines de año le va a servir a las empresas para su plan de trabajo, es también una manera de convencimiento a la alta gerencia de que este es un tema que hay que trabajarlo. Por eso creo que es importante tener un autodiagnóstico donde las propias empresas a través de evidencias, puedan saber quienes cumplen con ciertas normas de responsabilidad social y la idea es que esto se llame "Aliarse por el Perú" y en este primer año debemos de empezar con las empresas que pensamos que son socialmente responsables y que son las que trabajan con nosotros.

La idea a largo plazo es que el Patronato deje de existir como tal y todas las empresas que se inscriban a "Aliarse por el Perú" sepan que la ciudadanía sabrá si son realmente responsables y cuáles son los puntos que hay que trabajar más etc.





Aún nuestras debilidades son Innovación, Instituciones, Salud y Educación Primaria e Infraestructura.

WORLD ECONOMIC FORUM

PUBLICA INFORME GLOBAL DE COMPETITIVIDAD (IGC) 2010-2011

El World Economic Forum WEF, de Ginebra Suiza, presentó los resultados del Informe Global de Competitividad 2010-2011. La presentación se llevó a cabo en el marco de un encuentro internacional realizado en Beijing China.

El Informe es resultado del estudio comparativo de la competitividad de 139 economías, seis más que el año anterior y muestra en las cinco primeras posiciones del ranking a Suiza, Suecia, Singapur, Estados Unidos y Alemania respectivamente.

El Perú se ubica en el puesto 73 escalando cinco posiciones respecto al año anterior, y comparado con los principales países competidores directos en el informe, Uruguay sube una posición, México baja seis, Colombia sube una, Guatemala sube dos, El Salvador cae cinco y Argentina cae dos. Cabe resaltar que este es el tercer año consecutivo que Perú mejora su clasificación.

Nuestro país se encuentra en el segundo de los tres estados de desarrollo que el WEF estableció desde el año 2007, es decir compite por la "Eficiencia", presentándose como reto desarrollar mayores capacidades y apuntar hacia el tercer nivel que es la "Innovación".

La clasificación del ranking se basa en 12 pilares, ofreciendo una visión integral del panorama de la competitividad en países de todo el mundo. Los pilares son: Instituciones, Infraestructura, Entorno Macroeconómico, Salud y Educación Primaria, Educación Superior y Capacitación, Eficiencia del Mercado de Bienes, Eficiencia del Mercado Laboral, Desarrollo del Mercado Financiero, Preparación Tecnológica, Tamaño del Mercado, Sofisticación Empresarial e Innovación.

Los cálculos se realizan a partir de datos públicos y de la Encuesta de Opinión Ejecutiva, una encuesta exhaustiva anual realizada por el WEF con su red de Instituciones Contraparte (institutos líderes de investigación y organizaciones empresariales) en los países cubiertos por el estudio. Este año, más de 13,500 líderes empresariales fueron encuestados. La encuesta está diseñada para detectar un amplio rango de factores que afectan el clima empresarial.

El informe también incluye listados completos de las principales fortalezas y debilidades de los países, haciendo posible identificar prioridades clave para decisiones políticas y de inversión. Contiene una extensa sección de datos con un perfil detallado de cada una de las 139 economías incluidas en el estudio, proporcionando un resumen completo de la situación general en la clasificación, así como tablas de datos con las clasificaciones mundiales para más de 110 indicadores.

Las principales fortalezas del Perú corresponden a: Desarrollo del Mercado Financiero, Tamaño de Mercado y Eficiencia del Mercado Laboral, mientras que las debilidades continúan en Innovación, Instituciones, Salud y Educación Primaria e Infraestructura.

Comparativamente con los demás países de Latinoamérica y el Caribe, aparecemos a mitad de la tabla, detrás de Brasil, Uruguay, México y Colombia y superando a Guatemala, El Salvador, Argentina, Honduras y República Dominicana.

El Informe Global de Competitividad es la más importante y prestigiosa comparación que se realiza a nivel mundial sobre la competitividad de las naciones. El Centro de Desarrollo Industrial de la Sociedad Nacional de Industrias es la contraparte en el Perú del World Economic Forum.

SAVIA Perú comprometida con el desarrollo de las comunidades



SAVIA
PERÚ

Energía que transforma tu vida

El desarrollo de una localidad es sostenible cuando todos los actores trabajan alineados para lograr un objetivo común. Por ello, SAVIA Perú promueve iniciativas tripartitas en las que la empresa privada, el estado y la sociedad civil cooperan conjuntamente. SAVIA Perú desarrolla su Política de Responsabilidad Social en base a tres principios fundamentales: contribuir al desarrollo sostenible, generar confianza y operar responsablemente, manteniendo altos estándares de calidad, protegiendo el medio ambiente y la biodiversidad.

www.saviaperu.com





ENTREVISTA

EL CAREC Y EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES DE NUESTRA AMAZONÍA

PeruPetro es la empresa estatal que promueve, negocia, suscribe y supervisa contratos para la exploración y explotación de hidrocarburos en el Perú. En esta oportunidad, conversamos con su presidente, Daniel Saba y su gerente general, Isabel Tafur, quienes nos dan mayor información sobre las actividades que viene realizando esta empresa y el Comité de Administración de Recursos para Capacitaciones (CAREC).

S H: ¿Cómo viene trabajando PerúPetro en los temas ambientales y de relaciones comunitarias?

DS: Desde hace cuatro años hemos implementado una División Especial para Asuntos Ambientales y Relaciones Comunitarias ya que formamos parte de los contratos que se firman para exploración y explotación, vigilamos como desarrollan las empresas la parte ambiental y social, detectamos los problemas que hay, cómo prevenirlos, cómo anticiparlos, etc desde nuestra oficina central y en nuestras oficinas descentralizadas ubicadas en Iquitos, Ucayali, Tarapoto, Talara y próximamente en el Cusco.

SH: ¿Cómo vienen trabajando con las comunidades?

DS: Es un trabajo lento y complicado, pero estamos avanzando. Las comunidades han estado mucho tiempo abandonadas y no tienen un nivel de confianza muy alto por lo que hay que ganarse esa confianza. Por otro lado, hay que entender el tipo de mensaje que ellos mandan y qué es lo que realmente quieren detrás de una determinada acción. Por ejemplo, ellos tienen reclamos justos y antiguos en el tema de educación, salud y otros aspectos sociales y su manera de protestar a veces es alegando contaminación por parte de las industrias petroleras y así ganan la atención del Estado para solucionar sus problemas.



Este es un proceso de aprendizaje mutuo, pero creo que hemos avanzado bastante porque los dirigentes de las comunidades vienen a la sede central a dialogar y es un nivel de relación interesante que espero avance aún más.

SH: ¿Cómo están promoviendo el tema de consultas y participación ciudadana?

DS: Nosotros entendemos la consulta no solamente como un hecho formal que se realiza una vez cada cierto tiempo con motivo de una determinada actividad, sino que lo tomamos como un proceso permanente desde las oficinas descentralizadas y se hacen de acuerdo a ley. Pero creo que más importante que estas consultas formales -como yo les llamo- son las otras, las informales, las diarias y permanentes que son las que promovemos desde nuestras oficinas en las diversas regiones.

SH: ¿Cuántos contratos hay en estos momentos y cómo están promoviendo al Perú?

IT: Tenemos 87 contratos vigentes, 19 en explotación y el resto en exploración.

DS: Y este año esperamos llegar a los 100 contratos como parte del Proceso de Selección 2010. El trabajo de promoción tiene varios componentes como son las visitas personales, la participación en eventos, conferencias, ferias internacionales y el trabajo que se desarrolla con nuestras embajadas y consulados y también, con convenios que tenemos con diversos países por lo que es un trabajo intenso que va creciendo y obliga a seguir cultivando estas relaciones, pero creo que se ha avanzado bastante en este aspecto en los últimos años.

PREMIO CAREC

SH: ¿Cuáles son las expectativas de la segunda edición del Premio Carec?

IT: Hay una participación de 21 empresas con proyectos que están siendo evaluados por un comité especial y contamos con invitados internacionales por lo que parece que todo va a ser un éxito.

Tenemos tres categorías: primer, segundo y tercer premio y las menciones honoríficas que se dan porque es necesario destacar el esfuerzo que han hecho las empresas por las comunidades nativas. Por eso, para que un proyecto entre al concurso tiene que ser innovador, beneficiar a la mayor cantidad de pobladores y que no les cree una dependencia o una necesidad que luego no les pueda ser satisfecha.

SH: ¿Cómo vienen trabajando a través del Carec con el tema de las capacitaciones?

IT: Hemos trabajado un proyecto en la localidad de Tumberos mejorando toda la infraestructura de un centro educativo que incluye la instalación de paneles solares, la capacitación de docentes a través de un convenio que tiene Perú Petro, Carec y la Universidad de Pucallpa. Hemos realizado también un gran trabajo en el tema de la interculturalidad al que aparentemente no le dan mucha

importancia ya que los nativos muchas veces se sienten disminuidos cuando ven en sus textos donde estudian la educación primaria a una llama a la que no identifican dentro de su entorno.

Por ello, hemos llevado libros en idioma awajun conjuntamente con el Ministerio de Educación y vamos a seguir replicando este trabajo este año en un par de comunidades más que están ubicadas en el distrito de Aramango en la provincia de Bagua.

SH: ¿Y cómo vienen trabajando en la formación de empresarios?

IT: Carec también ha realizado un convenio con ESAN por el cual se vienen capacitando por primera vez a 32 nativos de diversas comunidades del VRAE, del Cusco y de Bagua para desarrollar proyectos. ESAN no solamente los va a apoyar en el estudio, sino también los va a ayudar a buscar mercado y hacerles seguimiento.

SH: ¿Y cómo ha sido esta selección?

IT: Hay desde analfabetos hasta los que tienen educación secundaria, y la selección ha sido básicamente en cuanto a la visión que tienen para formar empresas. Estos nativos pertenecen a las comunidades Ashuares, Ashaninkas, Ocamas, Aguarunas, Umbizas y Machiguenas.

DS: Sobre este último punto quisiera decir que el gran mérito del Carec es que, cuando hay problemas que resolver como estos que van más allá del objetivo, los resolvemos y nos genera una experiencia muy valiosa.

Por otro lado, buscamos que los proyectos sean auto-sostenibles, que vaya más allá de la actividad que los financia como es el sector de hidrocarburos porque la historia del Perú está llena de periodos de abundancia en zonas donde se explotó un determinado recurso y que luego fueron abandonadas como paso por ejemplo con la minería en Huancavelica, que es actualmente una de las zonas más pobres del país y nosotros no queremos eso. Esta es la oportunidad de implementar proyectos porque hay la posibilidad de conseguir financiación de las mismas empresas que vienen operando y conseguir financiación internacional. La otra posibilidad es que en las licitaciones de lotes que ya tengan reservas aprobadas, el gobierno pueda cobrar una cuota inicial y que esta sirva para crear un fondo para financiar el desarrollo de la selva.

SH: ¿Y con todo este trabajo usted cree que la imagen del nativo hacia el foráneo, hacia este tipo de empresas ha mejorado?

DS: Yo no creo que el nativo tenga una imagen de estas empresas como explotadoras y que agoten sus recursos, más bien, esa es la visión de dirigentes que tienen una intención política porque el nativo quiere es mejorar su condición de vida. Ellos saben que una actividad como la de hidrocarburos, si está bien encaminada, si tiene responsabilidad social y si hay por parte del Estado instituciones que tienen conciencia social para promover estos





ENTREVISTA



SAVIA Perú,

COMPROMETIDA CON EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES

En esta entrevista, Silvia Noriega, Líder de Responsabilidad Social de SAVIA Perú, señala que la actividad petrolera puede coexistir en armonía con la pesca, la maricultura y otras actividades que se desarrollan en la costa del país.

S H: ¿Desde cuándo viene trabajando SAVIA Perú?

SN: SAVIA Perú es una empresa que se transforma en febrero de 2009, como resultado de la unión de dos importantes empresas estatales: KNOOC, de Corea del Sur y Ecopetrol de Colombia y que en febrero de 2010 adquiere una nueva identidad como SAVIA Perú.

El tema de responsabilidad social es un punto muy importante para la nueva administración de SAVIA Perú, es así que desde su nacimiento se creó la Asociación Civil sin fines de lucro SAVIA Perú, cuyo objeto es realizar actividades de inversión social en las comunidades asentadas en el área de influencia de la compañía

(Piura, Lambayeque, La Libertad, Ancash, Lima e Ica) y al que ha aportado de manera voluntaria un fondo de US\$ 3 millones anuales por cinco años, a fin que desarrolle proyectos de beneficio social. Dichas actividades se sumarán a otras acciones dentro del programa de Gestión Social y Relacionamiento Comunitario de SAVIA Perú.

SH: ¿Cómo vienen trabajando la Responsabilidad Social en SAVIA Perú?, ¿en qué sectores?

SN: SAVIA Perú es una empresa comprometida con el medio ambiente y la comunidad y su principal objetivo de responsabilidad social es operar en un entorno de paz social, a través de la construcción de relaciones duraderas, basadas en la confianza, mutuo respeto y transparencia con las comunidades de nuestras zonas de

influencia. Creemos firmemente que la actividad petrolera desarrollada de manera responsable y cumpliendo con la normatividad existente como lo viene haciendo SAVIA Perú, puede coexistir en armonía con la pesca, la maricultura y otras actividades que se desarrollan en la costa del país.

El desarrollo de una localidad requiere el esfuerzo y cooperación de tres actores clave: Estado, comunidad y empresa privada. Sobre la base de este esquema, SAVIA Perú desarrolla su Política de Responsabilidad Social y apoya iniciativas autosostenibles en educación, salud, desarrollo productivo estratégico y apalancamiento de iniciativas estatales en beneficio del país.

SH: ¿Cuántas comunidades se han beneficiado con estas políticas?

SN: Actualmente nuestra zona de operación es la costa de Piura, específicamente las provincias de Talara, Paita y Sechura. En estas localidades hemos desarrollado diversos proyectos educativos como la adopción de las Escuelas 20208 Ángel Leoncio Prado de Puerto Rico en Sechura, así como el Centro Educativo Básico Especial de Negritos, en el distrito de La Brea-Talara. Asimismo, se han desarrollado talleres de confecciones para las mujeres del Distrito de la Brea, y se está iniciando un proyecto de artesanía con mujeres del Distrito de Vice en Sechura.

En proyectos de salud, SAVIA Perú ha apoyado en la instalación del servicio de agua, el mejoramiento y ampliación de la posta médica de La Brea, igualmente se está colaborando con la posta médica de Puerto Rico en Sechura, capacitando al personal técnico en medicina y haciendo posible la presencia de dos médicos en la zona. Igualmente, se llevó a cabo el curso de medicina subacuática en Sechura, campañas de salud para prevenir el dengue en los distritos de Sechura, Negritos, El Alto y Los Órganos a través de la capacitación y fumigación respectiva y participamos también en la campaña gratuita Operación Sonrisa en Piura entre otros aspectos.

SH: ¿En dónde han implementado el curso de Medicina Subacuática?

SN: El curso de Medicina Subacuática se realizó en el Centro de Salud de Sechura en abril de este año y los temas abordados fueron: física de buceo, medicina hiperbárica, tablas de tratamiento y cámara hiperbárica, para reforzar los conocimientos del personal técnico en salud en este tema tan importante para la población de Sechura, que se dedica al buceo asociado a la maricultura.

SH: ¿Cómo vienen trabajando el tema del Medio Ambiente dentro de sus operaciones?

SN: En SAVIA Perú, todas las actividades operativas y proyectos se planifican y ejecutan considerando el princi-

pio preventivo y cuidado del entorno, a fin de contribuir con el desarrollo sostenible y la conservación del medio ambiente para las futuras generaciones.

En este sentido, las actividades operativas de cada proyecto se controlan ambientalmente mediante programas de monitoreos participativos. Además, tenemos un riguroso programa de manejo de residuos y reciclaje que contribuye a la conservación del medio ambiente.

También hay que tener en cuenta que las actividades de exploración y explotación están sujetas a estrictos procedimientos regulatorios y normativos en la legislación peruana, que venimos cumpliendo de manera rigurosa y que durante su ejecución son auditados por personal experto de organismos supervisores que aseguran su observancia y mejora continua.

SH: ¿Cómo vienen trabajando los temas de Seguridad y Salud Ocupacional para sus trabajadores internos?

SN: Para SAVIA Perú, la salud ocupacional es un componente fundamental para el desarrollo de la empresa. Esta contribuye a incrementar el bienestar y la productividad mediante el mejoramiento de las condiciones laborales y de vida de nuestros colaboradores.

La empresa asume este compromiso a través de su Política de Seguridad, el Sistema Integrado de Gestión (SIG) y la certificación OHSAS 18001, los cuales fomentan una cultura de prevención de enfermedades y riesgos laborales con la participación de los trabajadores en un proceso de mejora continua conforme a lo establecido en el Plan Estratégico Organizacional.

SH: Por otro lado, ¿en qué proyecto están participando para el Premio CAREC?

SN: Estamos participando con el proyecto: "Adopción del Centro Educativo Básico Especial de Negritos, por una educación inclusiva". Esta es una alianza estratégica entre SAVIA Perú S.A., el centro educativo adoptado y la Unidad de Gestión Educativa Local - UGEL Talara, y está orientada a promover la inclusión social y económica de los niños con discapacidad del distrito de La Brea - Negritos.

Este proyecto nace de la identificación de la ausencia de un plan de inclusión social efectivo para los discapacitados en el distrito. La solución propuesta y el objetivo de este proyecto fue la incorporación de todo estudiante con discapacidad en centros educativos comunes para que logren un óptimo desarrollo físico y mental mediante la realización de terapias físicas y de lenguaje, así como su participación en talleres produc-





Son 19 recursos ganadores a nivel nacional

MAESTRO DIGITAL

PREMIA INICIATIVAS DE DOCENTES INNOVADORES

El concurso Maestro Digital premió a 24 docentes a nivel nacional quienes presentaron sus proyectos educativos con el objetivo de innovar y mejorar la enseñanza a nivel escolar a través de las nuevas herramientas tecnológicas. Cabe recordar que este concurso empezó a recibir trabajos el 24 de marzo, concluyó el 18 de setiembre en una emotiva ceremonia en donde se reconoció el esfuerzo, interés y capacidad de innovación de los docentes en cinco diferentes categorías. La ceremonia de premiación que se realizó en el Auditorio de Derecho de la PUCP, contó con la presencia de Nanci Torrejón secretaria del Consejo Nacional de Educación, de Elena Valdiviezo Gainza decana de la Facultad de Educación de la PUCP, además de los participantes, organizadores, auspiciadores y otras personalidades del mundo educativo

Durante la premiación los docentes ganadores recibieron de manos de los organizadores un diploma de reconocimiento a la creatividad y calidad en el desarrollo de sus recursos, además de laptops, cámaras fotográficas, cámaras de video, y becas integrales para diplomados y cursos de capacitación docente en la PUCP. Asimismo se destacó el trabajo desarrollado por los maestros y el rol que cumple la sociedad y el empresariado al promover concursos como Maestro Digital.

TRABAJOS PRESENTADOS

Esta edición de Maestro Digital, tuvo una gran acogida

habiéndose presentado un total de 178 recursos a nivel nacional, de los cuales 46% correspondió a educadores de Lima seguido de Arequipa y Lambayeque (11% y 8% respectivamente). En cuanto a las categorías, el 39% fueron blogs, 25% presentaron soporte multimedia, 15% webquest, 13% en formato audiovisual y un 8% wikis.

Los recursos ganadores destacaron en seis ámbitos: calidad del recurso, contenido innovador, utilidad del recurso y relevancia, funcionalidad y viabilidad del recurso, diseño didáctico y diseño gráfico. Hubo un riguroso sistema de calificación a cargo del Comité Evaluador que estaba conformado por un equipo técnico y pedagógico de especialistas en educación de la PUCP. Luego, los proyectos clasificados se derivaron a los miembros del Jurado Final, quienes se encargaban de elegir a los ganadores y menciones honrosas.

FERIA DIGITAL

Adicionalmente a la entrega de premios, se realizó la Feria Maestro Digital Aplicado en la cual se incentivó a los maestros y profesionales dedicados a la docencia a integrar las tecnologías en las actividades regulares de enseñanza y aprendizaje. Así se dictaron diversas capacitaciones y actualizaciones en múltiples conferencias, talleres, exposiciones y exhibiciones, en la Facultad de Educación de la PUCP, donde al finalizar la feria, los asistentes recibieron certificados de participación. El ingreso fue libre y tuvo gran acogida.



Universidad Ricardo Palma
Instituto de Recursos Humanos
"Américo Bibolini Trucíos"

CONVOCATORIA

Diplomado en Responsabilidad Social



Horario:

Miercoles de 06:00pm a 10:30pm.

Inicio de Clases:

Miercoles 13 de Octubre del 2010.

Inscripciones:

Del 10 de Setiembre al 10 de Octubre del 2010

Pabellón de Psicología 4to Piso

de 09:00am a 2:00pm y 05:00pm a 09:00pm.

Telefono: 708-0100 / Email: ierh@urp.edu.pe



Juan Flores gerente de Relaciones Institucionales de Corporación Lindley:

“ECOESCUELA BUSCA CREAR CONCIENCIA ECOLÓGICA Y EL USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS”

En esta entrevista el ejecutivo señala que este programa también promueve la comercialización de los envases recolectados en los colegios de manera directa con acopiadores y recicladores con autorización municipal, obteniendo así ingresos económicos muy valiosos para la mejora de la gestión educativa



SH: ¿Cómo nace el programa Ecoescuela?

JF: Desde hace más de 45 años, Corporación Lindley cuenta con programas sociales vinculados a la educación escolar. Uno de ellos es el conocido Programa de Visitas realizado diariamente a las instalaciones de la centenaria planta del Rimac y en donde miles de escolares, a lo largo de décadas, han aprendido el proceso de fabricación de las bebidas favoritas de todos los peruanos: Coca-Cola e Inca Kola. Es gracias a esta experiencia con escolares que Corporación Lindley decidió lanzar Ecoescuela a inicios de 2007. De esta manera, empezamos devolviéndoles la visita a 10 colegios públicos de Lima Metropolitana llevando educación ambiental a los escolares de colegios comprometidos con el cuidado del ambiente.

SH: ¿En qué consiste este programa?

JF: Es una iniciativa de trascendencia nacional. Busca crear conciencia ecológica y capacidades en los escolares y maestros en el uso eficiente de los recursos, mediante el reciclaje de botellas plásticas. El programa fue creado por Corporación Lindley con el apoyo de Coca-Cola y la ayuda en la gestión del Grupo GEA. A través de módulos educativos, los estudiantes reciben capacitaciones en temas ambientales prioritarios, como el reciclaje de residuos sólidos, el calentamiento global, el ahorro de agua y energía, entre otros. Se motiva también la práctica de estos conocimientos a través de campañas de recolección de envases de plástico PET, promoviendo el cambio de conducta en los estudiantes y una sana competencia entre las escuelas participantes.

SH: ¿Es cierto que además se generan ingresos para las escuelas participantes?

JF: Es correcto. Uno de los aspectos más innovadores de Ecoescuela es su apuesta por convertir a las institu-



ciones educativas en parte de la cadena productiva del reciclaje de material PET. Para ello, Corporación Lindley promueve la comercialización de los envases recolectados en los colegios de manera directa con acopiadores y recicladores con autorización municipal, obteniendo así ingresos económicos muy valiosos para la mejora de la gestión educativa. Esto permite que la participación de los colegios sea sostenible en el tiempo. Por ejemplo, hemos sido testigos de ver cómo algunos colegios han invertido lo recaudado en mobiliario, equipo deportivo, microscopios y hasta toldos para defender a los niños del sol.

SH: ¿Cómo se ha desarrollado el programa tanto en Lima como en provincias?

JF: En el 2008, Corporación Lindley triplicó el número de colegios participantes en Lima y Callao. Se recolectaron 20 TM de plástico. El 2009, Corporación Lindley lanza Ecoescuela -junto al ministro Antonio Brack- en 100 colegios de Lima y Callao y, se hace un piloto de 10 colegios en la ciudad de Trujillo. Al cierre del 2009, los escolares ayudaron a recolectar 80 TM de plástico, se capacitó a 2,500 docentes y a 110,000 alumnos, y los colegios generaron casi S/75,000 de ingresos por la comercialización del PET. Uno de los grandes descubrimientos en el 2009 fue la motivación especial de los colegios del interior del país. Por eso, Corporación Lindley, en el marco de su centenario, toma la decisión de lanzar el programa de manera descentralizada, nuevamente junto al ministro Brack, no solo en Lima, Callao y Trujillo sino también en Arequipa e Iquitos.

SH: ¿Cómo ha sido la respuesta de los escolares ante esta campaña de educación ambiental?

JF: Muy buena. Los escolares son muy receptivos ante estos mensajes, desde los más pequeños hasta los adolescentes de quinto de secundaria. Hay mayor conciencia en el cuidado del ambiente y si a eso le agregas valor para los maestros, directores y padres familia, entonces se genera un círculo virtuoso, que es el que venimos experimentando. Las metas para el 2010 son muy agresivas ya que queremos recolectar y comercializar más de lo realizado en los tres primeros años de vida. Es decir, conseguir más de 100 TM de PET que generarían aproximadamente unos S/80,000 que servirían para ayudar a mejorar los colegios participantes.

SH: ¿Participan también los padres de familia?

JF: No solo ellos, sino también la dirección de los colegios y sus profesores. Sin su ayuda Ecoescuela no tendría el impacto que tiene. Es por ello que quiero agradecerles por el gran esfuerzo que hacen para que sus niños y niñas puedan participar. Es interesante también ver cómo éstas enseñanzas se re aplican en

las casas de los estudiantes y en sus barrios. No olvidemos, además, que Corporación Lindley motiva a los alumnos con premios para sus colegios. Así, alumnos, padres y profesores unen fuerzas para poder ganar laboratorios de cómputo, además de la recompensa económica por la comercialización del PET en los colegios como he mencionado.

SH: ¿Están trabajando solamente con colegios del Estado?, ¿están llegando a entidades educativas particulares?

JF: El esfuerzo está dirigido principalmente a los colegios del Estado bajo ciertas condiciones: uno, que sean unidades escolares que tengan la infraestructura para poder almacenar el PET; dos, que sus directores y profesores estén comprometidos con la causa; y tres, que cuenten con 1,000 alumnos por lo menos. Sin embargo, este año, Corporación Lindley ha tenido la iniciativa de invitar a algunos colegios particulares con el objetivo de ampliar la red EcoEscuela, y de esta forma incrementar los volúmenes de botellas recolectadas, en beneficio del entorno y las escuelas estatales participantes.

SH: ¿Cómo vienen coordinando con el Ministerio del Ambiente?

JF: El Ministerio del Ambiente es un socio clave del programa. Brinda el respaldo y las pautas en cuanto a los contenidos ambientales que se imparten en las escuelas participantes, además de participar en eventos y actividades conjuntas del calendario ambiental, lo que fortalece el posicionamiento del programa. El Ministerio de Educación también es un aliado fundamental de Ecoescuela, porque facilita el acceso a colegios a nivel nacional a través de las UGEL's, y nos da sus recomendaciones técnicas para la selección de las escuelas, así como la certificación oficial a los docentes destacados, que los acredita como promotores ambientales.

SH: ¿Cuáles son los objetivos del programa para el próximo año?

JF: Para el 2011 nuestro objetivo es continuar la descentralización del programa y, dependiendo de los resultados en Trujillo, Arequipa e Iquitos, ampliar el número de colegios beneficiarios. Asimismo, estamos trabajando en un proyecto para Cusco, desarrollando módulos más pequeños con el mismo objetivo de sensibilizar a escolares y también a sus pobladores. Finalmente, queremos lanzar Ecoescuela en asociación con otra empresa privada. Una que comparta nuestros valores y nuestro interés por mejorar la educación escolar en el país. En este sentido, venimos coordinando con una empresa líder de un sector diferente al nuestro, a fin de aunar esfuerzos. Esto sería un hito, ya que muy pocas veces han ocurrida alianzas de esas características.





Ejecución de primera obra por impuestos del BCP
"Rehabilitación de Pistas y Veredas en la Urbanización
Angamos – Etapa II" en la provincia de Piura



SECTOR PRIVADO

APOYA INFRAESTRUCTURA PÚBLICA A TRAVÉS DE LEY DE OBRAS POR IMPUESTOS

BCP es la primera empresa del sector financiero que apoya esta iniciativa

La Ley N° 29230, publicada en mayo de 2008, promueve que empresas privadas financien obras públicas a cuenta de sus impuestos. De esta manera, el Estado busca la ejecución de proyectos de inversión pública, a través de la suscripción de convenios entre los Gobiernos Regionales (GR) o Gobiernos Locales (GL) y empresas privadas.

El Banco de Crédito BCP, actualmente única entidad financiera en suscribirse a esta ley, se encuentra en ejecución de su primera obra "Rehabilitación de Pistas y Veredas en la Urbanización Angamos – Etapa II" en la provincia de Piura, por un monto de 4 millones 366 mil soles. Dicha obra busca beneficiar a 1,362 vecinos (227 viviendas) y mejorar el tránsito peatonal y vehicular para todos pobladores de esta urbanización.

Cabe destacar que dicha urbanización ha estado a la espera de esta obra por más de 20 años debido a los estragos que dejó el Fenómeno del Niño que azotó Piura en los años ochenta. El trabajo en la zona permitirá tener la rehabilitación de sus pistas y veredas, que permitirá elevar el predio de sus propiedades, mejorar el acceso de circulación del tránsito urbano y peatonal y la disminución de la contaminación por polvo entre sus pobladores.

"En el BCP hemos visto una gran oportunidad a través de esta ley, pues no solo permite una alianza estratégica entre el gobierno y las empresas, sino que además permite a las compañías trabajar por la comunidad de forma sostenible, impactando en sus zonas de influencia directa. Es una obra de ganar-ganar tanto para las empresas como para sus grupos e interés" sostiene

Luciana Puente, Gerente de Responsabilidad Social del BCP.

Adicionalmente, la Ley indica que las empresas privadas podrán invertir hasta en un 50% su Impuesto a la Renta para ejecutar proyectos de inversión pública en infraestructura priorizados, que cuenten con la declaratoria de viabilidad en el marco del Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP). El monto invertido por las empresas privadas será descontado hasta en un 50% de su Impuesto a la Renta correspondiente al año anterior. Las empresas privadas recuperan el monto invertido en los proyectos mediante Certificados de Inversión Pública Regional y Local (CIPRL), los cuales son emitidos por la Dirección del Tesoro Público del Ministerio de Economía y Finanzas.

RECOMENDACIONES DEL BCP PARA APLICAR A LA LEY N° 29230

- Evaluar la región donde se quiera impactar con la obra de acuerdo a los objetivos del negocio de la Empresa.
- Evaluar el tiempo de duración del proyecto dependiendo de lo que se quiere buscar (baja complejidad/rápido de implementar/proyecto con más trascendencia/etc.)
- Promover conjuntamente con el GR y GL un trabajo técnico eficiente para la agilización de las etapas de implementación del proyecto elegido.
- Solicitar el estudio de perfil o pre factibilidad activo (que tengan código SNIP).
- Medir el nivel de impacto de implementar la obra en la zona.



TELEFÓNICA Y MUNICIPALIDAD DE ITE (TACNA) FIRMAN ACUERDO DE OBRA POR IMPUESTOS

Luego de cumplir con todos los requisitos que el proceso de selección exige, la empresa Telefónica del Perú firmó el convenio de cooperación con la Municipalidad de Ite - Tacna, para el mejoramiento y ampliación del servicio de telecomunicaciones en dicho distrito, lo cual dará posibilidades de acceso y comunicaciones a más de 2,600 pobladores en seis centros poblados. El acuerdo fue suscrito en la sede de Proinversión por Pablo Ysaul Rivera Chávez, alcalde de Ite y Javier Manzanares, presidente del Grupo Telefónica en el Perú.

Esta obra se realizará en el marco de la Ley 29230, que promueve la inversión pública con participación del sector privado. Con este proyecto, Telefónica se convierte en la primera empresa del sector telecomunicaciones en acogerse a la ley que permite al sector privado el canje de obras por impuestos, promovida por Proinversión y el MEF.

El convenio hace posible el desarrollo del Proyecto de Inversión Pública (Código SNIP No. 149508) para el mejoramiento y ampliación de infraestructura de telecomunicaciones del distrito de Ite, de la provincia de Jorge Basadre donde no cuentan con servicios de telecomunicaciones. El proyecto permitirá atender las necesidades de telefonía de más de 380 hogares del lugar y la posibilidad de brindar más de 250 accesos de internet, además de ampliar la cobertura de telefonía celular a los distritos de Alfarillo, Las Vilcas, San Isidro, Pampa Alta y Pampa Baja. El monto de financiamiento que realizará Telefónica es de aproximadamente S/. 3'800,000.

“Los pobladores de Ite se beneficiarán con el acceso a las comunicaciones y su integración al mundo a través de internet. Estamos seguros, además, que se les abrirán muchas puertas para el desarrollo de nuevos negocios que permitirán generar puestos de trabajo y mejorar la calidad de vida de la gente de Ite”, destacó Javier Manzanares.

Las obras, que culminarán a fin de año, comprenden el despliegue de facilidades para ofrecer en Ite servicios de telefonía fija, telefonía pública, telefonía celular y acceso a Internet. El proyecto ha sido elaborado en una plataforma modular escalable que permitirá ampliar sus capacidades de manera tal que pueda atender la demanda



local de servicios de telefonía e Internet en el futuro. Otra herramienta para la expansión de las comunicaciones y reducción de la brecha digital.

El acceso a las comunicaciones tiene un impacto indiscutible en la economía y calidad de vida de las personas. Es un reto para el país propiciar la expansión de las telecomunicaciones y la masificación de la banda ancha. Según el Banco Mundial, en países como el Perú, es posible obtener un impacto de 1.38 p.p. de crecimiento económico por cada 10 p.p. de penetración de banda ancha

Según cifras oficiales, en el Perú existen más 34,000 localidades sin comunicación de voz y más de 62,000 localidades sin acceso a internet. La dispersión poblacional y realidad geográfica, dificultan que la inversión privada pueda llegar a miles de estas localidades en forma sostenible, con redes de transporte y/o planta externa para posibilitar el acceso a los servicios.

En lo últimos años se ha avanzado positivamente en la reducción de la brecha digital y expansión de la cobertura a localidades donde difícilmente hubieran llegado los servicios en el corto plazo; no solo a través del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (FITEL), sino también de Alianzas Público-Privadas (como el Proyecto Intégrame de Telefónica con la Municipalidad de Coasa en Puno o Canas en Cusco) y asociaciones entre Fondos Sociales y empresas del sector telecomunicaciones (como el Fondo Minero Antamina con Movistar y el Fondo Social Yuncán con Claro y Movistar).





DESARROLLO DE CAPACIDADES EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

Una aproximación al desarrollo de capacidades de empresarios y colaboradores de las distribuidoras de cerámicos de Lima Metropolitana.

Por: Juan José Román

Coordinador de Comunicación

Aprenda Instituto de la Microempresa | Grupo ACP

DISTRIBUIR CON LAS MYPES
Las micro y pequeñas empresas (MYPEs) pueden ser un excelente socio comercial para las grandes empresas. En Aprenda estamos convencidos de que una relación transparente, comunicativa y horizontal puede lograr un nivel de sinergia que de buenos resultados para ambos sectores. En base a nuestro análisis de las redes de distribución peruanas hemos identificado que nuestras MYPEs tienen un amplio conocimiento de los productos, esquemas de abastecimiento y tendencias reales de compra de los consumidores finales que las grandes empresas pueden aprovechar al convertirlas en socios comerciales y desarrollar, junto a ellas, nuevos canales de distribución que amplíen su mercado y generen desarrollo económico y social para ambos sectores.

Trabajar con las MYPEs también representa una excelente oportunidad para innovar. Por lo general, las mi-

cro y pequeñas empresas ocupan “nichos” de mercado especializados y emplean estrategias flexibles que las diferencian del resto de empresas. Por ejemplo, adaptan productos y servicios ya existentes para responder a demandas “de barrio” que aun no se masifican, emplean técnicas creativas para vender que incluso pueden contradecir lo que la teoría de la gestión empresarial afirma o exploran nuevos mercados aun desconocidos para la gran empresa. Octavio Mavila dijo que “los negocios están en la calle” y definitivamente si alguien sabe más de oportunidades y qué busca el consumidor es un empresario de la MYPE.

MÁS QUE UN CANAL, UN SOCIO COMERCIAL

En el Perú, la distribución de cerámicos y griferías se realiza a través de dos canales: El canal tradicional, que trabaja de la mano de los empresarios de la micro y pequeña empresa a través de distribuidores y subdistribuidores; Y el canal moderno o “canal retail” en el que las empresas fabricantes de cerámicos y griferías distribuyen sus productos a través de grandes almacenes. Como señalan las mismas empresas productoras, definitivamente trabajar con un gran almacén hace que su margen de rentabilidad sea menor por eso ven en

¹Estudio realizado por Aprenda entre noviembre de 2008 y enero de 2009. 150 encuestas a colaboradores, 15 entrevistas en profundidad con propietarios y 30 visitas de observación participante a empresas.

²Más del 80% de las empresas son familiares.



los empresarios de las micro y pequeñas empresas distribuidoras a socios en quienes confían y de cuyo éxito empresarial también dependen para que la gran empresa crezca.

SI GANAS TÚ, GANO YO

Preocupados por el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas del sector ante el avance de los grandes almacenes, el Grupo Trebol Celima le confió a Aprenda realizar un diagnóstico durante los años 2008 y 2009 para - entre otras cosas - conocer el perfil de los propietarios y las necesidades de capacitación de los éstos y sus colaboradores. Para ello se realizó un estudio cualitativo y cuantitativo, en las zonas comerciales de Palao (San Martín de Porres, Lima), Tomás Marsano (Surquillo, Lima) y la zona Este de Lima (San Juan de Lurigancho, La Molina y otros distritos).

Lo que encontramos fue a un pujante grupo de empresarios que a pesar de que identificaba que la capacitación era importante y le gustaría participar de una- no había tomado ningún curso ni asistido a conferencias empresariales al menos en los últimos 12 meses. A esto se le sumaba que debían conducir equipos en los que el promedio de edad de los colaboradores no superaba los 22 años, muchos de los cuales eran parte de su familia₂ pero esto no reducía la alta rotación que enfrentaban sus negocios. Adicionalmente observamos que, preocupados por al día a día del negocio, los empresarios habían asumido un modelo de gestión cortoplacista que no se fijaba resultados ni metas de crecimiento personal ni empresarial.

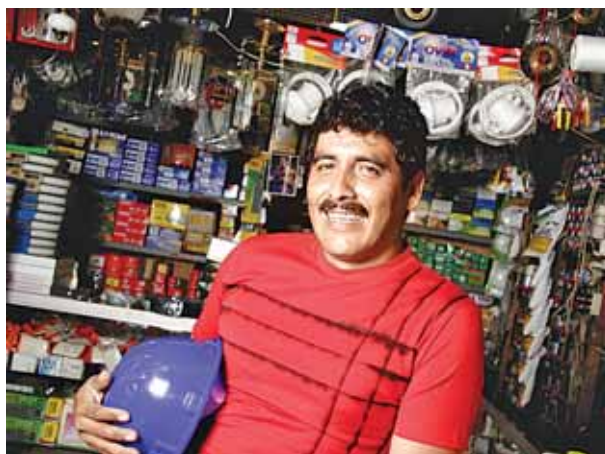
SÉ UN AS EN TU NEGOCIO

El Grupo Trebol Celima no podía dejar que sus aliados comerciales asumieran el reto de mejorar solos. Por ello, junto a Aprenda (Capacitación) y Somos Empresa (Comunicaciones) - ambas empresas del Grupo ACP- ejecutaron el proyecto "Sé un as en tu negocio" el cual buscó mejorar los estándares de calidad de servicio, aumentar sus ventas a través del uso de técnicas efectivas, proteger el capital de trabajo mediante el uso de instrumentos financieros y planificar estratégicamente el crecimiento de los siguientes años. Fueron un total de 15 talleres realizados para colaboradores y empresarios que - junto a una ambiciosa estrategia de comunicación- mejoraron sus habilidades en gestión empresarial.

LO QUE APRENDIMOS

"Sé un as en tu negocio" no solo tuvo un impacto positivo sobre los participantes del proyecto sino también sobre el Grupo Trebol Celima ya que al profesionalizarse la gestión de las MYPEs de su red de distribución esto generó más ventas, mayor valor en sus marcas y estableció un diferencial frente a otros fabricantes.

Fruto de esta experiencia formativa, constatamos una vez más que un trabajo con MYPEs siempre demandará una estrategia de comunicación para que el empresario no solo asista al programa de capacitación sino que se comprometa a incorporar lo aprendido en el quehacer



diario del negocio en base a un plan práctico y sencillo. Asimismo, validamos que en programas de este tipo se deberá emplear una metodología que simplifique los conceptos para que todos, personas con formación o sin formación previa, puedan comprenderlos.

Como vimos en este caso peruano, invertir en el fortalecimiento de capacidades de la red de distribución no solo es un buen negocio, es una responsabilidad compartida para garantizar el crecimiento y sostenibilidad de las empresas que - como bien sabemos- generan desarrollo para todos. En Aprenda estamos comprometidos con el desarrollo de los empresarios de la microempresa. ¿Está interesado en fortalecer sus capacidades? Nosotros somos su mejor aliado.



PFIZER actúa

EN SERVICIO DE LA COMUNIDAD

A través del Programa de Responsabilidad Social Pfizer Actúa, Pfizer apoya proyectos sociales en donde la unión de esfuerzos con sus Stakeholders y el trabajo en equipo contribuyen a mejorar la salud y la educación en el país.

“Nuestro objetivo es que nuestra operación contribuya al desarrollo sostenible del Perú”, asegura Félix Hernández, Gerente General de Pfizer.

Para Pfizer Perú la responsabilidad social es una estrategia transversal que busca alcanzar el principal compromiso de la empresa: “trabajar por un mundo más saludable”.

Basado en este compromiso, Pfizer ha desarrollado con sus principales grupos de interés, políticas, procedimientos, y programas sociales que le permite contribuir con el desarrollo de la salud y de la educación. En este sentido, destacan 5 programas sociales dentro del Programa de Pfizer Actúa:



educativo, acerca de la importancia del diagnóstico temprano de esta enfermedad” asegura Ornella Delfino, Jefe de Responsabilidad Social de Pfizer.



Léeme un Cuento: Proyecto dirigido a pacientes, a quienes se les brinda la oportunidad de ayudar participando activamente en actividades de voluntariado. Los voluntarios acuden a instituciones que albergan a niños en situación de riesgo y comparten con ellos la lectura de un cuento, mientras reflexionan acerca del tema de valores.

Voluntariado Corporativo: A través de este programa, los colaboradores de Pfizer participan activamente en proyectos, campañas y actividades de voluntariado en beneficio de la comunidad. Entre las principales iniciativas se encuentran las campañas de friaje, de útiles escolares y de navidad; las actividades de acción social; y el programa de aporte voluntario por planilla.

Una Laptop por Niño: “Pfizer se suma a los esfuerzos del Ministerio de Educación en pos de una educación de calidad” comenta Allan Angell, Director de Asuntos Públicos de Pfizer. A través de la donación de laptops y con el desarrollo del programa interactivo “El Cuerpo Humano”, Pfizer busca contribuir con el desarrollo intelectual de los niños en las zonas más lejanas del país.

Medio Ambiente: Pfizer difunde y promueve activamente los temas relacionados al cuidado del medio ambiente; como por ejemplo: el reciclaje de papel y el ahorro de luz, energía y agua. Las campañas de concientización se realizan durante todo el año con el fin de educar a nuestros colaboradores, mantenerlos informados y lograr que retransmitan lo aprendido en a sus hogares.

Senovida: Programa de educación y detección temprana de cáncer de mama. “Senovida busca educar a las mujeres peruanas, través de charlas y material



Hacia Un Perú Verde

Reduce. Reutiliza. Recicla

El Primer Encuentro Medioambiental 3R3, es una iniciativa que busca crear conciencia sobre el impacto que tendrá el Cambio Climático en el Perú y sobre lo que los distintos actores del sector privado, público y la población en general vienen haciendo para combatirlo y estar mejor preparados para enfrentarlo.

Durante tres días, del 11 al 13 de octubre, Lima será escenario de un evento con conferencias, talleres, exhibición de empresas e instituciones y actividades de arte y cultura vinculadas a la problemática medioambiental y donde se contará además con la presencia del Premio Nobel de la Paz 2007 Al Gore en una charla magistral.

Entre los temas que se han priorizado para este evento se encuentran: tratamiento de residuos sólidos, agua y saneamiento, contaminación ambiental, y desarrollo sostenible. Entre los expositores destacan Antonio Brack, ministro del Medio Ambiente; Tomás Unger, periodista y divulgador científico; Paul Remy, secretario técnico del Comité Nacional ISO 26000 Responsabilidad Social; y Silvia Guzmán, directora de la Oficina de Cambio Climático y Sostenibilidad de Telefónica, entre otros.

El miércoles 13 de octubre, Al Gore, quien ha contribuido a la reflexión y acción mundial contra el cambio climático, realizará una conferencia magistral denominada "Thinking Green". Esta ponencia aborda la necesidad de generar compromisos globales para tomar medidas para la protección medioambiental que ayuda a la generación de iniciativas sociales y

empresariales. Al Gore lleva más de 20 años contribuyendo a la conciencia ecológica sobre el cambio climático, a través de distintas actividades, la más recordada es el filme "Una Verdad Incómoda", ganador del Óscar 2006 a mejor documental.

El Primer Encuentro Medio Ambiental 3 R 3, está dirigido a estudiantes, funcionarios públicos, empresarios y especialistas, buscando que cada participante se plantee qué puede hacer para contribuir a la protección del medioambiente. Telefónica Móviles dentro de su política de cuidado del medio ambiente se suma a este esfuerzo y viene impulsando este magno acontecimiento.

Bajo la guía de su política ambiental Telefónica Móviles realiza una serie de iniciativas para poner en agenda la temática ambiental. A través de su programa Reciclame, reduce el impacto ambiental de su actividad comercial reciclando los equipos, baterías y accesorios sin uso, y viene concretando además progresos para cumplir su compromiso ambiental teniendo en cuenta que los servicios de telecomunicaciones están en el centro de la solución del calentamiento global reduciendo significativamente las emisiones contaminantes en base a la innovación y ecoeficiencia.

Este evento es una gran oportunidad para que las empresas den a conocer sus iniciativas ambientales. Por ello, invitamos a participar a todas las entidades y empresas que están comprometidas con el medio ambiente a ser parte del cambio y participar de 3R3: Hacia un Perú Verde.





IMPORTANTE CONVENIO BENEFICIARÁ A **540 NIÑOS DE PACHACUTEC**

Un importante convenio suscribió la Fundación Desarrollo Integral Nuevo Pachacutec y el Fondo Contra Valor Perú Japón, el pasado 1 de septiembre.

Este convenio permitirá la ampliación de un colegio que ya se encuentra en funcionamiento dentro del proyecto educativo Universidad Católica del Callao, en Pachacutec, Ventanilla. Este centro educativo que en la actualidad sólo viene funcionando a nivel secundario, contará gracias a este acuerdo, con nuevos ambientes para el nivel inicial y de primaria.

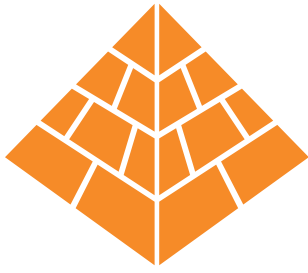
Serán 540 los niños de escasos recursos que se beneficiaran con este convenio que fue firmado por Margarita Imano Konno, secretaria ejecutiva del Fondo Contra Valor Perú Japón y por monseñor Javier Del Río, presidente de la Fundación Desarrollo Integral Nuevo Pachacutec. En la ceremonia también estuvieron presentes funcionarios de la Fundación Desarrollo Integral Nuevo Pachacutec y Javier Cossio De Assin, director alterno del Fondo Contra Valor Perú Japón.

El proyecto de la construcción de estos dos nuevos niveles asciende a US\$ 1'400,000, de los cuales, el



Fondo Contra Valor Perú Japón otorga US\$ 996,000 y la diferencia es cubierta por la Fundación Desarrollo Integral Nuevo Pachacutec, y por su parte el terreno es otorgado por el Obispado del Callao.

El plazo de la construcción es de 18 meses, es decir, el colegio de inicial y primaria se estaría inaugurando en marzo del 2012. De esta manera se busca integrar este proyecto educativo de educación escolar con el de educación superior que ya tienen algunos años en marcha como son los institutos superiores de administración, electricidad y gastronomía.



LADRILLOS PIRAMIDE

¡El Mejor Ladrillo del Perú!

***Dedicados para los que
Queremos Construir***



www.ladrillospiramide.com

PLANTA Y OFICINA DE VENTAS

Carretera Panamericana Norte, altura Km, 30.5 Carabayllo

Teléf.: 548-4534 488-5455 488-5490 488-5460 Nextel Ventas 812*1766

www.ladrillospiramide.com





PROMULGAN LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El presidente Alán García Pérez promulgó la Ley de Protección y Defensa del Consumidor, norma que evitará entre otros aspectos, los abusos en la prestación de servicios y bienes, a la vez que establecerá los mecanismos para reclamar.

Indicó que el dispositivo legal servirá para que los peruanos, independientemente de su condición social, se sientan protegidos frente a cualquier abuso o arbitrariedad. La ley garantiza por ejemplo, el derecho de los consumidores a acumular los saldos de las tarjetas prepago o de las recargas virtuales.

En cuanto a los servicios del sistema financiero, los artículos 82 y 83 del código establecen que cuando las empresas informen sobre sus productos o servicios, o hagan su publicidad, deben informar al cliente la tasa final que tiene que pagar, es decir, la que incluye comisiones y cargos. Alan García agradeció la celeridad con que se trabajó el anteproyecto del Código de Consumo y emplazó a todos a cumplir con este Código. De no hacerlo, dijo que la multa que tendrá que pagar puede llegar a 1 millón 620 mil soles.

Por su parte el presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor del Parlamento, José Luna Gálvez, indicó que las observaciones a la ley serán reglamentadas en las próximas semanas y difundidas para toda la población. “Con audiencias públicas descentralizadas a desarrollarse en todo el país a partir de noviembre, los millones de usuarios conocerán los beneficios y alcances del código”, indicó.

En cuanto al etiquetado de alimentos, el artículo 37 señala que los alimentos preparados con ingredientes modificados genéticamente deberán tener esa información en sus etiquetas. También se detallará el porcentaje de grasas trans que posean y sus nombres no podrán mentir respecto a su naturaleza, por lo que las fábricas tienen tres meses para adaptarse.

Sobre este punto, el Indecopi señaló en los últimos días que será difícil controlar los transgénicos ya que no existen en el país herramientas ni laboratorios

que permitan establecer y certificar si un producto es transgénico o no. Añadió que podrían existir problemas sobre aquellos productos alimenticios que son importados de un país que no exige el etiquetado.

Al respecto, Crisólogo Cáceres, presidente de ASPEC informó que en este caso, el importador peruano debe exigir a su proveedor extranjero que cada lote de alimentos venga acompañado, a su costo, de una constancia de que no contiene transgénicos, expedida por una institución certificada oficialmente en el país de origen.

Por otro lado, en esta norma aprobada por el Congreso, el ciudadano tiene derecho a cambiar la fecha de viaje o el titular del pasaje con 24 horas de anticipación. Pero, el último 5 de setiembre, se modificó este artículo por lo que ahora el endoso o la postergación serán posibles “siempre que sean parte de las condiciones pactadas con los consumidores”; y las empresas prestadoras deberán informar previamente a los consumidores las condiciones para el endoso o la postergación.

“A diferencia del texto original del Código que facultaba al consumidor a decidir el endoso o la postergación, ahora quien toma las decisiones vuelve a ser el proveedor. En efecto, como quien redacta las condiciones o términos de los contratos con los usuarios es la empresa, será ésta quien elija cuándo y en qué forma los consumidores podrán ejercitar los derechos al endoso o postergación que le habían sido conferidos por el Código, lo cual constituye un retroceso deplorable”, señaló Crisólogo Cáceres.

El titular de ASPEC expresó finalmente su deseo de que las empresas de transporte aéreo comprendan el profundo malestar que embarga a los consumidores por una serie de prácticas abusivas en contra suya que han venido perpetrando a lo largo de los años y las exhortó a no sentirse “triunfadoras” y que, más bien, procedan a darle un mejor trato y condiciones más favorables y respetuosas de sus derechos mejorando sustancialmente las condiciones del transporte aéreo de pasajeros.

**Gina Pipoli de Azambuja**

Investigadora y Consultora en Marketing Profesora
Principal de la Universidad del Pacífico

EL CONSUMIDOR SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO PERSONAL A LA PREOCUPACIÓN POR EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD

La última década se ha caracterizado por la búsqueda desmedida de las empresas por participar en los mercados globales y lograr su internacionalización. Este hecho, unido al rápido desarrollo de la tecnología y de las comunicaciones, han ocasionado que se generen profundos cambios sociales como consecuencia de la pugna desatada en los mercados, tanto por vendedores como por compradores, por lograr la maximización de beneficios como resultado del proceso de intercambio. Por tanto, surge la pregunta: ¿Y entonces quién es el que pierde en este proceso? La respuesta recién empieza a esbozarse: Es la sociedad en su conjunto la que pierde.

En efecto, si cada quien se concentra en llevar a cabo sólo aquellas transacciones que le generen mayor beneficio y no toma en cuenta el bienestar común, entonces probablemente en un corto plazo, el mundo en el que vivimos será un lugar totalmente inhabitable. Por ello es que diversos movimientos sociales han empezado a alzar la voz y presentar sus protestas ante diversos estamentos para llamar a la reflexión sobre un cambio de orientación que migre la preocupación de la satisfacción individual hacia la colectiva.

Es el momento de pasar del Homo Economicus¹, que describe al consumidor como un ser independiente y preocupado por sus intereses individuales, para dar paso al consumidor socialmente responsable que responde a un nuevo modelo de comportamiento en el que, sin dejar de lado su preocupación por satisfacer sus necesidades personales, sopesa en su proceso de decisión el bienestar de los demás, al tener conciencia que sus decisiones afectan al colectivo de la sociedad en la que se desenvuelve.

El consumidor está expuesto a fuerzas que operan en sentido contrario: Por un lado busca maximizar su satis-

facción preocupándose por obtener el mayor beneficio posible, pero por el otro, se perturba ante los efectos nocivos que sus acciones pueden generar en la sociedad, por lo que luego busca reconfortarse realizando prácticas de filantropía, de cuidado ambiental o de responsabilidad social, para lograr así el equilibrio de sus acciones.

Antil (1984) define el consumo socialmente responsable como aquellos comportamientos y decisiones de compra hechas por los consumidores que ponen en consideración los problemas ambientales y de los recursos, que están motivados no solo por el deseo de satisfacer las necesidades personales, sino también por un interés ante las posibles consecuencias adversas y sus efectos consecuentes².

Es así que el consumidor socialmente responsable ya no solo se preocupará de separar la basura para ser reciclada, de escoger, en su proceso de decisión de compra, aquellos productos que no sean dañinos para el medio ambiente, o de racionar su consumo de energía eléctrica o de agua potable, sino que asumirá un rol activo en la sociedad para lograr su bienestar al indagar respecto al origen de los productos que adquiere al momento de la compra o se interesará por conocer las prácticas de las empresas que producen los productos que le interesa comprar, para evitar adquirir productos de empresas que explotan a sus trabajadores o que utilizan mano de obra infantil para abaratar sus costos o que contaminan el medio ambiente, etc. Si el consumidor se preocupa por dar a conocer estos hechos al colectivo de la sociedad, entonces sus acciones sí tendrán un impacto en el cambio de prácticas de las empresas, ya que éstas al ver que sus ventas disminuyen como consecuencia de una serie de acciones de rechazo contra sus productos, se verán obligadas a mejorar sus prácticas.

¹“Hombre económico” término utilizado como una abstracción teórica para describir un modelo económico de comportamiento del ser humano en el que se describe al hombre como un ser totalmente racional que basa sus decisiones en la maximización de su satisfacción tratando de obtener los mayores beneficios al menor costo.

²ANTIL, John H. Socially responsible consumers: profile and implications for public policy. *Journal of Macromarketing*, Fall 1984. 18 – 39.





Para preservar la salud pública y el medio ambiente:

DIGESA Y GRUPO GEA INICIAN ESTUDIO DE QUÍMICOS NOCIVOS EN PRODUCTOS DE USO HUMANO

La Dirección General de Salud Ambiental DIGESA y el Grupo GEA, a través del Centro de Ecoeficiencia y Responsabilidad Social, anunciaron el inicio de su estudio: “Posibles efectos en la salud y el ambiente en América Latina por el comercio de productos que contienen plomo, cadmio y mercurio”. A finales de noviembre los resultados serán entregados al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

El estudio consistirá en analizar el comercio, uso y eliminación de metales pesados en productos de Latinoamérica, tales como juguetes de plástico, útiles escolares, cosméticos, pinturas, pilas, fluorescentes, termómetros, así como equipos eléctricos y electrónicos y baterías. De esta manera se revelarán los efectos adversos que implican su uso en la salud y el medio ambiente.

“El plomo, el cadmio y el mercurio son conocidos como los ‘ladrones de la inteligencia’, puesto que suelen atacar el sistema nervioso central y con ello disminuir el coeficiente intelectual del público más vulnerable, es decir, niños menores de seis años”, resaltó en conferencia de prensa Vilma Morales, coordinadora del Área de Protección de los Recursos Naturales Flora y Fauna de DIGESA.

Por su parte Marcos Alegre, director del Centro de Ecoeficiencia y Responsabilidad Social, del Grupo GEA, señaló que con medidas más responsables, las empresas pueden producir y comercializar productos químicos por debajo de los límites permisibles, per-

mitiéndoles además a las industrias incursionar en mercados modernos.

Cabe destacar que el estudio revelará también las bases de datos relacionados con las estadísticas de este comercio y las iniciativas en América Latina para abordar los impactos negativos de los productos que contienen estos metales pesados. También analizará

los datos sobre el comercio mundial (importaciones y exportaciones) y la transferencia (re-exportaciones) de productos hacia y dentro de Latinoamérica.

“Los resultados servirán como punto de partida para adoptar medidas mundiales, luego de ser presentados a nivel internacional en el Consejo de Administración del PNUMA en febrero del próximo año”, señaló Juan Fernando Caicedo, representante oficial del Programa de las Naciones Unidas

para el Medio Ambiente PNUMA.

Cabe destacar que en el 2008 se realizó el mismo estudio en África, en el que se identificó que el 90% de importaciones por productos con cadmio se dio por fertilizantes fosfáticos, mientras que el 62% de las importaciones por mercurio se dio por transmisores de radio, tv; y fluorescentes. Es importante destacar que debido a las limitaciones por no contar con laboratorios adecuados, sólo el 10% de productos que contienen elementos químicos peligrosos que ingresan al país son fiscalizados por la Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas (DIGEMID) mientras que el 90% son fiscalizados por las empresas que los traen finalizó Vilma Morales.

DATOS ÚTILES

Una sola pila puede contaminar el agua que consumen 2,400 persona en un día.

Una pila recargable puede sustituir hasta 300 desechables.

El cadmio también genera daños hepáticos y enfisema pulmonar en humanos.

El plomo es un neurotóxico que en niños causa daño neurológico cardiovascular, renal e intestinal.

20 AÑOS DE LA SEMANA DE LA CALIDAD

Del 27 al 30 de setiembre se realizará en Lima la vigésima versión consecutiva de la Semana de la Calidad, organizada por el Comité de Gestión de la Calidad (CGC) que integran 20 instituciones nacionales: universidades, gremios empresariales, organismos técnicos y de gobierno y que lidera el Centro de Desarrollo Industrial - CDI de la Sociedad Nacional de Industrias.

En la Semana de la Calidad se entregará el Premio Nacional a la Calidad, máximo reconocimiento del país a la excelencia en la gestión, que se otorga una vez al año a empresas e instituciones públicas y privadas, que alcanzan altos niveles de desempeño, logrando competitividad y confiabilidad de sus productos y servicios a través de una gestión integral y que constituyen ejemplo a seguir.

Las organizaciones postulantes, proporcionan información detallada sobre su gestión comparada con el Modelo de Excelencia del Premio, se someten a un riguroso proceso de evaluación y aceptan compartir su experiencia en caso de resultar ganadores. Cerca de 200 profesionales formados como evaluadores y actualizados anualmente, conforman los equipos que estudian evalúan y califican las postulaciones. Un aspecto particularmente valorado por los postulantes es el Informe de Retroalimentación que recibe cada uno de ellos, gane o no, señalando fortalezas y oportunidades de mejora, el cual es una valiosa guía para la mejora continua.

Los antecedentes del Premio Nacional a la Calidad del Perú se remontan a 1991 cuando el CGC creó su primer "Concurso Motivacional de Mejoramiento de la Calidad", el cual con apoyo del Premio Malcolm Baldrige de USA, a partir de 1996, estableció criterios, formó evaluadores, pasó a denominarse Premio a la Calidad y luego Premio Nacional a la Calidad del Perú, el cual es actualmente reconocido en Ibero América como uno de los líderes por su capacidad de auto-sostenimiento y profesionalismo.

"Lo importante del CGC es que se ha mantenido una continuidad a través de los años con una meta común: ser un espacio de cooperación y concertación para realizar acciones conjuntas y promover que todos sus integrantes sean impulsores de la mejora y la gestión de excelencia en el país", señaló Luis Tenorio Coordinador del Comité de Gestión de la Calidad.



El tema central de la Semana de la Calidad 2010 será: "20 años "Plataforma para la Construcción del Futuro" e incluirá jornadas para conocer avances y experiencias prácticas en excelencia en la gestión, sistemas integrados, certificación, proyectos de mejora y herramientas entre otros. Será una excepcional oportunidad de actualización y acercamiento a las claves del éxito de ganadores y empresas líderes que compartirán sus experiencias.

La Semana de la Calidad ha permitido un concertado y sostenido esfuerzo nacional en pro de la mejora de la gestión, constituyendo un espacio de reflexión, información y actualización, además de un referente internacional logrando ampliar su influencia a cada vez más empresas y personas. En esta vigésima versión están confirmadas 70 conferencias, entre los ponentes destaca la participación de Harry Hertz, Director del Premio Malcolm Baldrige de Estados Unidos de Norteamérica, representantes de empresas ganadoras de Premios Nacionales y del Premio Iberoamericano de la Calidad de Colombia, México, Uruguay, Chile y Perú e importantes representantes extranjeros y nacionales.

Se llevarán a cabo además: la Convención Iberoamericana de Excelencia, la reunión de La Red Iberoamericana de Excelencia en la Gestión, el Encuentro con Educadores y la Jornada con MYPES. Asimismo, se realizarán visitas técnicas a organizaciones y en paralelo sesionará en Lima el Jurado Internacional del Premio Iberoamericano que definirá a los ganadores que serán galardonados en la próxima Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Se estima que más de 2,000 participantes asistirán a las diferentes jornadas de la Semana.





Andrea Zegarra-Ballon

Abogada asociada al Estudio Benites

“EL TRABAJO PROBONO ES PARTE ESENCIAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE TENEMOS LOS ABOGADOS”

SH: ¿Cómo se encuentra desarrollado el sistema de trabajo probono en el Perú?, ¿cuántos estudios de abogados en el Perú vienen trabajando este tema?

AB: En el Perú, el sistema de trabajo probono es organizado y coordinado por Ciudadanos al Día, institución privada sin fines de lucro. A la fecha, 19 estudios de abogados de Lima se han integrado al sistema de trabajo probono coordinado por la mencionada institución. Cada uno de estos estudios de abogados ha suscrito la Declaración de Trabajo Probono para el Continente Americano.

SH: ¿Qué tipos de casos se trabajan en este tema?,

AB: El trabajo probono está dirigido a prestar servicios legales gratuitos a personas de escasos recursos económicos con las cuales el Estudio Benites, Forno, Ugaz & Ludowieg, Andrade no tiene vinculación comercial o personal.

Hasta la fecha hemos atendido ocho casos vinculados a diferentes ramas del Derecho como es la protección de derechos constitucionales como el derecho a la igualdad y venimos reclamando la reparación de daños causados a una persona natural entre otros aspectos.

SH: ¿Cómo identifican estos casos?, ¿Hacen alguna selección?

AB: Los casos se reciben a través de dos canales. Por un lado, a través de Ciudadanos al Día, institución encargada de recibir las solicitudes de servicios probono y por otro lado, los socios y abogados del estudio pueden traer casos probono por iniciativa propia aunque todos los casos probono deben ingresar al sistema organizado por Ciudadanos al Día sin importar la modalidad en la que fueron recibidos. La decisión de asumir los encargos probono corresponde al Comité Probono del Estudio, conformado por un socio principal (el Dr. Ugaz) y cuatro abogados asociados. El Comité dirige y supervisa el trabajo probono de los abogados.

SH: En el caso del estudio, ¿cuántos abogados trabajan en este tema?

AB: Todos los abogados del estudio estamos comprometidos a realizar trabajo probono. Actualmente,

20 abogados vienen realizando este trabajo, dedicando buena parte de su tiempo. Calculo que esta cifra se debería incrementar de manera que la mayor parte de abogados dediquen en promedio 25 horas probono al año.

SH: ¿Estos casos los trabajan de la mano con las autoridades correspondientes?

AB: Sí, en los casos en que es necesario se realizan las coordinaciones correspondientes con las autoridades competentes de acuerdo al caso concreto.

SH: ¿Cómo se encuentra desarrollado este tema en los demás países de la región?

AB: En la mayoría de países latinoamericanos se vienen realizando proyectos similares al peruano. El Vance Center (Colegio de Abogados de Nueva York) justamente busca conectar y coordinar el trabajo probono de manera que la responsabilidad social de los abogados tenga un desarrollo homogéneo en todo el continente. A través del Vance Center sabemos de iniciativas en Argentina, Chile y México.

SH: ¿Desde cuándo viene trabajando estos temas el estudio?

AB: El Estudio viene realizando trabajo probono desde sus inicios pero forma parte del sistema probono desde que este se formó a inicios del año 2010.

SH: ¿Cómo hace para dividir su tiempo entre su trabajo propio del estudio y sus labores del sistema probono?

AB: Trato de dar la misma atención y cuidado tanto a los clientes del Estudio como a los clientes probono, pues parte del compromiso probono es brindar servicios legales gratuitos con la misma calidad y nivel de eficacia que cualquier otro servicio remunerado.

SH: ¿Cree usted que todos los abogados debería de trabajar en estos temas?

AB: Sí, creo que el trabajo probono es parte esencial de la responsabilidad social que tenemos los abogados a fin de contribuir con el acceso a la justicia.



FE Y ALEGRÍA

Rifa 2010



R.D. en trámite (Expediente 2010 - 0105074)



2 AUTOS

NISSAN SENTRA
y 48 premios más

SORTEO: 2 de octubre de 2010
VALOR DE BOLETO: S/. 3.00

CENTROS DE VENTA: SAGA FALABELLA, SODIMAC, BANCO FALABELLA Y TOTTUS.

Jr. Cahuide N° 884 - Jesús María - Lima / Telf. 471-3428

Página web: www.feyalegria.org/peru

E-mail: peru@feyalegria.org



MEDIO AMBIENTE

FUNDACIÓN INCA KOLA

BENEFICIA A MÁS DE 5,000 NIÑOS EN CHINCHA Y CAÑETE

Empleando estrategias lúdicas, EducAnimado con Salud es el programa en el que la Fundación Inca Kola - conformada por Coca-Cola y Corporación Lindley - y la ONG Prisma, suman fuerzas para capacitar a docentes de todo el país en materias de salud, actividad física, alimentación e hidratación adecuadas con una propuesta donde el juego es la principal herramienta de transmisión de conocimientos.

En este marco -siempre bajo su política de mejorar la educación del país- Fundación Inca Kola viene capacitando en el presente año a más de 5,000 niños de 3 y 10 años y a más de 200 docentes de los distritos de Grocio Prado y Pueblo Nuevo en la Provincia Chincha, Departamento Ica; y en el distrito de San Vicente de Cañete, Provincia Cañete, Departamento Lima.

A raíz de estos talleres que se dictan en dichas zonas, Susana Baca, madrina de la Fundación Inca Kola, visitó la Institución Educativa 22256 - San Antonio de Padua en Pueblo Nuevo (Chincha), donde compartió con docentes y alumnos las sesiones de EducAnimando con Salud.

Todo esto es posible gracias a alianzas estratégicas con diversas instituciones en donde se beneficiarán a 15 instituciones educativas de la zona. Estas instituciones con las que se han hecho alianzas estratégicas son: la Dirección Regional de Salud Ica, UGEL Cañete, UGEL Chincha, Municipalidad Distrital Grocio Prado (Ica), Municipalidad Distrital Pueblo Nuevo (Ica) y Microred de San Vicente de Cañete (Provincia Cañete, Lima).

En general, entre los años 2007 y 2009 se capacitaron a 2,960 docentes, en 76 talleres, beneficiando así a 67,167 alumnos en las zonas de Villa El Salva-

dor y Los Olivos (Lima), Sullana (Piura), Callao, Cusco, Ica, Piura, Arequipa.

El proyecto ha ido creciendo paulatinamente y para el presente año se ha previsto capacitar en 21 talleres a 708 docentes más, provenientes de 74 instituciones educativas. Los talleres -que se vienen viviendo con gran entusiasmo entre los asistentes- también beneficiarán a alrededor de 14,420 alumnos en Arequipa, Chincha, Cañete y en el distrito de San Martín de Porres (Lima).

EDUCANIMADO CON SALUD

EducAnimado con Salud es una propuesta metodológica para la promoción de la actividad física y alimentación saludable, dirigida a escolares entre 3 y 10 años, a través de la capacitación de docentes y promotores sociales, mediante talleres y material pedagógico.

El fin es brindar de manera didáctica a los profesores todas las herramientas necesarias para transmitir a sus alumnos los conceptos recibidos. Para ello, se entrega a cada docente un maletín conteniendo una guía metodológica, un teatrín y títeres, así como un CD con canciones.

Es importante destacar que el programa se enmarca en la Plataforma Viviendo Positivamente, a través de la cual Coca-Cola invita a sus consumidores a desarrollar estilos de vida saludables. Es por eso que a través de los talleres impartidos por la Fundación Inca Kola se apunta a mejorar la calidad de vida de la población infantil, principal beneficiaria de EducAnimando con Salud.

EducAnimando con Salud busca concientizar sobre la importancia de la práctica de la actividad física para lograr el equilibrio psíquico y de salud de las personas, desde la niñez. Además, apunta a erradicar el sedentarismo despertando en la población el interés y el placer por la actividad física, tan importante para la salud.

Proyecto se replicará a nivel nacional con inversión de US\$ 100 millones

MINAG Y BID

INICIAN RECUPERACIÓN DE ANDENES INCAS PARA MITIGAR CALENTAMIENTO GLOBAL



Con el propósito de ejecutar soluciones de adaptación prácticas en comunidades indígenas andinas afectadas por el calentamiento global, el Ministerio de Agricultura, a través del Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (AgroRural), puso en marcha el Proyecto Piloto de Recuperación de Andenes y Recursos Hídricos en el distrito de Matucana, provincia de Huarochirí.

Los trabajos, en esta etapa inicial, se ejecutarán con una inversión de US\$ 1.5 millones, en un área de 150 hectáreas dentro de los anexos de Huillaque, Huillpa, Soca y Marachanca, pertenecientes a la Comunidad Campesina de Barrio Bajo de Matucana y beneficiará a 240 comuneros, según indicó el director ejecutivo de AgroRural, Rodolfo Beltrán Bravo.

El funcionario explicó que el proyecto piloto cuenta con el financiamiento de parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuya replicación a nivel nacional abarcará la reconstrucción masiva de andenes en un área de 1 millón y medio de hectáreas, con una inversión de US\$ 100 millones, como una manera de ejecutar soluciones prácticas en la reducción de los efectos del cambio climático en las comunidades alto andinas del Perú.

En el lanzamiento del proyecto piloto, estuvieron presentes los representantes del BID: Fidel Jaramillo, Carlos Perafan y Guillermo López; asimismo, el director ejecutivo de AgroRural, Rodolfo Beltrán Bravo, el director de Cooperación Técnica Internacional, Leoncio Rodríguez Rodríguez, el director de operaciones, Manuel Tapia Muñoz y el director zonal de AgroRural Lima, Renzo Zegarra Morán.

Por parte de la Comunidad Campesina de Barrio Bajo estuvo su presidente, Víctor Modragón Bautista y la alcaldesa de Matucana, Rosa Velásquez Cuadrado.

ANDES INCAS

Los andenes son bancales o conjuntos de terrazas escalonadas, que fueron construidas en la época Pre Inca e Inca, en las laderas de las montañas andinas y rellenadas con tierra de cultivo. Los antiguos andinos, al necesitar tierras de cultivo adicionales a las que les ofrecían sus estrechos valles, intentaron ganar esas tierras a costa de las montañas y crearon los primeros andenes.

Los andenes fueron un gran ejemplo de ingeniería agrícola, con pendientes diseñadas en forma de gigantescas escalinatas separadas por paredes de piedra, con mejor aprovechamiento del agua de lluvia para irrigar los cultivos.





ENTREVISTA



Marita Vera Montoya de Telefónica:

“MÁS DE 3,500 VOLUNTARIOS REALIZAN DIVERSAS ACCIONES SOCIALES EN TODO EL PAÍS”

Hace tres años, la Fundación Telefónica creó su programa Voluntarios Telefónica con el fin de apoyar con acciones solidarias de sus trabajadores a los sectores menos favorecidos de nuestra sociedad. En esta oportunidad conversamos con Marita Vera Montoya, coordinadora de Voluntarios Telefónica, quien destacó que este programa se desarrolla en todas las regiones donde está presente la empresa.

SH: ¿Cómo así nació Voluntarios Telefónica?
MV: A pesar que en años anteriores ya habíamos realizado diversas acciones de voluntariado, el programa “Voluntarios Telefónica” nació como tal en julio del 2007 con el objetivo de promover el espíritu solidario de los colaboradores de la empresa, aprovechando y optimizando las capacidades profesionales del trabajador. Estas acciones siempre están alineadas con los proyectos de desarrollo de la Fundación Telefónica, lo cual le brinda sostenibilidad a las acciones.

SH: ¿Actualmente, cuántos voluntarios tiene el programa?
MV: Actualmente somos 3 500 voluntarios inscritos en todo el país. Por el momento, Voluntarios Telefónica está dirigido sólo a los trabajadores de la empresa, aunque en algunas ocasiones se intenta que los familiares participen en las actividades solidarias, las cuales han sido cerca de 250 acciones sociales.

SH: ¿Cómo se organiza Voluntarios Telefónica a nivel nacional?

MV: Voluntarios Telefónica organiza y promueve ac-



tividades solidarias dentro de cada ciudad y con los propios trabajadores de cada región. De esta manera se logra una mayor cercanía entre los coordinadores voluntarios, los trabajadores de la empresa y los propios beneficiados. Es decir, los voluntarios apoyan a personas de su misma región. Nosotros desde la Coordinación Central nos comunicamos con los 21 coordinadores en Lima, y 24 de provincias.

SH: ¿En qué sectores está trabajando este programa?

MV: En primer lugar, debemos resaltar que el voluntario es libre e independiente de decidir en qué acción va a trabajar. Ellos en primera instancia, realizan trabajos voluntarios en colegios beneficiados con el programa Proniño (iniciativa que busca erradicar de manera progresiva el trabajo infantil) de la Fundación Telefónica. Estas acciones consisten en mejora de infraestructura del colegio, lectura de cuentos, renovación de material escolar, entre otros.

También hemos previsto la posibilidad de que los voluntarios desarrollen su propio proyecto y por eso se lanzó el Concurso Nacional de Proyectos Sociales “Mentes Brillantes”, que este año ha cumplido su tercera edición con una gran aceptación.

SH: ¿De qué se trata el Concurso Nacional Mentes Brillantes?

MV: Este concurso brinda la oportunidad al trabajador voluntario de acercarse a otros temas y de llevar su ayuda a otras zonas que lo necesiten. Este concurso tiene varios ejes temáticos como salud, niños, adultos, y medio ambiente.

Para presentar el proyecto, se deben conformar grupos de tres a siete trabajadores voluntarios de la empresa. Luego, estos deberán presentar el proyecto para la evaluación del jurado, quien definirá a los 10 ganadores finales, los cuales serán premiados cada uno con S/7,000 para la ejecución de su proyecto. Todos los proyectos tienen un plazo de seis meses para su desarrollo. Si el presupuesto no alcanza, los propios voluntarios pueden buscar el autofinanciamiento del proyecto.

Cabe mencionar que los proyectos ganadores de la primera edición de este concurso ya están ejecutados y entregados. En cuanto a la segunda edición, los proyectos ya se están terminando de ejecutar. Para esta tercera edición del concurso, hemos decidido incorporar al grupo, a un familiar o amigo muy cercano ante las solicitudes de los trabajadores, quienes no pueden continuar con sus labores de trabajadores voluntarios. Por ejemplo, tenemos el caso de una voluntaria de

Cusco que terminó incluyendo a su familia (esposo e hijos) para la culminación del proyecto de la implementación de una sala médica para un colegio de niños.

SH: ¿Los voluntarios en qué acciones están más interesados?

MV: La gente se interesa más en actividades como el pintado de carpetas, mejora de pizarras, sembrado de árboles y mejora en la infraestructura de colegios. Por otro lado, también tenemos una iniciativa de España denominada “Vacaciones Solidarias”, el cual promueve el intercambio de voluntarios a otros países. Esta es una experiencia muy importante ya que genera intercambio de nuevas experiencias y del bagaje cultural entre voluntarios de Telefónica.

SH: ¿La experiencia de Voluntarios Telefónica se desarrolla en otros países?

MV:

La iniciativa de este programa viene de España y se encuentra en todos los países donde se encuentra Telefónica. Todas las experiencias siguen un mismo patrón de acciones sociales, con adaptaciones distintas dependiendo del país, pero siempre enfocados en el apoyo a los sectores más necesitados.





Nélide Grüber

Presidente GLOBAL CONSULTING GB, C.A

PRÁCTICAS Y TENDENCIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR PETROLERO EN VENEZUELA

En Venezuela, la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector petrolero ha sido ejecutada a través de diversas modalidades de intervención social, que han transitado de los esquemas de donación tradicional, en sintonía con las prácticas de “buen vecino” a la inversión social y a la promoción del desarrollo sustentable. La primera modalidad, prevaleció fundamentalmente en los períodos correspondientes a las décadas de los 50, 60 y hasta el primer quinquenio de los 70, período que corresponde a la presencia de empresas multinacionales en la operación directa de los campos petroleros. A partir de la nacionalización petrolera y durante la década de los 80, con la creación de PDVSA, se asignaron recursos, internamente reglamentados, como parte de las políticas y compromisos de acción social de PDVSA y sus filiales, en las áreas de operación y por la vía fiscal.

Posteriormente durante la apertura petrolera, en la década de los 90, y hasta el primer quinquenio del 2000, en el marco de los Convenios de Servicios Operativos (entre el Estado venezolano y las empresas foráneas) se incluyeron disposiciones contractuales, para la ejecución de proyectos y aportes de inversión social, en las áreas de operación, sin definición de montos específicos o áreas de intervención. Más recientemente, durante la década del 2000 y hasta el presente, el Estado venezolano, estableció que por cada proyecto o nuevo desarrollo petrolero que impulsara PDVSA o cualquier otra instancia del Estado, debía asignarse un monto porcentual, en función del monto total del proyecto, destinado a programas de Inversión social o de desarrollo sustentable. En ese contexto, las empresas locales y foráneas presentes en Venezuela, en cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Decreto 4.998 del 20/11/2006, autoriza a los entes gubernamentales a deducir de manera directa, en su

facturación de servicios, el monto correspondiente a la RSE, en sintonía con las exigencias en materia de inversión social y manejo del impacto social petrolero. Los aportes que los proveedores de bienes y servicios locales y foráneos, deben asignar al Fondo Social de las Empresas de Producción Social de Petróleos de Venezuela, oscila entre el 2 % y hasta el 5% sobre el monto global del proyecto.

En cuanto a las prácticas actuales, vale la pena mencionar, que en un ejercicio reciente, de Auditoría de RSE de algunas empresas del sector petrolero, pudimos constatar que coexisten, al menos, tres categorías de intervención:

Intervención social tradicional: Caracterizada por acciones no articuladas y puntuales, en respuesta a solicitudes directas de las comunidades y de grupos vulnerables que requieren de apoyo financiero.

Intervención social estratégica: Que incluye proyectos articulados a las líneas estratégicas de la nación, en correspondencia con la política social de la empresa, y como acción de “mitigación indirecta de problemas sociales en las áreas operacionales”.

Intervención social para el desarrollo sustentable: A través de acciones que integran las líneas estratégicas de desarrollo identificadas por el Estado venezolano para “apalancar proyectos orientados a crear las condiciones que posibiliten el desarrollo sustentable, articulando proyectos de producción local, atención a la salud, educación, protección y recuperación ambiental”.

Bajo esta última categoría, se identificó igualmente, la puesta en práctica de enfoques de corresponsabilidad social que buscan mayores niveles de compromiso de



CUNA DE JÓVENES LÍDERES EMPRENDEDORES

Vanesa Rubina es una joven de Huanuco que tras un largo y exhaustivo proceso, fue seleccionada por sus méritos académicos, perfil de liderazgo y actitud emprendedora para ser una de las Becarias EmprendeAhora 2009.

Luego de su paso por el programa, gracias al cual pudo vivir una experiencia transformadora de cinco meses que incluyó clases de Planes de Negocio, Liderazgo y Coaching por parte de asesores en negocios, la vida de Vanesa dio un giro de 180 grados: Ahora es empresaria y propietaria de la empresa www.go-ebusiness.com.

Vanesa, como muchos jóvenes de nuestro país, deseaba abrir su propio negocio, pero no tenía las herramientas, la motivación, ni confianza suficientes para atreverse a dar ese gran paso en su vida. EmprendeAhora le brindó de forma totalmente gratuita, todo lo necesario para que ella pudiera ejercer ese liderazgo emprendedor que llevaba innato.

No contenta con una sola empresa, Vanesa ya está trabajando para abrir un segundo negocio. Y no es la única. Son ya más de 35 los negocios que han surgido a raíz del programa, en más de 13 regiones de todo el país. Los becarios EmprendeAhora han abierto restaurantes, cafeterías, librerías, empresas de catering, de turismo, de eventos, producción de licores, pizarras digitales, lácteos, o artesanías entre otros.

EMPRESAS RESPONSABLES

EmprendeAhora es una iniciativa del Instituto Invertir y la Universidad del Pacífico. El objetivo del programa es el de promover la cultura del emprendimiento como mejor forma para crear riqueza y desarrollo en todas las regiones de nuestro país.

Pero la labor del programa va más allá de simplemente formar empresarios, EmprendeAhora está formado empresarios responsables con valores sólidos. “Nosotros inculcamos en los jóvenes un principio fundamental para el desarrollo sostenible: Ganar - Ganar. Queremos empresarios que sean conscientes de que se puede hacer negocios, triunfar y ser exitosos de una manera responsable.” señaló Rocío Dañino, coordinadora de EmprendeAhora. Es por ello que ahora Vanesa, quien como abogada trabajó en casos de adolescentes infractores, ha decidido integrar a estos jóvenes en su negocio, brindándoles así una oportunidad para trabajar y salir adelante.

“Estoy tan agradecida con el programa y veo el valor tan grande que tiene en los jóvenes, que voy a destinar parte de mis utilidades a subvencionar una beca EmprendeAhora, para que un joven de Huánuco también tenga la oportunidad de cambiar su vida como yo la tuve”.



EL MODELO

El programa está dirigido a estudiantes universitarios de todas las regiones del país, (a excepción de Lima), que están próximos a culminar sus estudios. En total son cinco meses que incluyen tres sesiones presenciales en Lima donde reciben clases, asesoría, charlas de líderes y empresarios destacados y talleres con otros jóvenes líderes de Lima.

Para graduarse, los jóvenes deben entregar un Plan de Negocios Grupal que genere desarrollo para su región. Estos planes los trabajan con el apoyo de un Coach experto en negocios, que los asesora de forma presencial y a distancia a lo largo de 15 semanas. Los mejores planes no solo reciben premios en efectivo como capital semilla, sino que Crediscotia, partner financiero del programa, les otorga un crédito para poder poner el negocio en marcha.

Otro requisito para poder graduarse es organizar un Taller de Liderazgo y Espíritu Emprendedor en su región. EmprendeAhora está generando un efecto multiplicador de gran riqueza para el país ya que a la fecha se ha llegado a más de 8,000 jóvenes de colegios, institutos y universidades, promoviendo así la cultura del emprendimiento y el liderazgo en todo el país.

EmprendeAhora www.emprendeahora.org lleva ejecutándose con gran éxito desde el año 2008. Ya son más de 430 los jóvenes que han pasado por el programa de forma totalmente gratuita, gracias a las empresas e instituciones que han apoyado de forma desinteresada porque creen en la importancia de la formación en capacidades emprendedoras.





PRESENTARON PLANES DE ESTRATEGIAS REGIONALES PARA ENFRENTAR EL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL PERÚ

El ministro del Ambiente, Antonio Brack Egg, y la Fundación Bustamante de la Fuente, representada por Manuel Bustamante Olivares, presentaron tres estudios regionales denominados: “Cambio climático región sur”, “Cambio climático región costa norte” y “Cambio climático región amazónica”, con la finalidad de promover acciones a través de programas efectivos para lograr la adaptación a los cambios climáticos en todo el país.

Los estudios, financiados por la Fundación Bustamante de la Fuente, fueron realizados por la Universidad de Piura, el Centro de Estudios Tecnológicos de la Amazonía y el Centro de Investigaciones “Labor”.

Estas investigaciones constituyen un valioso aporte al planteamiento de estrategias regionales para enfrentar el cambio climático que son necesarias a nivel nacional y que están en sintonía con el Plan Nacional de Acción y Mitigación del Cambio Climático, propuesto por el Ministerio del Ambiente para lograr acciones a corto, mediano y largo plazo, así como a través de inversiones y proyectos concretos para la adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático en todas las regiones del Perú”, señaló el ministro.

Estos documentos regionales comparten la evidencia de que está en curso el cambio climático, lo que se evidencia por ejemplo a través de la reducción de los glaciares en las cumbres andinas, cambios en los comportamientos de las plantas, alteración de las épocas de migración de las aves y peces, así como alteraciones en el apareamiento y gestación de los animales silvestres.

La evidencia más notable sobre lo que está ocurriendo en el Perú es el derretimiento de los glaciares andinos.

A la fecha ya se ha perdido el 22% de la masa de glaciares del país durante los últimos 30 años.

La zona andina sufrirá también grandes sequías y la zona norte del país podría volverse en una zona semi tropical con graves consecuencia para el sector pesquero. Por ello, las autoridades municipales y regionales a elegir en el próximo proceso electoral deberían de ofrecer dentro de sus programas medidas preventivos para contrarrestar estos efectos y crear conciencia sobre este problema.

Al respecto, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) ya ha comenzado a estudiar como incluir este tema de la adaptación al cambio climático dentro de sus proyectos por lo que estudian la posibilidad de crear una unidad de cambio climático.

El ministro agregó que para contrarrestar este problema también se ha creado el Programa de Conservación de Bosques en donde se ha propuesto conservar al menos 54 millones de hectáreas de bosques primarios con la cooperación internacional. Asimismo, se vienen trabajando en otros aspectos con la Cooperación Suiza en varios departamentos de la sierra sur entre otros proyectos.

Cabe destacar que la Fundación Bustamante fue creada por el político y empresario, Manuel Bustamante de la Fuente en 1960 y desde entonces, esta entidad arequipeña ha contribuido a promover las investigaciones jurídicas, históricas y socio-económicas, contribuyendo así a la mejor comprensión e integración del país.



pólvora
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

PÓLVORA

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Hace unos años nació una idea, quizás fueron varias ideas juntas que descartándolas poco a poco se convirtieron en una sola: Pólvora. La mejor manera de tener una buena idea, es tener montones de ideas.

Pólvora es una empresa de comunicación estratégica con un enfoque creativo e innovador en el uso de las diferentes herramientas que conectan a las personas, modelan sus preferencias e influyen en sus modos de pensar y de sentir. Conformada por un equipo profesional de diferentes disciplinas y perspectivas, lo cual enriquece la propuesta.

La agencia se caracteriza por crear plataformas de comunicación con estrategias efectivas que permitan un mercado ético y un consumo responsable. Pólvora es un punto de encuentro entre la sociedad, la empresa privada y las organizaciones a través de ideas y mensajes creativos que generen en las personas emociones perdurables.

La estrategia es el punto pivotal sobre el que se mueve la agencia. Nuestro trabajo se rige bajo la noción de que sin importar la cantidad de recursos disponibles, el contenido del mensaje o el tipo de producto, si esto no se dirige a los oídos adecuados de la manera correcta, el impacto del mensaje se diluye y no se alcanza el objetivo original: comunicar.

La comunicación es una herramienta valiosa; es el instrumento que nos permite contar a todos quienes somos y hacia donde vamos. Esto, ligado a una buena estrategia y un mensaje responsable promete transmitir la idea a los oídos indicados. Pólvora propone crear “comunidades de consumidores” alrededor de las marcas, estableciendo

vínculos emocionales entre marca, mensaje y consumidor, para que éstos no solo consuman productos, sino que puedan adoptar filosofías responsables que contribuyan al desarrollo de nuestro país.

Algo que caracteriza nuestro trabajo es la creatividad, factor importante para el desarrollo de nuestras propuestas. Para Pólvora, las marcas son entes con características definidas que deben ser mostradas en los momentos y en lugares indicados y de la manera adecuada. Teniendo en cuenta la era actual, estos factores escapan muchas veces el espectro de los medios tradicionales. Es ahí donde entra el ingrediente de la creatividad, afectando los mensajes que deseamos comunicar y los soportes con los que los comunicamos.

El trabajo realizado por Pólvora busca resaltar lo importante que es utilizar la comunicación en campos como el desarrollo sostenible y la responsabilidad social, pero manteniendo siempre el enfoque del comunicador, del estratega; pensamos en grande y lo plasmamos en toda iniciativa que decida trabajar con nosotros, buscando siempre la mejor forma de utilizar los recursos de forma efectiva y creando estrategias, mensajes y materiales de comunicación con bases bien establecidas.

Los invitamos a que visiten la web: www.polvora.pe





Minera Quechua

A través del programa Ñawinchasunchis, se entidad busco mejorar la capacidad de comprensión lectora y la producción de textos de las Instituciones Educativas de Espinar y las escuelas de las comunidades de Huisa y Hanccollahua. En este gran reto participaron en forma conjunta, Minera Quechua, la Unidad de Gestión Educativa Local de Espinar, la ONG El Taller, Instituciones Educativas con participación activa de sus estudiantes, docentes y padres de familia. Luego de más de un año de esfuerzo los frutos de un trabajo interinstitucional comprometido fueron:

Fortalecimiento de capacidades pedagógicas en comprensión lectora, obteniéndose 96% de docentes que implementan estrategias y herramientas para la lectura comprensiva frente al 50% programado.

Movilización de actores educativos para promoción y compromiso por la lectura, alcanzándose un 71.2% de comunidades educativas que se comprometen y movilizan por mejorar niveles de comprensión lectora.

Cocinas mejoradas

El Ministro del Ambiente, Antonio Brack, reafirmó el compromiso asumido en junio de 2009 junto con la primera dama de la Nación, Pilar Nores de García; el presidente del Consejo de Ministros, Javier Velásquez Quesquén, y el ministro de Salud, Oscar Ugarte; para promover la campaña “Medio Millón de Cocinas Mejoradas, por un Perú sin Humo”, que busca contribuir a la disminución de la contaminación intradomiliar en los hogares más pobres del país.



“El uso de las mismas contribuye a la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero, GEI, a la atmósfera, convirtiéndose en un importante aporte tecnológico en el escenario de cambio climático, cuyos efectos ya se sienten en todo el mundo. La implementación de las cocinas mejoradas permite -además- la reducción de la tala de árboles para leña, evitando la deforestación y la pérdida de diversidad biológica”, afirmó el ministro del Ambiente, Antonio Brack Egg. Otros beneficios de estas cocinas es que reducen la liberación de contaminantes orgánicos persistentes, COP, como las dioxinas y furanos.

Bonos de carbono y cocinas

El Ministerio de Energía y Minas (MEM) a través del Proyecto Nina, ha considerado la inclusión de venta de bonos de carbono en la formulación de su proyecto y, de lograr acceder a este mercado, Nina podría generar hasta 240 mil euros anuales para financiar y dar sostenibilidad al programa de sustitución de cocinas. Esto gracias al impacto del mismo en la eficiencia energética y el cambio de combustibles.

Así lo dio a conocer el consultor en Finanzas de Carbono del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Jorge Álvarez Lam, quien explicó que los países del primer mundo pagan entre 10 y 12 euros por tonelada de dióxido de carbono (CO₂) que se deje de emitir al ambiente, ello a través del mercado de “bonos de carbono”.



Samsung

Uniéndose a la gran cruzada nacional emprendida en apoyo a nuestros compatriotas víctimas del inclemente friaje que azota diversas zonas del país, Samsung Electronics Perú se hizo presente con una importante donación, que busca brindar abrigo y esperanza a quienes, hoy más que nunca, lo necesitan. El aporte realizado por Samsung Electronics Perú consistió en un lote de frazadas de polar, así como abrigadoras prendas, producto de la contribución de sus propios colaboradores; además de medicinas adquiridas por la empresa, para el alivio de problemas respiratorios.

Más empresas se unen a Cáritas



Un total de 125 empresas nacionales e internacionales han colaborado en 2009 con Cáritas del Perú para elevar los niveles de vida de más de medio millón de peruanos. Cáritas da cuenta de este y otros importantes datos en su último Reporte de Sostenibilidad, que será presentado en el Simposio Internacional "Empresas innovadoras y negocios inclusivos" organizado por Perú 2021.

Solo en el año pasado se ejecutaron 72 proyectos de desarrollo social, desarrollo económico productivo e iniciativas de ayuda humanitaria en los que se invirtieron cerca de S/ 54 millones. Cáritas trabaja a favor del desarrollo humano integral para disminuir los niveles de exclusión entre los peruanos junto a diversos socios estratégicos, entre instituciones privadas, públicas y la cooperación internacional. Para acceder a la versión online del último Reporte de Cáritas del Perú puede ingresar a su página web institucional www.caritas.org.pe/bs2009/index.html

Miranda & Amado abogados calcula su huella de carbono 2009

Miranda & Amado Abogados, firma comprometida cada vez más con el medio ambiente, es la primera firma de abogados en el Perú que mide y neutraliza su huella de carbono. Esto lo viene haciendo desde el año 2008 en conjunto con A2G Carbon Partners, firma que garantiza la certificación Climate Neutral, junto con la internacional First Climate.



RESPONSABILIDAD SOCIAL: **TODOS**

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

Haz click aquí: www.rstodos.org



Salvador Cebrian, Director Nacional de Aldeas Infantiles SOS; Carlos Mujica, Gerente General del Banco de Comercio; Susana Lara, Gerente de Recaudación de Aldeas SOS y Wilfredo Lafosse, Presidente del Banco de Comercio.

Banco de Comercio

Wilfredo Lafosse y Carlos Mujica, Presidente del Directorio y Gerente General del Banco de Comercio respectivamente, recibieron el reconocimiento de Aldeas Infantiles SOS Perú, por el gran apoyo que brindan a los programas de dicha institución, orientados a los niños en estado de orfandad. En dicho acto realizado durante la cena por el Aniversario de Aldeas SOS, se destacó el compromiso con la Responsabilidad Social que distingue a la entidad bancaria. El evento contó con la presencia de representantes de diversas empresas amigas y embajadores de Aldeas Infantiles y tuvo la especial participación artística de nuestra reconocida intérprete Susana Baca.

Dow Jones clasifica a Barrick Gold por tercer año consecutivo

Barrick Gold Corporation ha sido clasificado como líder mundial en responsabilidad social empresarial por tercer año consecutivo por el Índice de Sustentabilidad Dow Jones (DJSI, por sus siglas en inglés).

Barrick fue incluido por primera vez en el listado del Índice Mundial del DJSI en el 2008 y se integró al listado de Norteamérica en el 2007. "Este reconocimiento es producto de un equipo de excelentes profesionales, que entienden nuestra obligación con la minería en forma responsable y están comprometidos con el liderazgo. La clasificación de Barrick como uno de los líderes mundiales en sustentabilidad valida los esfuerzos de estos profesionales y es una demostración de la seriedad con que asumen esta responsabilidad todos los días", dijo

Aaron Regent, presidente y CEO de Barrick.

"Las compañías mineras internacionales han logrado estándares internacionales de desempeño cada vez más altos", agregó Regent. "Estoy orgulloso de que Barrick haya dado respuesta en forma exitosa a los criterios de los índices de Dow Jones, que miden en referencia a estos estándares internacionales. Para nosotros, el hecho de ser incluidos es un renovado desafío para seguir mejorando ahora y en el futuro.

Telefónica, líder del Índice Mundial de Sustentabilidad en el sector de las telecomunicaciones por segundo año consecutivo

Telefónica es, por segundo año consecutivo, la compañía líder mundial del sector de las telecomunicaciones, al encabezar de nuevo el Índice Mundial de Sustentabilidad (DJSI). En su revisión anual, la agencia de rating que evalúa la gestión de la sostenibilidad de las empresas, -Sustainable Asset Management (SAM)- teniendo en cuenta los aspectos económicos, medioambientales y sociales, ha valorado al grupo con una puntuación de 84 sobre 100, lo que supone 26 puntos porcentuales más que la media del sector.

Para el DJSI, la "Sostenibilidad Corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social". Y así es como Telefónica ha definido su estrategia de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa (RC).

"Para la Compañía, la RC contribuye a la creación de valor porque incrementa la confianza en la empresa. Y no olvidemos que la confianza y la transparencia nos otorgan un premium price en los mercados y nos reduce nuestra prima de riesgo. Y eso, hoy es clave y nos permite construir relaciones sostenibles con los grupos de interés. Esto nos ha llevado a plantear una estrategia basada en tres líneas de trabajo: gestión eficaz de riesgos; gestión de oportunidades y compromiso con los grupos de interés o Stakeholders Engagement", explica Luis Abril, secretario general técnico de la Presidencia de Telefónica S.A.

SOUTHERN COPPER **sigue trabajando**

Southern Peru continúa trabajando, creyendo y apostando por el desarrollo del Perú a través de sus unidades operativas en Toquepala, Cuajone e Ilo; además de proseguir con su programa de exploraciones y evaluación en Tía María y Los Chancas.



SOUTHERN COPPER
SOUTHERN PERU





Hacia Un Perú Verde




Reduce.Reutiliza.Recicla

Lugar: Cuartel General del Ejército (Pentagonito)

Fecha: 11, 12 y 13 de octubre de 2010

Informes:

www.3r3.pe

 [twitter](https://twitter.com/3r3peruverde) : 3r3peruverde

 [facebook](https://facebook.com/3R3) : 3R3

Ventas Corporativas

3r3@parroproducciones.com.pe

Patrocinado por:



Organizado por:

