

Comercio

Exterior



Instituto Boliviano de Comercio Exterior

www.ibce.org.bo SANTA CRUZ DE LA SIERRA - BOLIVIA • NOVIEMBRE - DICIEMBRE / 2007 AÑO 16 • N° 158 • PUBLICACIÓN DEL INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR

La RSE como ventaja competitiva



1 Foto: Empresaria del Pacto Global de Naciones Unidas

El Sistema de Gestión de la Calidad del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (Oficina Central) ha sido certificado según la Norma ISO 9001:2000 y la Norma IRAM 9001:2000



Alcance: Servicio de apoyo al comercio exterior y promoción a las exportaciones, mediante negociaciones internacionales, soporte técnico y promoción.

Pág. 4

El servicio de RSE en el IBCE: El IBCE es una Institución líder en Responsabilidad Social Empresarial para el Comercio Exterior en Bolivia, de innovación, creatividad y con alta performance.

Pág. 7

CAINCO, a pasos firmes en RSE: CAINCO a través de su programa de Responsabilidad Social Empresarial que lleva adelante, ha venido realizado diferentes proyectos en beneficio de la sociedad...

Pág. 10

La importancia de la creación de Capital Social: Para alcanzar un bien común, es necesario que las instituciones o asociaciones no solamente coordinen acciones sino que también cooperen entre si.

Ahora en www.aerosur.com puede comprar su pasaje más rápido, más cómodo y más simple.



"Promover la Exportación con Inclusión Social, es nuestra tarea"



Lic. Miguel Ángel Hernández Quevedo, MSc.
Gerente de Promoción
Instituto Boliviano de Comercio Exterior

Consientes de la creciente importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial, como la mejor alternativa para que las empresas y las organizaciones en general integren voluntariamente las preocupaciones laborales, sociales y medioambientales en sus operaciones e interacción diaria a su interior y con su entorno, el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) encaró desde el año pasado un nuevo Proyecto Piloto denominado "Desarrollo Exportador con Inclusión Social - DEIS".

Este emprendimiento que contó con el invaluable apoyo de la Secretaría de Estado de Economía (seco) de la Confederación Suiza en su primera fase, y a la cual se uniera en la

gestión 2007 la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), ha demostrado resultados positivos en todos los sentidos, razón por la cual, el IBCE ha decidido transformar este Proyecto en una Gerencia que a partir del año 2008 se encargará de fortalecer y profundizar las lecciones aprendidas gracias a los importantes logros obtenidos trabajando con empresas líderes de los sectores agroindustrial, forestal y manufacturero.

Cabe destacar y agradecer no solo el importante apoyo recibido de visionarias empresas como el Ingenio Azucarero Guabira S.A. (IAG S.A.), La Chonta Woods Ltda. y América Textil S.A. (AMETEX), sino la confianza depositada en el IBCE, apuntalando la consolidación de esta nueva área de intervención.

La importancia de la RSE en los últimos diez años ha estado en constante evolución, hasta ser hoy por hoy, una preocupación prioritaria,

tanto para las empresas como para las organizaciones sociales. Si las empresas desean incursionar con éxito en la exportación, por ejemplo, deben tener muy en cuenta que existen condiciones laborales, medioambientales, de calidad y sanitarias, que necesariamente deben ser cumplidas para que sus productos puedan acceder a sus mercados de interés. Muchos países desarrollados han establecido mecanismos de cooperación comercial, como son los Sistemas de Preferencias Generalizadas (SPG), que benefician a países en desarrollo con aranceles preferenciales para sus mercancías, que ya están siendo condicionadas al cumplimiento de tales aspectos.

Es de destacar que, pese a todas las dificultades que enfrenta el país, el Proyecto DEIS del IBCE ha seguido adelante, habiendo asumido actividades socialmente responsables varias empresas del sector agroindustrial, forestal y textil boliviano, tanto en su entorno interno

como en el externo, demostrando que el sector exportador puede generar empleos con calidad, beneficiando, tanto a la comunidad que los rodea como al país con el pago de impuestos. Por ello, el IBCE reitera su compromiso de continuar promoviendo la RSE en Bolivia, aguardando que el Gobierno pueda hacer lo propio a través de adecuadas políticas públicas que generen el mejor ambiente para hacerlo.

Finalmente, el Consejo Editorial de "Comercio Exterior" desea agradecer el esfuerzo desplegado y el aporte de las siguientes personas, para hacer posible la presente edición: Lic. Andreas Noack, Responsable del Proyecto DEIS; la Lic. Cecilia Theulé, Especialista en RSE; la Ing. Diana Sabilón, Investigadora del Proyecto DEIS; y la Ing. Marcela Medina, Colaboradora en RSE en la ciudad de Montero. Este equipo -diverso en nacionalidades- tiene la firme convicción de que la Responsabilidad Social Empresarial será un puntal para el desarrollo de las exportaciones bolivianas.

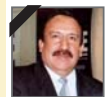
Felices Fiestas de Fin de Año y un Próspero 2008...

Son los sinceros deseos del IBCE



Nuestro profundo agradecimiento a las empresas e instituciones que nos apoyaron durante el 2007 en nuestra publicación "Comercio Exterior"

Condolencia



El Directorio, Ejecutivos y Funcionarios del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), se adhieren al dolor que embarga a la familia, del quien en vida fue:

Sr. Jaime Palenque Blanco

Director y dilecto amigo del IBCE, rogando al Supremo Creador conceda cristiana resignación a sus familiares ante tal irremediable pérdida.

Santa Cruz, 16 de noviembre de 2007

Felicitaciones



El Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) felicita a la flamante Licenciada Mónica Jáuregui Antelo, Asistente de la Gerencia de Promoción del IBCE, por haber defendido exitosamente su Tesis de Grado en

la Carrera de Auditoría y Finanzas de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSa). El Directorio, Ejecutivos y Funcionarios del IBCE, le expresamos nuestra sincera felicitación por este logro profesional a nuestra amiga y colega. Consejo Editor de "Comercio Exterior".

AUSPICIADORES

Este material ha sido elaborado en el marco de la ejecución del Proyecto Piloto de Inclusión Social y Comercio Exterior (DEIS), financiado por el Estado de Bolivia a través del Programa de Cooperación Comercial de Bolivia (PCCB).



INSTITUTO BOLIVIANO DE COMERCIO EXTERIOR

Presidente
Ing. Ernesto Antelo López
Vicepresidente
Lic. Fernando Antelo Parra
Secretario
Lic. Antonio Rocha Gallardo
Tesorero
Lic. Javier Parejas Roman
Directores
Ing. Marcelo Traverso Viscarra

Lic. Mario Herrera Sánchez
Lic. Heberto Herrera Jiménez
Lic. Edilberto Osinaga Rosado
Lic. Freddy Terrazas Sedlak
Lic. Ricardo Reimers Ortiz
Ing. Edgar Coronado Bejarano
Sr. Hans Hartmann Rivera
Lic. Sofía Villegas Reynolds
Lic. Fernando Jaime Mustafá Iturralde

OFICINA CENTRAL: Av. Velarde Nº 131 • Teléfono Piloto: (591-3) 3362230 • Fax: (591-3) 3324241 • Casilla: 3440 • www.ibce.org.bo • ibce@ibce.org.bo • Santa Cruz de la Sierra - Bolivia
Representación en La Paz: Av. Arce esq. Goitia, Piso 2, Nº 2017 • Teléfono: (591-2) 2443631 / 2444575 • Fax: (591-2) 2152229 • Casilla: 4738 • ibce-lpz@ibce.org.bo • La Paz - Bolivia

CONSEJO EDITOR

Ing. Ernesto Antelo López
Presidente
Lic. Gary Antonio Rodríguez Álvarez, MSc.
Gerente General
Lic. Miguel Ángel Hernández Quevedo, MSc.
Gerente de Promoción
Ing. Limberg A. Menacho Ardaya
Gerente Técnico
Lic. Soraya Fernández Jáuregui
Representante Ejecutiva del IBCE en La Paz

MARKETING Y DISTRIBUCIÓN

Lic. Mónica Fuentes Ibañez
Consultora Externa
CONTROL DE CALIDAD
Lic. Mónica Jáuregui Antelo

"COMERCIO EXTERIOR"
Depósito Legal: Nº 8-3-77-06
Derechos Reservados - Prohibida su reproducción sin citar la fuente

“Primer productor sucro - alcoholero de BOLIVIA”

Certificado con la norma “N” IBNORCA e ISO 9001:2000



“Por una mejor calidad de vida, generamos trabajo, exportaciones y desarrollo para BOLIVIA. Producimos AZUCARES, ALCOHOLES Y ENERGIA ELECTRICA.”



GUABIRÁ

endulza tu vida...!

Fábrica y Oficina Central:
Guabirá, Montero
Telf: (591-3)92-20225 -26 Fax: (591-3)92-20284-86
guabira@cotas.com.bo

www.guabira.com

El servicio de RSE en el IBCE

El IBCE es una Institución líder en Responsabilidad Social Empresarial para el Comercio Exterior en Bolivia, de innovación, creatividad y con alta performance.

Desde el inicio, a través del Proyecto Desarrollo Exportador con Inclusión Social, el servicio de RSE ha trabajado con empresas líderes en:

- Asegurar el ingreso a mercados externos que exigen que toda la cadena productiva esté enmarcada en los principios del Pacto Global
- Crear puentes entre el Gobierno, la empresa y la sociedad civil
- Generar diálogo con los públicos en los que impacta su empresa, desde una visión amplia e integral de la RSE
- Promover las inversiones sociales privadas
- Divulgar y capacitar en conceptos de RSE y principios del Pacto Global

Relevamiento y diagnóstico

Con la colaboración de la empresa se realiza una descripción de la situación inicial. La tarea del IBCE es recoger información relevante que permita la confección de un informe, con las principales fortalezas y oportunidades que la empresa o institución presenta dentro de un marco exportador con inclusión social.

Planificación

Comprende la definición de una estrategia para poder desarrollar planes de acción que respondan a las necesidades de la organización, en correlación con el diagnóstico realizado y consensuado. Esta instancia incorpora recomendaciones para implementar el plan de trabajo de modo sustentable.

Implementación, capacitación y evaluación

Según sean las áreas y el acuerdo con la empresa distintos profesionales guían, capacitan y colaboran con la organización, mediante las herramientas necesarias, para dar inicio y/o continuidad a las distintas actividades, a su monitoreo y posterior evaluación de resultados e impacto.

Comunicación

Para generar transparencia y credibilidad consideramos responsable y necesario informar permanentemente tanto al público interno como externo. Por ello, proponemos como parte integrante de todo el proceso,



realizar diversas acciones de comunicación, dando a conocer las actividades emprendidas, los resultados obtenidos y los proyectos futuros.

Pasos que se siguen durante el proceso con su empresa

1. Firma del Convenio de trabajo con el Departamento de RSE del IBCE.
2. Realización del Diagnóstico de Impacto y Aceptación Social.
3. Presentación del Informe del Diagnóstico.
4. Propuesta de posible política para implementación de planes de acción.
5. Diagnóstico a "stakeholders" en grupos pilotos (opcional).
6. Presentación de Diagnóstico del Grupo Piloto (opcional).
7. Seguimiento a la implementación de la política propuesta (segunda etapa).
8. Divulgación y comunicación de resultados alcanzados (segunda etapa).

Instrumentos que se utilizan durante el trabajo

	Instrumento	Modalidad de Aplicación	Finalidad
Estándares	SA 8000 (Prácticas Laborales)	Certificación externa por un cuerpo acreditado, enfocado a procesos	Por su altas exigencias y su alcance global, aplicado por empresas que buscan alcanzar la vanguardia en el desarrollo empresarial sostenible
	ISO 14000 (Medio Ambiente)		
	ISO 18000 (Gestión de la Seguridad y la Salud Ocupacional)		
	ISO 26000 (RSE)		
Códigos de Conducta	Mayormente establecidos por las propias empresas	No certificado, pero parcialmente auditado por comprador	Más enfocado al interior de la empresa que como instrumento de marketing
Etiquetas/Sellos	Forest Stewardship Council (FSC) Fairtrade Labelling Organizations (FLO)	Control externo realizado por un comité o por una certificadora	Orientado a productos y sectores, y por consiguiente, orientado al marketing
Balance Social	Global Reporting Initiative (GRI)	Memoria Anual de Sostenibilidad acorde a indicadores GRI 2002. No existen evaluaciones y auditorías externas	La empresa busca medir y comunicar a sus stakeholders el aporte social al interior y exterior de la empresa



Disfrute un buen servicio al mejor precio...

- Desayuno Buffet
- Piscina
- Llamadas locales gratis
- Internet Wi-Fi
- Traslado Aeropuerto - Hotel
- Tv. Cable (72 canales)
- Parqueo Privado
- Room Services



Las Palmas
**** Hotel

- Salas de Conferencia
- Restaurant
- Centro de Negocios
- Servicio de Eventos
- Lavandería
- Caja de Seguridad
- Doctor / Ambulancia
- Llamada despertador



Avenida El Trompillo N° 604
Telfs. (591 3) 352-0366 / 352-9971
Fax (591 3) 352-0533
Email: info@laspalmashotel.net
www.laspalmashotel.net
Santa Cruz - Bolivia

Sólo un **HONDA** supera otro **HONDA**



Fit 2007

Prueba su poder y su economía.

19 km. por litro el menor consumo en su categoría • 0% cuota inicial 7 años plazo

Aceptamos tu vehículo usado como parte de pago



Motor de Aluminio Honda i-DSI-1.4



Amplio Espacio Interior con A/C



Airbag



Guantero con Doble Compartimiento



Vidrios Eléctricos y Portavasos



Exposición y Ventas: Equipetrol, Av. San Martín, esq. c. 7 Este Tel. Piloto: 342 3939 - Telefax: 342 4340. E-mail: creyland_honda@creyland.com.bo
Servicio Técnico y Repuestos: B. Petrolero Norte, c. Yomomó esq. Av. Perimetral, Los Tijibos. Teléfono: 343 7979 - Telefax: 343 0730. E-mail: servicio_honda@creyland.com.bo www.creyland.com.bo

Estudio de caso - por el CPTS



Introducción

Este estudio de caso presenta los logros alcanzados en la Planta Tostadora de Café de la "Compañía Industrial Agrícola Café Nueva Esperanza Nuñez S.R.L.", CIACNEN, situada en la ciudad de Cochabamba. Estos logros son resultado de la implementación de las recomendaciones de producción más limpia propuestas por el Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles (CPTS) en el Diagnóstico de Producción Más Limpia (DPML) ejecutado en mayo del 2004.

Producción

En los meses de octubre del 2003 a abril del 2004, período de referencia para el DPML, la tostadora procesó 740 kg de café oro y obtuvo 600 kg de café tostado molido. Entre octubre 2004 y abril 2005, período considerado para evaluar el estado de avance de las recomendaciones efectuadas en el DPML, la tostadora procesó 1.060 kg de café oro, provenientes de su planta beneficiadora y de la zona de los Yungas de La Paz, y obtuvo 884 kg de café tostado molido. Esto representa un aumento del 43% en la cantidad de café oro procesado y un 48% respecto a la producción de café tostado molido. El rendimiento de la producción se incrementó de un 81% en el año 2004 a un 83% en el año 2005.

enfriamiento se encontraban impregnados de residuos de café tostado de lotes anteriores. Se observó la presencia de algunos granos en el tostador que no habían sido removidos antes de iniciar el tostado del siguiente lote.

Situación actual: Mermas durante el tostado 0,16 [kg / kg de café oro]. Tiempo de tostado café suave 25 min. Tiempo de tostado café europeo 30 min.

La empresa realizó las siguientes acciones para implementar la recomendación:

- Seleccionar los granos de café oro proveniente de los Yungas, ya que suelen llegar a la planta tostadora con impurezas y además muchos de ellos están partidos. El café que llega del Chapare, no es seleccionado porque el tamaño de los granos es más uniforme y no contiene impurezas.
- Comprar un soplador de aire para realizar la limpieza de la tostadora y ayudar a enfriar el café tostado en la bandeja de enfriamiento. La limpieza se realiza al terminar el proceso y antes de empezar uno nuevo.
- Sacar los granos que se quedaban en el cuello de la tostadora para evitar que durante el tostado de un nuevo lote, éstos se quemen y confieran un olor a quemado a todo el nuevo lote.

aproximadamente, debiendo ser enfriados rápidamente para evitar que se pierda una parte de las sustancias volátiles que le dan su aroma característico. El enfriamiento de los granos se realizaba haciendo pasar aire a temperatura ambiente a través de los granos, en el momento en que éstos salían del tostador hacia la bandeja de enfriamiento. Durante el DPML, se constató que el sistema de enfriamiento no cumplía su función y los granos tostados tardaban más de dos horas en llegar a la temperatura ambiente.

Situación actual: Tiempo de enfriado 1 hora.

Para mejorar el enfriado del café, se tomaron las siguientes acciones:

- El enfriado de los granos de café se realiza con la ayuda del soplador de aire que se compró para realizar la limpieza de las máquinas.
- Se colocó un sello de goma en la base del cilindro para evitar que haya fugas de aire que perjudiquen el enfriado de los granos de café.
- Se realiza la limpieza del equipo de forma regular, para evitar que se tapen los conductos de salida del aire.

Con estas acciones, los granos de café se enfrían en menor tiempo, evitando así que se pierdan las sustancias volátiles que le confieren su aroma característico. Se disminuyó el tiempo de secado a la mitad aproximadamente.

La sala de producción tenía un solo foco y el operario no tenía la suficiente iluminación para realizar el control del tostado, situación que también contribuía a que los granos resulten más tostados de lo normal. Según mediciones realizadas por el equipo del CPTS con un luxómetro durante el DPML, se verificó que los valores de iluminación no eran los adecuados.

Situación actual: Iluminación natural 244 lux. Iluminación artificial 1.390 lux.

Para mejorar la iluminación en la sala de tostado se realizaron las siguientes mejoras:

- Se colocó: un reflector de 500W, el cual sólo es encendido por unos minutos al momento de realizar el control del grado de tostado; y una luminaria incandescente "luz de día", para que imite la luz natural cuando se tuesta por la noche; ambos próximos al tostador.
- Se elevó una sección del techo y tumbado para mejorar la iluminación natural y mejorar la ventilación del área de tostado.

Con la actual iluminación, se controla mejor el grado de tostado y se obtiene un tostado uniforme entre lote y lote.

3. Recomendaciones Generales

Situación anterior:

- Durante el tostado, se controla el grado de tueste sacando una muestra y comparándola con un patrón o modelo. La muestra se obtenía con una cucharilla de plástico a través de un orificio ubicado en la parte frontal del tostador. Posteriormente se abría un "dumper" que permitía devolver la muestra al tostador. Esta operación provocaba la salida de una cantidad significativa de gases del interior del tostador; adicionalmente, se corría el riesgo de contaminar el café con el plástico, al estar expuesto a altas temperaturas.

- El tostado de los granos de café produce emisiones de material particulado, de componentes orgánicos volátiles, de ácidos orgánicos y de productos de la combustión del GLP. Los granos de café contienen una amplia variedad de componentes químicos. Algunos de estos compuestos se volatilizan, oxidan o descomponen como parte del proceso de tostado y salen a la atmósfera junto con los gases de combustión a través de una pequeña chimenea. Esta situación provocaba problemas a la empresa con los vecinos, quienes se quejaban por el humo y los fuertes olores que se desprendían.

- Durante el calentamiento inicial del tostador no se contaba con una buena combustión, perdiéndose una parte de energía. Esta mala combustión se debía a la falta de aire, ya que al inicio de la operación todo el sistema de

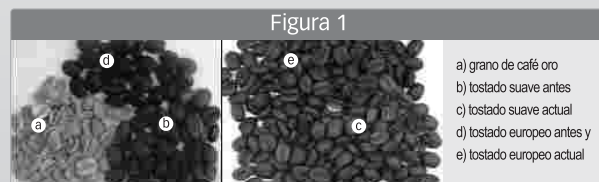


Figura 1

- a) grano de café oro
- b) tostado suave antes
- c) tostado suave actual
- d) tostado europeo antes y
- e) tostado europeo actual

Recomendaciones Implementadas

1. Mejorar las condiciones de la operación del tostado

Situación anterior: Mermas durante el tostado 0,18¹ [kg / kg de café oro]. Tiempo de tostado suave 35 min. Tiempo de tostado europeo 44 min.

El tostado es una operación que influye de manera determinante en la calidad final del café. Si bien se tiene conocimiento sobre la importancia de esta operación, en la misma se presentaban los siguientes problemas:

- No se realizaba una clasificación de granos, ni una separación de impurezas previa al tostado.
- El tamaño desigual del grano daba por resultado un tostado desigual, ya que los granos pequeños y quebrados se tuestan más rápidamente que los enteros y grandes.
- El equipo de tostación y la bandeja de

- Disminuir los tiempos de tostado mejorando la calidad de los dos tipos de café que produce. Anteriormente, el tostado europeo tardaba 44 minutos; actualmente, el tostado se realiza en 30 minutos. Para el tostado suave, se tardaba 35 minutos; actualmente el tostado suave se realiza en aproximadamente 25 minutos.

- Colocar protectores de polvo a los equipos.

Con la implementación de estas medidas se logró mejorar la calidad del café, pues se logra un tostado más homogéneo; se ha disminuido el grado de tostado, tal como se puede observar en la Figura 1, lo que ha permitido mejorar el aspecto del producto y su sabor. Finalmente, se ha reducido la cantidad de GLP utilizada en el tostado.

2. Mejorar el enfriado del café tostado

Situación anterior: Tiempo de enfriado 2 horas.

La temperatura que alcanzan los granos de café al finalizar el tostado es de 140°C.

3. Retener la cutícula que se desprende del grano durante el enfriado

Situación anterior: La cutícula que se desprende, era eliminada directamente a la atmósfera.

Durante el enfriado del grano de café, se liberaba a la atmósfera, en forma de partículas, la cutícula (también denominada hollejo, pellicilla o película plateada) que cubre el cotiledón seco del grano del café.

La empresa enfrentaba problemas con los vecinos debido a estas emisiones a la atmósfera y a las originadas durante la operación de tostado.

Situación actual: La cutícula que se desprende es retenida eliminando la emisión de partículas a la atmósfera.

La empresa colocó una bolsa de yute a la salida del tubo de descarga, que retiene la cutícula en su interior, y solo deja salir el aire que proviene de la operación de enfriado. Con la implementación de esta medida y la elevación de la chimenea, cesaron las quejas de los vecinos.

4. Mejorar la iluminación en ambientes de producción

Situación anterior: Iluminación artificial en la sala de producción 143,8 lux.

¹ Si en la situación anterior se suma las mermas en el tostado (18%) y el rendimiento del café tostado (81%) se obtiene 99%; el 1% restante, corresponde a las pérdidas en la molienda. En la situación actual, las mermas en el tostado y el rendimiento del café tostado suman 100%, porque las pérdidas en la molienda son menores al 0,1%.

tostado está frío, incluida la chimenea, con poco tiraje en la misma. Se utilizaba una sola garrafa para el tostado, abriéndose la llave de salida de GLP totalmente, esto provocaba un cambio de presión que enfriaba la garrafa, reduciendo la salida de gas.

Situación actual:

- Se adaptó una cucharilla de acero inoxidable, a la que se colocó un mango de madera. Con la cucharilla que está permanentemente colocada en el orificio, se toman las muestras, se comparan los granos con la muestra patrón, y los granos son devueltos al tostador por el mismo orificio. De esta manera se elimina el riesgo de contaminación y la salida de gases del interior del tostador.
- Se aumentó la altura de la chimenea en 1,5 m. para que los gases y compuestos volátiles salgan más arriba y no lleguen a las casas vecinas. Esta medida junto con la recomendación 3 permitió mejorar las relaciones con los vecinos.
- Actualmente se utilizan 2 garrafas, instaladas en serie, para realizar el calentamiento del tostador, las llaves de conexión se abren al mínimo, y a medida que empieza a calentarse, se aumenta la llama. Con esta medida se

evita que se enfríen las garrafas y se controla que la combustión sea completa.

Beneficios de la práctica de PML

Mediante la aplicación de medidas de PML, la planta ha dado los primeros pasos para implementar un programa de Producción Más Limpia.

Se mejoró la calidad del café y se incrementó la producción de café molido tostado en un 48%. La producción en el período anterior fue de 598 kg y actualmente es de 884 kg.

Las medidas implementadas por la empresa incidieron en la disminución del consumo específico de electricidad. El consumo específico en promedio, era de 1,40 kWh/kg de café producido, actualmente es de 0,71 kWh/kg.

Mejoras en el desempeño de CIACNEN según indicadores medidos antes y después de implementar recomendaciones de PML

Indicador de desempeño	Antes	Después	Reducción (aumento)	% Reducción (% aumento)
Reducción de mermas en el tostado [kg./kg de café oro]	0,18	0,16	0,02	11
Tiempo de tostado de café suave [min]	44	30	14	28
Tiempo de tostado de café europeo [min]	35	25	10	32
Tiempo de enfriado del café [h]	2	1	1	50
Consumo específico de energía eléctrica [kWh/kg de café producido]	1,40	0,71	0,69	49
Rendimiento [kg de café producido/kg de café oro]	81	84	(3)	(4)
Producción [kg de café producido/7 meses]	598	884	(286)	(48)

Inversiones, ahorros, retornos y beneficios ambientales

Recomendación	Inversión [US\$]	Beneficios económico [US\$/año]	Retorno (**)	Beneficio ambiental
1. Mejorar las condiciones de la operación del tostado.	32	100		Se evita la emisión, al medio ambiente, de 2 kg/año de cutícula. Se disminuyó la cantidad de GLP al disminuir los tiempos de tostado. Se disminuyó la cantidad de energía eléctrica utilizada en 610 kWh/año.
2. Mejorar el enfriado del café tostado	minima	880(*)		
3. Retener la cutícula que se desprende del grano durante el enfriado	minima	Ingresos adicionales por aumento en la producción		
4. Mejorar la iluminación en ambientes de producción	12	50		
5. RECOMENDACIONES GENERALES	minima	Ahorro por reducción del consumo específico de energía eléctrica		
Total	44	1.030	2.340%	

(*) Este ingreso está calculado para un período de 7 meses.
(**) Es el retorno sobre la inversión total, que fue calculado con los datos que pudieron cuantificarse.

CAINCO, a pasos firmes en RSE



CAINCO, viene encarando un reto, apoyar el rol que le toca jugar a todas las empresas en favor del Desarrollo Sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, lo que se resume en Responsabilidad Social Empresarial. Es así que se está trabajando en proyectos concretos como ser, el apoyo a las microempresas, que están empezando con sus primeros resultados exitosos.

Lo más importante es crear opciones de trabajo que sean sostenibles en el tiempo

CAINCO a través de su programa de Responsabilidad Social Empresarial que lleva adelante, ha venido realizando diferentes proyectos en beneficio de la sociedad, desde el apoyo a orquestas musicales juveniles, refacción y entrega de materiales escolares a colegios en la ciudad y provincias, campañas con los Bomberos Voluntarios a favor de los niños con cáncer, así como la organización inmediata de campañas en apoyo a la población afectada en situaciones de emergencia por desastres naturales en nuestro

país. Sin embargo, uno de los proyectos que enorgullece a la institución, es el ejecutado en los barrios a través de las capacitaciones a emprendedores para facilitarles de esta forma las herramientas para mejorar sus servicios y productos, ampliar sus mercados, posibilitar así una mejor calidad de vida, con más trabajo y crecimiento.

Lo más importante es crear opciones de trabajo que sean sostenibles en el tiempo y que lleve

a una especialización y autosuperación. Para ello debemos comenzar desde las microempresas, para que se desarrollen y con su crecimiento brinden oportunidades a aquellas personas que no tienen fuentes de trabajo, opina Daniel Velasco, Gerente General de CAINCO.

Salsas Ross es un claro ejemplo de éxito. Hoy se distribuyen en tiendas especiales como carnicerías, supermercados y otros tipos de locales para gourmets.

Salsas Ross, un caso de éxito

Productos "Ross", es un claro ejemplo de un caso de éxito que se obtuvo a raíz de la capacitación en los barrios que realizó CAINCO, con la participación de sus funcionarios. Hace un tiempo atrás la institución se acercó al Distrito 10 de Santa Cruz, donde vive la familia de Rosario Laserna, para brindar unos talleres de asesoramiento y capacitación en apoyo a los emprendedores. Con su participación ella se dio cuenta de que la traba mayor que tenían sus productos era que su marca no decía nada y no era comercial.

Gracias a la capacitación Laserna aprendió a calcular mejor sus costos y realizar su propio presupuesto. También se instruyó sobre los pasos para formalizarse como empresa unipersonal, tal como es en la actualidad.

Viendo el potencial de sus productos, CAINCO la asesoró y realizó un seguimiento de todo el proceso de su producto, desde el envasado, bajo normas de sanidad, producción, marketing e imagen de marca; y gracias a esto nació una nueva imagen de su producto estrella "Las salsas ROSS".

Las salsas "ROSS" son producidas gracias a una mezcla especial de distintos tipos de ají y condimentos utilizados por la propietaria y creadora, Rosario Laserna. Su principal cualidad es lograr diversos sabores fusionando equilibradamente una buena variedad de condimentos con una producción esmerada y con una calidad y sabor del exigente al paladar del mejor gourmet.

Hoy gracias al esfuerzo conjunto y las gestiones realizadas por CAINCO y la microempresaria Rosario, estas salsas se distribuyen en tiendas especiales como carnicerías, supermercados y otros tipos de locales para gourmets.

Además, con el apoyo de CAINCO, tiene su vitrina propia en internet, un sitio para entregar información sobre los productos -www.ross.com.bo- y comprar los productos on line.

Este claro caso de éxito, que se logró a través de proyectos en RSE, es el que CAINCO replicará, con otros emprendedores de nuestro país, asegura Cristina Coronado, ejecutiva principal de RSE. "No solo se trata de hacer filantropía, queremos trabajar en proyectos sostenibles en el tiempo que realmente generen un giro de 180° en aquellas personas que se vean beneficiadas en proyectos como el de productos Ross", concluyó.



Lic. Cristina Coronado Aguirre
Ejecutiva Principal del RSE

"La Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía empresarial que se hace práctica incorporando las tres facetas del desarrollo sostenible: la económica, la social y la medioambiental. En este nuevo planteamiento, la gestión empresarial se orienta hacia la satisfacción de las demandas de los distintos grupos de interés (stakeholders) y las exigencias del desarrollo sostenible, lo cual favorece la consolidación de la empresa, promueve su éxito económico y afianza su proyección de futuro.

En CAINCO, el objetivo principal de la Unidad de RSE es promover las acciones de RSE que ya desarrollan varias empresas del medio y fomentar a que la mayoría formalice y adopte voluntariamente prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial, las que serán parte indisoluble del valor a sus negocios."



Cuando la gestión de RSE interna se vuelve prioridad



Caso La Chonta - Clima laboral interno

Ocho de la mañana en la Concesión forestal La Chonta, a 30 kilómetros dirección noreste de la ciudad de Ascensión de Guarayos. Hacen 39 grados y amenaza con seguir subiendo la temperatura a lo largo del día. No hay una sola nube en el cielo.

El equipo de RSE del IBCE recorre el aserradero para entrevistarse con más de 90 empleados en el transcurso de 2 días de trabajo intenso. Es el paso final de un trabajo que se viene desarrollando desde inicios de año 2007. La empresa consideró desde el inicio



la necesidad de desarrollar la RSE interna al mismo tiempo que se estudiaba la RSE con los stakeholders externos.

La puesta en marcha de mejoras en los ámbitos de remuneración, salud, vivienda, equipo y comedor están afianzándose en todo el aserradero. Los resultados más visibles serán los que se manifiesten en los resultados de la Encuesta de Clima Laboral que se toma durante esos días.

La encuesta se diseñó a partir de 31 preguntas cerradas y 1 abierta (pregunta relacionada con la utilización del tiempo libre), cubriendo los ámbitos de:

- Motivación
- Remuneración y trabajo
- Comunicación
- Salud y seguridad
- Alimentación y vivienda
- Identificación con la empresa

El orden de las preguntas fue aleatorio para evitar el "contagio" entre respuestas por cercanía. A cada pregunta se debía contestar en una escala del 1 al 6, siendo el 1 y 2 las calificaciones más altas, el 3 y 4 intermedias y el 5 y 6 calificaciones de rechazo o malas.

Como se puede comprobar en los gráficos, el nivel de respuestas positivas en 3 ámbitos

claves de la Gestión de los Recursos Humanos, hace que la empresa pueda tener la seguridad de que la inversión destinada a los cambios necesarios en RSE interna redundó en resultados medibles y en un lapso de tiempo relativamente breve.

La percepción del nivel de seguridad dentro del aserradero supera el 98%.

En general no se manifestaron problemas serios de comunicación. La gente parece saber lo que debe hacer y cómo tiene que hacerlo. No hay reportes de desprolijidades o de contramarchas en orden y contraorden.

El equipo con el que se trabaja está muy orgulloso de pertenecer a la empresa y no tienen problemas grupales.

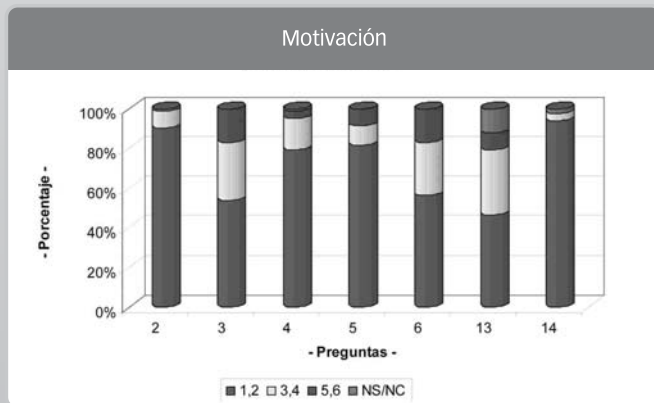
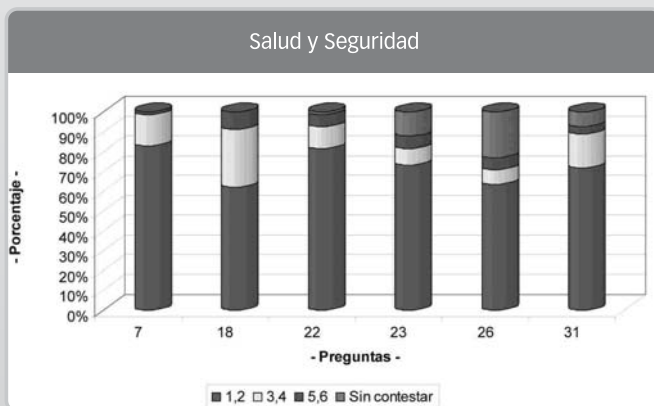
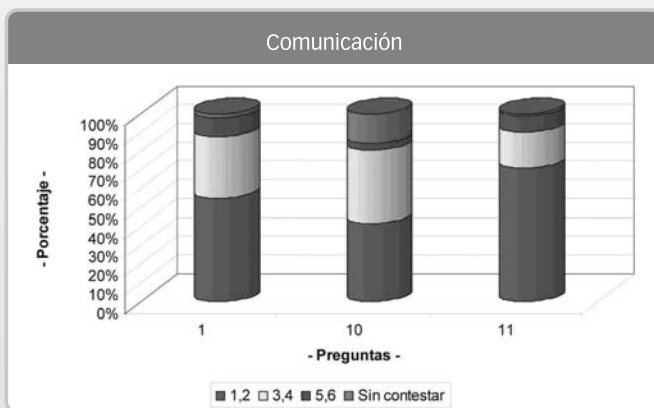
Del mismo modo que con respecto a las relaciones con compañeros de trabajo, las preguntas sobre el trabajo en equipo superaron el 93%.

Por tanto, se está contando con un equipo de gente altamente motivado, que cree que su trabajo es muy útil para la empresa y que se siente orgulloso de pertenecer a La Chonta.

Este capital es invaluable. La inversión hecha en tiempo y esfuerzo para cuidar el mayor activo de la empresa se refleja siempre en una mejora en los resultados, productivos y económico financieros de la compañía que decide encarar la gestión de RSE aplicándola en primer lugar a sus stakeholders internos.

Si a ello le sumamos que el manejo de un aserradero comporta el hecho de que los empleados del mismo convivan en un mismo lugar, el clima laboral del campamento se vuelve una prioridad indeclinable para la gerencia de la empresa forestal.

La Chonta Woods está cosechando los resultados de una acertada decisión gerencial que le brindará a futuro cuerpos de mandos medios y gerenciales.





De Bolivia al mundo

Industrias de Aceite S.A. contribuye al desarrollo agroindustrial boliviano, generando productos de calidad con presencia en los principales mercados sudamericanos, a través de sus líneas de aceites, mantecas vegetales y margarinas.

FINO

La importancia de la creación de Capital Social



Lic. Andreas Noack Leibfried (+)
Responsable del Proyecto "Desarrollo Exportador con Inclusión Social"

Según los libros sobre economía existen muchas diversas formas de capital, entre los cuales se conocen entre otros los siguientes: financiero, comercial, bienes de capital, infraestructura, tecnología, bienes de consumo e incluso el capital humano.

Sin embargo, recientemente se ha incluido con mucha fuerza el concepto de capital social que es fundamental para el desarrollo de las comunidades y las empresas.

Se entiende por capital social los "mecanismos de la organización social tales como las redes, normas, y la confianza social que facilita la coordinación y cooperación para beneficios mutuos". Esto incluye la confianza, las normas y las redes que establecen relaciones de reciprocidad activadas por una confianza social que emerge de dos fuentes, las normas de reciprocidad y las "redes de compromiso ciudadano".

El capital social también se puede entender como articulación plena entre las normas sociales de comportamiento ético, la construcción de confianza, las relaciones de reciprocidad, el comportamiento cívico, la participación ciudadana, y la capacidad de asociación y formación espontánea de redes, y generalmente tiene implícito la presencia de un bien colectivo en provecho de todos. En síntesis se puede decir que la capacidad de los individuos de trabajar junto a otros, en grupos u organizaciones, para alcanzar consensos y objetivos compartidos que apunten al bien común de todos.

El capital social tiene importantes incidencias en el desempeño de las organizaciones y las instituciones, así como en los mismos ciudadanos. Es por esto que las empresas deberían incluir dentro de sus actividades la creación de capital social tanto al interior de la empresa como externamente, es decir los vecindarios, las comunidades, y los stakeholders (grupos relacionados de interés) en general. La creación de este capital se puede realizar facilitando, apoyando e invirtiendo en conocimientos, habilidades, valores, entre otros.

Existe más de una forma de capital social, pudiendo considerarse las principales como: el capital social individual, que reside

principalmente en redes interpersonales que van de persona a persona; el grupal, donde surge la posibilidad de trabajar en equipo; y el capital social comunitario, que reside en instituciones más complejas. Las instituciones complejas del capital social comunitario permiten la creación del capital social individual, porque son acciones institucionales que repercuten directamente en los individuos y en su accionar diario, sin embargo el capital social comunitario puede debilitarse o fortalecerse, dependiendo de los resultados que se tengan con las acciones que se encaran y de la participación en programas de interés público.

Asimismo, se pueden identificar 3 formas principales de creación de capital social:

- La confianza, imprescindible para cualquier tipo de relación que busque la sostenibilidad en el tiempo en beneficio de todas las partes interesadas;
- Las redes, que permiten alcanzar mejores resultados a través de la sinergia de las instituciones en busca de bienes individuales y bienes comunes; y
- Las reglas o instituciones formales e informales, que son las que definen el comportamiento de los individuos y de las instituciones para alcanzar los resultados deseados.

La confianza es el concepto central que se ve afectado por las otras dos formas de creación de capital social.

Inversión en la creación de capital social

No es necesario hablar de fuertes inversiones económicas para comenzar con la creación de capital social, ya que es posible comenzar con simples acciones diarias, como ser acciones de preservación del medio ambiente, respeto a las demás personas, cumplir con las obligaciones como ciudadano, colaborando al que necesita ayuda, en fin son muchas formas en las que podemos generar un buen capital social y ayudar al desarrollo de las personas y de la sociedad.

No obstante, invertir en la creación de capital social en las instituciones o empresas, se justifica ya que permite mejorar las relaciones de éstas con todos los stakeholders, logrando de esta manera la sustentabilidad de las

instituciones, y permitiendo de igual manera al desarrollo económico y social de los principales grupos relacionados de interés.

En el caso de la relaciones con las comunidades o barrios vecinos, el principal logro que se puede obtener es la "licencia social para operar", concepto que nació en la década de los '90, siendo en la actualidad una herramienta fundamental -pero no exclusiva- para las principales industrias extractivas como ser la minera y la explotación del petróleo, tanto en Bolivia como en el resto del mundo. No es una licencia otorgada por algún ente oficial de los Gobiernos o por algún ente privado como ser una certificadora, sino que se trata de un "permiso social intangible", basado en las buenas relaciones con la comunidad en la que la empresa desarrolla su actividad.

La confianza en la creación de capital social

Uno de los factores importantes del capital social es la confianza, que en términos generales se entiende como un componente fundamental para la creación de buenas relaciones entre individuos, organizaciones y la sociedad. La confianza es básicamente la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos, y se verá más o menos reforzada en función de las acciones.

La confianza es una herramienta imprescindible para realizar negocios, tanto en la formación como en el sostenimiento de empresas, y para el apunamiento del desarrollo económico. Ante la ausencia de confianza, se pueden evidenciar consecuencias negativas como el incremento en costos de transacción de las actividades económicas, penalizando a la sociedad en su conjunto y limitando el potencial de desarrollo económico y social.

Bonding, Bridging y Linking

Existen tres tipos de relacionamiento o creación de redes en el que participa el capital social, siendo estos el Bonding, el Bridging y el Linking.

Bonding o asociaciones horizontales cercanas, que comprenden las relaciones con la familia, los vecinos, los amigos y los compañeros de trabajo, incluyendo grupos religiosos, cívicos y barriales. Los miembros de estos grupos tienen características

demográficas similares, interactúan frecuentemente y generalmente estas interacciones son parte de su accionar diario. Este tipo de relacionamiento puede considerarse la forma más evidente de creación de capital social y la que se acumula con mayor éxito; ello se debe a que existe entre los miembros de estas asociaciones una confianza muy fuerte debido al grado de relacionamiento que existe y en el que cada individuo contribuye en busca de un beneficio común.

Bridging o asociaciones horizontales ampliadas, que incluyen las organizaciones deportivas, culturales, sociales y no gubernamentales. Están constituidas por personas que no sólo presentan características sociodemográficas diferentes (raza, religión u ocupación laboral), sino que también pertenecen a diferentes redes sociales e intercambian recursos y oportunidades. Estas asociaciones se caracterizan entonces por un conjunto de relaciones sociales menos frecuentes e instrumentales.

Linking o asociaciones verticales, que se refieren a la capacidad de un individuo de intercambiar recursos, ideas e información con instituciones formales más allá de la comunidad. Dichas asociaciones se caracterizan por relaciones jerárquicas y

por presentar una distribución de poder desigual entre sus miembros. Algunos ejemplos como asociaciones verticales, son las relaciones entre los pobres y los representantes de organizaciones formales, como bancos, escuelas, centros de salud, entidades públicas, los sindicatos y los partidos políticos. El principal logro de este relacionamiento es la creación de redes de confianza, aportando cada institución o comunidad lo que mejor hace, logrando una sinergia en busca de bienes comunes.

Según el economista italiano Stefano Zamagni el conseguir la articulación a través del "linking" es la instancia mediante la cual se maximizan las relaciones con los diferentes actores y sectores permitiendo lograr la optimización en la búsqueda del bien común.

Coordinar vs. Cooperar

Según la Real Academia Española, podemos entender la palabra "coordinar" como la acción de "concertar medios, esfuerzos, etc.", para una acción común", y "cooperar" como "obrar juntamente con otro u otros para un mismo fin".

Por estas definiciones, es necesario que para alcanzar un bien común las instituciones o asociaciones no solamente coordinen acciones para la búsqueda de ese bien común, sino que también cooperen entre sí. Esto quiere decir que las acciones de coordinar generalmente quedan truncadas en algún escritorio sin que se lleven a cabo, sin embargo si se logra que todos los interesantes cooperen,

las acciones se llevan al campo y se logra el propósito establecido.

Estado / Empresas / Sociedad civil

Finalmente, es imprescindible que el Estado, las Empresas o Instituciones y la Sociedad Civil

generen capital social, para que se puedan vincular entre sí con mayor facilidad y con mejores beneficios para el interés público.

Es necesario que para la búsqueda de un bien común, exista la participación de los tres sectores para garantizar el éxito de los emprendimientos que se encaran. Ante la ausencia de uno de los tres sectores, cualquier

iniciativa puede perder legitimidad y sostenibilidad.

(*) El autor es Licenciado en Administración de Empresas y el actual Responsable del Proyecto "Desarrollo Exportador con Inclusión Social", que lleva adelante el IBCE con el apoyo de la Secretaría de Estado de Economía (SECO) de la Confederación Suiza y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

La RSE como Estrategia de Negocios



Ing. Diana Sabillón Garay (*)
Investigadora del Proyecto Desarrollo Exportador con Inclusión Social

Un concepto que se expande

Hoy en día las empresas están cada vez más convencidas de la importancia de la práctica de Responsabilidad Social Empresarial para su competitividad y sostenibilidad. El concepto de RSE se ha venido difundiendo y exigiendo por la comunidad internacional, por lo cual ha pasado a ser un requisito de la economía global y un factor cada vez más importante en las decisiones corporativas y estratégicas de las empresas.

Lo que entendemos por Responsabilidad Social de la Empresa

Se entiende que la RSE es un concepto que se define como el compromiso de la empresa con sus grupos de interés (o stakeholders) para mejorar las condiciones del negocio y la calidad de vida de la sociedad en su conjunto. La RSE no sólo se concibe como la generación de bienestar hacia adentro - accionistas y empleados - y las relaciones de cooperación y competencia leal hacia fuera - clientes, competidores - sino además, como la oportunidad para salir al encuentro de las necesidades de los sectores más vulnerables de nuestra sociedad.

¿Importa?

Hoy en día se exige que las organizaciones posean una gestión de negocios de excelencia, es decir, logren maximizar y sostener en el tiempo la satisfacción de todos los sectores interesados. Esta sostenibilidad implica un balance entre sus intereses económicos y financieros, y aquellos del entorno ecológico y social. La RSE se diferencia de la filantropía porque es una forma de hacer negocios, no un mero aporte monetario de las empresas a la sociedad.

Beneficios

Evita el rechazo de la sociedad a las malas prácticas sociales en la producción, ya que son cada vez más los consumidores que buscan productos que no dañen la salud, que no perjudiquen el medio ambiente y donde no existan prácticas contrarias a los derechos humanos.

- Diferencia de otras empresas en su entorno local y proyecta a la empresa hacia los mercados externos como socialmente responsable, provocando mejores enlaces comerciales a las empresas.
- Mejorar las relaciones con los "stakeholders" (grupos de interés, ya sea proveedores, consumidores, el Gobierno, el entorno social de la empresa), fortaleciendo las alianzas entre la empresa, el estado y la sociedad.
- Ayuda a la relación armoniosa con su personal, dando mayor pertenencia y orgullo del trabajador hacia la empresa, lo que estimula a una mejor producción y desenvolvimiento económico

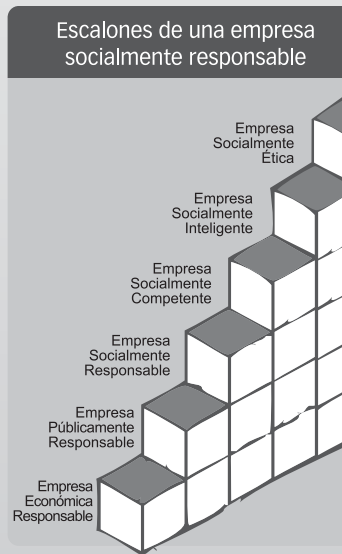
Modos de aplicarla

Entonces, si esta es una nueva tendencia, ¿Qué deben hacer las empresas para crear ventajas competitivas a base de la Responsabilidad Social Empresarial?

Hacer negocios con Responsabilidad Social requiere que las empresas integren las actividades sociales de la empresa a la estrategia de negocios. Esto implica que la empresa debe relacionarse con las demandas y los problemas sociales planteados por las mismas comunidades y encontrar campos de acción donde existan posibilidades de cambio para contribuir con su desarrollo. Para que la RSE esté considerada dentro de la estrategia corporativa, el gerente y los empleados deben involucrarse en actividades de iniciativa social. Estas actividades deben incorporar a los stakeholders para atender las demandas de todos.

Víctor Guedez (filósofo, profesor de varias universidades venezolanas y del Máster en Responsabilidad Social Corporativa del Centro de Investigación de Economía y Sociedad de la Universidad de Barcelona) en su última publicación desarrolla el "modelo escalera" para explicar en 6 etapas cómo insertar el concepto de RSE en las empresas.

- En el quinto escalón ya la empresa llega a lo que se conoce como una gestión de negocios de excelencia, ya que se incorpora en la misión, visión, estrategias y cultura organizacional el tema de RSE.
- Finalmente, la empresa se convierte en una empresa socialmente ética con el auténtico respeto de los derechos humanos, generación de capital social y la sustentabilidad empresarial.



Cerrando el concepto

La RSE es una estrategia de negocios que da promoción e imagen a la empresa por medio de sus actividades sociales, además la empresa aporta al desarrollo de la comunidad en la que está inserta, por ende aporta al desarrollo económico y social del país.

A medida que pasa el tiempo, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se va divulgando rápidamente entre las empresas bolivianas y cada vez son más las compañías que buscan aplicar este concepto.

Considero que para que la empresa logre diferenciarse como socialmente responsable, la RSE debe implementarse primero en todas las actividades internas, creando una conducta de negocios a nivel organizacional y consecuentemente logrando un alto performance ante la sociedad.

- En el primer escalón se indica que la empresa debe ser productiva y generar riqueza.
- En el segundo escalón la empresa debe generar puestos de empleo, pagar sus impuestos con puntualidad y respetar todas las leyes que le competen para crear publicidad e imagen.
- En el tercer escalón se sugiere que la empresa tenga la disposición de retribuir a la sociedad lo que ésta le ha suministrado.
- Ya en el cuarto escalón la empresa debe prepararse para aplicar la RSE como una competencia que hay que desarrollar en sus empleados y en sus stakeholders.

(*) La autora es Ingeniera en Desarrollo Socioeconómico y Ambiente, Investigadora Junior del Proyecto Desarrollo Exportador con Inclusión Social que lleva adelante el IBCE con el apoyo de la Secretaría de Estado de Economía (SECO) de la Confederación Suiza y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

COTAS sigue cambiándote la vida

Gracias a Cotas tengo una Computadora Compaq con Bs. 200 en servicio de CotasNet

Ya son más de 1.300 los socios premiados y vos podés ser el próximo. Sólo por ser socio de Cotas.

Carlos E. Sanchez

Azrabe & Jire

www.benefisocios.cotas.com

BenefiSOCIOS

PROGRAMA DE BENEFICIOS PARA SOCIOS

Consultas al

103 LÍNEA GRATUITA

COTAS lo hizo
...te cambió la vida

Entrevista al Ing. Cristóbal Roda, Presidente del Ingenio Azucarero Guabirá S. A.



1. Ingeniero, desde su óptica, ¿qué motiva a un empresario a enfrentarse con el reto de la Responsabilidad Social Empresarial?

Un empresario busca que la empresa que dirige sea más competitiva y con mejor valor agregado. Una de las formas en que podemos hacerlo es ir más allá del cumplimiento obligatorio de las normas que se aplican en cada empresa y trabajar en el ámbito social, ambiental y económico con la participación de todos los grupos de interés, ese es el reto de la responsabilidad social empresarial.

2. La RSE tiene una triple dimensión: económica, social y ambiental. Bolivia es un país con enorme riqueza natural. ¿Qué debería hacer la empresa boliviana ante este triple aspecto?

La empresa boliviana debe trabajar en el bienestar económico, social y ambiental aprovechando sus recursos naturales, pero esto debe hacerlo sin perder el concepto de desarrollo sustentable o sostenible en el tiempo, es decir trabajar para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes

sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

3. ¿Cuál sería el principal reto del empresariado boliviano en el campo de la RSE mirando al futuro?

Pienso que el empresariado boliviano debe cumplir con su parte de la Responsabilidad Social, e incluir en la forma de gestionar sus empresas los nuevos conceptos de cooperación con sus clientes, proveedores, competidores, Gobiernos, los compromisos de transparencia con la sociedad, y otros. Incluso actualmente las empresas ya están presentando memorias sociales anuales las que gozan de la seriedad correspondiente, pues son verificables por organismos externos a la empresa.

4. El 5to. principio del Pacto Global de las Naciones Unidas compromete a las empresas a abolir cualquier forma de trabajo infantil. ¿Cómo puede aplicarse eso en la zafra de la caña de azúcar que siempre ha recibido denuncias de utilizar niños para el corte y carguío?

Algo que es oportuno aclarar es que el Ingenio Guabirá no tiene caña propia, en consecuencia no tiene zafreiros. Sin embargo somos conscientes que existe trabajo infantil en la zafra de la caña de azúcar, y es por esto que Guabirá, ha asumido el reto de trabajar con

sus cañeros proveedores de materia prima con el compromiso de erradicación del trabajo infantil en un tiempo máximo de 3 años.

5. ¿Cuáles son los principales desafíos que ha encarado el Ingenio Azucarero Guabirá en la gestión de la RSE?

Hace 2 años que Guabirá está en un proyecto de Desarrollo Exportador con Inclusión Social, que en su FASE 1 de diagnóstico (desarrollado por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior y el Programa de Cooperación Comercial de la Secretaría de Economía de Suiza), ha concluido. Guabirá tiene un impacto social positivo, destacando:



La generación de empleos directos e indirectos en la región del norte integrado, un buen clima laboral entre nuestros trabajadores que además tienen una capacitación permanente y adecuadas condiciones de seguridad industrial. También pondera la gestión de apoyo

a nuestros pequeños cañeros a través de créditos prezafra y para siembra, y una activa participación ciudadana a través de nuestra afiliación a gremios, relacionamiento con instituciones y los diversos aportes que realizamos a la educación, deporte, salud, infraestructura caminera y seguridad ciudadana.

Al momento, en la 2da fase del Proyecto (en la que se incluye la Unión de Cañeros Guabirá), hemos decidido tomar en cuenta otro eslabón de la cadena productiva del azúcar, EL ZAFRERO, y hemos iniciado la implementación de las BUENAS PRACTICAS LABORALES DE ZAFRA, con el que creemos se aportará positivamente en el análisis y solución social al trabajo que realizan los zafreiros en la cosecha de la caña.

6. ¿Qué queda por hacer hacia adelante?

Fortalecer en la zafra 2008 nuestro trabajo en RSE, replicando los resultados alcanzados en el Grupo Piloto de implementación de las BPL en al menos 200 campamentos.

7. Finalmente, alguna idea que quiera transmitir a los lectores.

Bolivia ha cambiado, los empresarios debemos cambiar.

La RSE es un desafío, que debemos asumir, cumplamos de modo a tener una "Bolivia mejor".

Los Principios del Pacto Global



El Pacto Global de las Naciones Unidas es una red creada para difundir y profundizar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. En el centro de la red se encuentra la Oficina del Pacto Global, que esta conformada por cinco agencias de las Naciones Unidas: La oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (ACNUHR), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Esta red ofrece un marco para las empresas comprometidas a dirigir sus operaciones y estrategias bajo diez principios aceptados universalmente en áreas de derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Es la iniciativa de responsabilidad social mundialmente conocida, la cual busca exhibir y desarrollar la legalidad social de las empresas y el mercado.

Los diez principios fundamentales son los siguientes:

Derechos Humanos

- Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

- Principio 2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Normas Laborales

- Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

- Principio 4. Las empresas deben apoyar

la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

- Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

- Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

- Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente.

- Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

- Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción

- Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Las empresas que deseen adherirse al Pacto Global deben enviar una carta al Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, en la que manifiesten su apoyo al Pacto. Deberán desarrollar un programa de implementación de los diez principios en sus prácticas empresariales y promover públicamente el Pacto Global, publicando en sus informes anuales las medidas que adoptaron para apoyar los diez principios. Se recomienda utilizar la Iniciativa Mundial de Generación de Informes (Global Reporting Initiative) para dar a conocer la aplicación del Pacto Global.

www.unglobalcompact.org

Antes de que la responsabilidad social fuera la RSE

Establecimiento Las Marías Virasoro, Provincia de Corrientes, Argentina

El mayor productor de yerba mate del mundo se encuentra en un rincón del Litoral argentino, en la localidad de Virasoro, Provincia de Corrientes.

Las Marías es una empresa familiar, en manos de los Navajas Artaza desde el inicio hasta nuestros días. Su éxito comienza en el 1924 de la mano del pionero y fundador de la empresa Víctor Navajas con las plantaciones de yerba más australes del planeta.

Tiempo más tarde, ante las dificultades de comercializar su mies en bruto, Don Víctor decidió volver a desafiar al sentido común proponiéndose terminar de elaborar, aún envasar su yerba en origen. ¿Una industria en el medio de la nada?, ¿Una producción integrada, que consiga controlar la calidad desde la propia germinación de las plantas hasta la misma mesa del consumidor? Taragüí, la prueba viva de que no eran ideas solamente, en poco tiempo disputó en un competitivo mercado y con el transcurso del tiempo se puso a la vanguardia de su categoría.

En lugar de recalar en aguas tranquilas y detenerse a disfrutar el merecido fruto de su acierto, Víctor Navajas Centeno prefirió asumir con la sociedad el compromiso que la nobleza



garantizara, Las Marías ofrecía el aguinaldo y las vacaciones pagas a su gente, así como le aseguraba a sus familias una vivienda digna, educación (con la creación de la primera escuela) y salud (con la instalación de un Servicio Médico dentro del establecimiento).

Así, Taragüí se convirtió en una fórmula, y su exitoso equipo de fútbol se convirtió en el cuerpo tangible de un espíritu que mezclaba en la polvareda a peones y capataces, patronos y referis, todos en la misma senda, dando origen al Club Taragüí y a la singular comunidad que Las Marías es hoy.

Coincidiendo con la incorporación de su cuarto hijo a la empresa, en la década de 1960, Don Víctor Navajas decidió retirarse. En esos años Don Víctor gestó la Fundación Victoria Jean

dar institucionalidad al aporte que su empresa siempre había hecho a la comunidad. Viajó por el mundo, construyó la capilla del cementerio de Las Marías en un acto de buen gusto propio de él, y, en ese plan, murió a los 64 años en Barcelona, el 10 de Julio de 1967.

Hasta la fecha, la próspera ciudad de Virasoro es un ejemplo positivo de lo que puede hacer una empresa por una región ya que es la localidad de mayor desarrollo económico y poblacional de la provincia de Corrientes, de acuerdo a los tres últimos censos argentinos.

Responsabilidad con el Medio Ambiente

Para Las Marías, la única forma de trascender es en verdadera armonía con el medio ambiente. La naturaleza no sólo es su fuente de materia prima, sino que fundamentalmente



constituye su casa. Por eso, cuidarla y respetarla es desde siempre una de sus preocupaciones principales.

- Como una manera de proteger la fertilidad de los suelos de la erosión provocada por las copiosas y torrenciales lluvias de la región, se utiliza la "labranza mínima" en los cultivos de té, de yerba y de especies forestales.

- Para resguardar los cultivos de las plagas, se usan preferentemente productos biológicos que no dañan el entorno y que son inocuos para el ser humano, favoreciendo la acción natural de los insectos benéficos. Además, reemplazando los insecticidas se usan productos naturales especialmente desarrollados, todo ello bajo un sistema de "Manejo Integrado de Plagas".

- Se mantienen y replantan los bosques de diversas especies autóctonas situadas en las inmediaciones de las plantaciones (cedro, urunday, lapacho, cañafistula, peteriby, guayubira, viraró, tipa blanca y anchico, entre otras principalmente).

- Existen reservas naturales de flora y fauna destinadas a conservar hábitats naturales con gran variedad de especies vegetales y animales, protegiendo especialmente las que están "amenazadas". Entre estas medidas, se incluye la reposición de árboles nativos de alto valor ecológico.

- La preocupación constante por la conservación del medio ambiente derivó en el diseño de un Corredor Ecológico que une los bosques y paisajes nativos, permitiendo el desplazamiento de los animales (venados, zorros, monos y carpinchos, entre otros.) y el desarrollo de las plantas típicas de la zona (lapachos, palmeras, frutales, etc.).

Certificaciones

Fundación ArgenINTA

Certifica que cada uno de los pasos en la elaboración de yerba mate y Té se llevan a cabo bajo los más altos estándares de calidad, cumpliendo con las más exigentes normas internacionales requeridas para exportar.

BPM

Distinción en Buenas Prácticas de Manufactura en yerba mate y en té negro otorgada por Iram, certificando íntegramente la calidad en todas las etapas del proceso de producción desde el vivero a la comercialización.

HACCP

Certificación de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control otorgada por el Comité de Certificaciones Agroalimentarias del IRAM.

La salud de nuestros consumidores y un alimento natural de primera calidad son nuestros objetivos.

Por eso, este reconocimiento para la producción industrial de yerba mate, en sus etapas de estacionamiento, molienda y envasado se basa en un sistema de prevención y de identificación de puntos críticos a lo largo de todo el proceso, de manera de garantizar en cada paso un producto sano y de calidad.

Forest Stewardship Council

Distinción otorgada en Actividad Forestal por la certificadora internacional S.G.S. QUALIFOR que avala la calidad y origen de los productos obtenidos de las 10,000 hectáreas de bosques de Las Marías. También garantiza que durante su producción fueron respetadas las condiciones sociales y el cuidado ambiental que exigen los mercados más desarrollados.

obliga, compartiendo los beneficios del progreso con los trabajadores que le ayudaban en su empresa. Mucho antes que la Ley lo

Navajas focalizada en la educación, ampliando así la pequeña escuela que en 1944 había fundado para los hijos de sus empleados, para

educan más de 500 niños en forma absolutamente gratuita, y por un nivel terciario y un Centro de Capacitación Laboral que funcionan en el Instituto Agrotécnico "Victor Navajas Centeno". Todos ellos representan modelos de educación en el país, innovadores y con un alto nivel de excelencia.

• **Salud**

Una sala de primeros auxilios y la visita semanal de un médico se fueron transformando en un Servicio Médico que abarca lo asistencial, la medicina laboral y un servicio social que implementa y proyecta las políticas sociales de la Empresa hacia su personal, haciendo énfasis en proteger y orientar a la familia.

• **Deportes**

La vieja cancha de fútbol en donde se disputaron los primeros partidos creció y se convirtió en el club más importante de la región. Allí se practican fútbol, básquet, rugby, hockey, volley, paddle, tennis y canotaje.



Caá en guaraní significa yerba, pero también significa planta y selva. Para el guaraní, el árbol de la yerba es el árbol por excelencia, un regalo de los Dioses. Tomar la savia de sus hojas era para ellos beber la selva misma.

» Los conquistadores españoles y los jesuitas De los guaraníes, los conquistadores aprendieron su uso y las virtudes que posee, e hicieron que su consumo se difundiera en forma extraordinaria al punto de organizarse un intenso tráfico desde su zona de origen a todo el Virreinato del Río de la Plata.

Más tarde los jesuitas introdujeron el cultivo en algunas reducciones. Sus misiones estaban

Entidad no gubernamental, sin fines de lucro, autónoma, la Fundación Victoria Jean Navajas desarrolla su accionar en forma individual como así también en alianza con instituciones públicas y privadas comprometidas con la educación, a nivel nacional e internacional.

Misión

Realizar, promover, estimular y/o participar en iniciativas de carácter educacional, intelectual, artístico, social y filantrópico, con especial énfasis en las zonas de influencia donde se encuentran ubicados los centros de producción de las empresas del Grupo Las Marías (provincia de Corrientes y provincia de Misiones).

Objetivos

Dirección y administración de los dos establecimientos educativos que funcionan en el ámbito de la empresa donante y demás iniciativas encuadradas dentro de la Misión.

distribuidas en la región que constituyen la provincia de Misiones, Norte de Corrientes y Sur de Paraguay y Sudoeste brasileño, a fin de evitar las grandes distancias que los separaban de los lugares de producción. Ellos habían develado el secreto de la misteriosa germinación de las semillas de yerba, descubriendo que solamente germinan aquellas semillas que han pasado por el sistema digestivo de los tucanes. Pero en su expulsión, ocurrida en 1769, se llevaron con ellos el secreto, sobreviniendo el abandono de las plantaciones y perdiéndose la tradición del cultivo. Aunque los Jesuitas preferían tomar mate cocido en lugar de mate, fueron los grandes responsables de que la yerba fuera conocida en el mundo civilizado, en donde llegó a conocerse como el "té de los Jesuitas".

Bonpland y la Ilex Paraguariensis

Más de medio siglo después, el famoso naturalista francés Aimé Bonpland inició los primeros estudios científicos sobre la planta de la yerba mate, su cultivo y sus usos. Dos años más tarde, en París el botánico Saint Hilaire clasificó a la yerba como Ilex Paraguariensis. Fue Bonpland quien redescubrió el secreto de la germinación, pero éste volvió a perderse con la extinción del botánico. Recién hacia 1903 en Santa Ana -Misiones- se vuelve a descubrir que sólo germinan aquellas semillas que han pasado por el sistema digestivo de ciertas aves y se realiza la primera plantación moderna de yerba mate.

Hasta entonces y aún por muchos años, la yerba que se consumía provenía de la selva, de plantas silvestres que crecían en manchones con gran densidad de árboles, llamadas islas. La explotación irracional, en la que la tala de los árboles fue moneda corriente por siglos, terminó insumiendo por completo el recurso que parecía inagotable. Sólo con las plantaciones racionales, los cultivos de yerba volvieron a hallar su lugar en la historia.

El cultivo de yerba en la actualidad

A pesar de los innumerables intentos y al paso de los siglos, la yerba mate siempre se resistió a crecer fuera del perímetro que antiguamente fuera habitado por los guaraníes. Nació en América del Sur y sigue siendo una planta bien americana, pero no de cualquier parte del continente. El área de distribución de la yerba mate se restringe al Noreste de Corrientes, Misiones, Paraguay y Sur de Brasil.

Allí la temperatura, humedad y tierras se conjugan para lograr las condiciones ideales para su desarrollo. Por más que se ha intentado cultivarla en zonas similares de América del Norte, Asia y África, los ensayos han fracasado, y así es como la yerba mate se conservó como un tesoro exclusivo de invalorable importancia para estas regiones.

El mate, una buena costumbre

¿Cuándo descubrieron los guaraníes las virtudes de la yerba? y ¿cómo desarrollaron la mejor forma de disfrutarla?, es algo que permanece en el oscuro pasado prehistórico. Sabemos, sin embargo, que los españoles adoptaron instantáneamente la costumbre indígena y los criollos la convirtieron en fruto de pasión e identidad. Desde la elaboración de la yerba hasta la forma de consumo, la costumbre del mate ha permanecido intiliterada desde tiempos remotos y por cinco siglos de historia, arraigándose cada vez más en los usos del sur de Sudamérica y aún extendiéndose a lugares muy lejanos. En la Argentina es la bebida más consumida después del agua de la canilla, sin distinción de clases sociales ni edades.

Cuando no hay que hacer esfuerzos por convencer



Lic. Cecilia Theulé (*)
Especialista en RSE
Agroindustrial

Dentro de la jungla empresarial hay de todo.

Está quien hace acciones de RSE porque está de moda, está quien lo hace porque lo han convencido que debe hacerlo, está quien tiene que demostrar que no es tan malo como dicen, está quien debe "lavar su conciencia" o las de su directorio con acciones de filantropía...

Pero también está quien no tiene que demostrar nada. Hace lo que cree que debe hacer, en conciencia y eso le basta. Aquí se encoluman todos esos empresarios que desde el inicio consideraron que eran administradores de sus riquezas y no meros propietarios.

Están quienes tuvieron siempre la conciencia de que la naturaleza que les daba el acceso a la riqueza era también patrimonio de sus hijos, nietos, bisnietos y tataranietos.

Están quienes pensaron que sus obreros -hombres y mujeres, que para estas personas la idea de la igualdad ante la ley nunca fue un cuestionamiento- estaban hechos de su misma pasta y tenían por tanto ansias y derechos de educación, vivienda, salud, futuro...

Incluso estos empresarios no necesitaron de Peter Drucker para aprender que un empleado feliz es la mejor garantía de una excelente producción, de mayor generación de riquezas para la compañía, de bienestar social para la comunidad.

Incluso -piensa este empresario- la riqueza creada en todo centro de trabajo es producto del esfuerzo conjunto entre los representantes del capital y del trabajo y, en consecuencia, es justo que los asalariados participen de las utilidades.

Esta participación contribuye a mejorar la economía familiar sin recargar gastos a la empresa, en virtud de que es el remanente de un año de actividad laboral, libre de polvo y paja. Adicionalmente, es el estímulo más efectivo para incrementar la productividad y calidad de trabajo, pues un requisito ineludible para que ello ocurra, es la transparencia y equidad en la distribución de los beneficios que de ella se derivan.

Estas personas no tienen que convencer a nadie, porque a su alrededor están todos convencidos.

Con muchas de estas personas al frente de las empresas tal vez.

Fundación Victoria Jean Navajas

Don Víctor Navajas Centeno, fue un pionero en la valorización de la transformación del pensamiento como base para un desarrollo sostenido. Y porque su condición previa fue saber que nada puede hacerse sin el hombre trató de crear un CAPITAL HUMANO, lo cual requería una inversión a largo plazo.

De su mano, establecimiento Las Marías tuvo desde sus comienzos una filosofía empresarial no sólo centrada en las esferas prioritariamente económicas sino en la apertura hacia el desarrollo integral de sus colaboradores y de su comunidad.

Ese compromiso con la RESPONSABILIDAD SOCIAL quedó plasmado en 1965, con la creación de la Fundación Victoria Jean Navajas, hoy una de las fundaciones donantes más antiguas del país, cuya actividad está básicamente centrada en la educación.

Historia de la yerba mate, los Guaraníes y su ca-ete (yerba verdadera)

El conocimiento de la yerba mate se remonta a los albores de la cultura guaraníca. Era un alimento básico de los indios, que la usaban como bebida, sorbiéndola de calabacillas mediante bombillas hechas de cañas o también mascándola durante sus largas marchas. La yerba tenía en la cultura guaraní un rol social más allá del fin meramente nutritivo, pues era objeto de culto y ritual, a la vez que moneda de cambio en sus trueques con otros pueblos prehispánicos: los incas, los charrúas y aún los araucanos a través de los pampas, recibían yerba elaborada de manos de los guaraníes.

* La autora es argentina, consultora del Instituto Boliviano de Comercio Exterior como especialista en RSE agroindustrial

Globalización y pobreza: el rol de las organizaciones de la sociedad civil

Extracto de la Charla del Prof. Stefano Zamagni en Buenos Aires, 7 de septiembre de 2007 en la Fundación Navarro Viola



Evento organizado por Darsecuenta y Solidagro Asociación Civil

¿Cómo se puede incrementar el capital social de tipo linking? ¿Cómo establecer redes entre los tres tipos de sociedad?

Para responder tenemos que considerar las tipologías de comportamiento de las personas medidas según la dimensión de sí mismo y la dimensión del otro.

Pro social: son las personas que en su actividad tienen una actitud y un interés que hace que produzcan una ganancia para ellos mismo a la vez que para los otros.

A-social (o no social): son aquellos que producen una ganancia para ellos mismos pero una pérdida para los otros.

Anti social: la persona antisocial produce pérdida para sí mismo y también para los otros. El ejemplo más claro es el de los envidiosos.

Altruistas: es la persona que produce una ganancia para los otros y una pérdida para sí mismo. Es la persona que dice "yo sacrifico mi interés para aumentar el interés de los otros".

Ahora trazamos una línea bisectriz (ver gráfico) en los cuadrantes dos y cuatro:

El comportamiento que se coloca al norte de la línea (B-D-E) va a aumentar la ganancia de la sociedad, y los que están debajo de la bisectriz la van a disminuir (A-C-F). Si el fin de la organización social es aumentar el bienestar, se tienen que considerar los puntos que se colocan al norte de la bisectriz (B-D-E).

Sección B - Capitalistas Iluminados: mi ganancia es más importante que la del otro, pero el aumento de la ganancia individual es comparativamente mayor que la pérdida de las ganancias de los otros. Lo contrario pasa en las sección A, en donde el aumento de la ganancia propia es relativamente menor del aumento de la pérdida por los demás.

Sección F - Empresarios Envidiosos o "no iluminados": La ganancia es inferior a la pérdida neta, aunque se gane algo. La maximización de la ganancia no se cumple. Los que se sitúan en la sección F, llamados Antisociales, van a producir una pérdida por sí mismos y por los otros.

El caso particular de envidia en economía se

llama competencia posicional. Al lado de los bienes públicos, de los bienes relacionales están los bienes posicionales. Aquellas personas que trabajan para maximizarlos, para obtener posiciones, son muy peligrosos y dañinas para la sociedad.

Sección D - Altruistas Iluminados (altruistas eficientes): El altruista es el que sacrifica su propio interés para completar el interés del otro. El altruista es iluminado si el sacrificio de su interés (pérdida personal, en el eje x) es menor

que maximizar la ganancia a cualquier costo, dentro de la ley. Se equivocaba: si cada empresa maximiza su ganancia sin tener en cuenta el interés de los otros, puede durar un año, dos años, no más. Es el fracaso del marketing. Esta es la razón por la cual los norteamericanos hablan de este movimiento de ideas que hoy se conoce en todo el mundo como la responsabilidad social. Esta nueva tendencia implica involucrarse más.

porque vivir es producir, y la limosna no ayuda a producir.

La raíz de la cultura occidental, europea en este caso, es una cultura de que los pobres tienen que ser ayudados pero de una manera especial y responsable. De lo contrario se va a alimentar el asistencialismo, que es una vergüenza porque va contra la dignidad del ser humano, lo humilla.

Para mover del altruismo puro a un altruismo iluminado se debe aplicar el principio de reciprocidad, que sintetiza las tres condiciones de la Carta Caritatis.

Reciprocidad significa "yo te doy y tu tienes que dar, no en forma equivalente sino proporcional a lo que puedas hacer". Cada persona puede dar algo. La reciprocidad no tiene que ser necesariamente monetaria o económica, puede ser una reciprocidad proporcional.

Para dar un ejemplo en la literatura económica sobre como se puede convencer a las personas para transitar de un área a otra voy a referirme al dilema del samaritano: elaborado por el economista americano James Buchanan en 1983¹. En su trabajo, Buchanan utiliza el ejemplo del samaritano que enfrenta la opción de ayudar o no ayudar al pobre que le pide una limosna.

El pobre tiene dos posibilidades:

- ayudarse para salir de su condición de pobreza;
- no cooperar.

Siendo el estudio de Buchanan de tipo teórico, se demuestra en el marco de la teoría de los juegos que si el samaritano anticipa que el pobre no va a cooperar, entonces no lo ayudará.

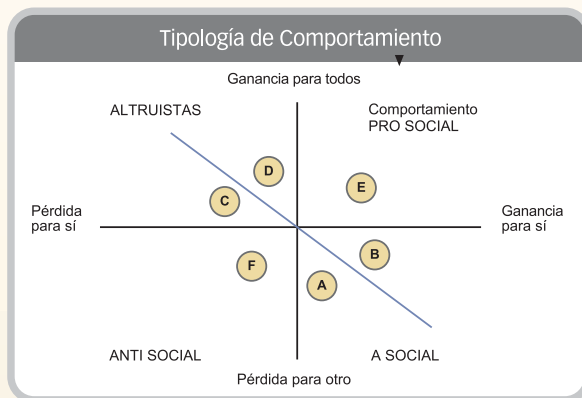
Este caso fue bajado a la práctica en el año 2003 por un grupo de economistas americanos, quienes hicieron un experimento:

Situación 1: el samaritano tiene solo la posibilidad de ayudar al pobre, y el pobre puede cooperar o no cooperar. Cuando el samaritano no tiene otra alternativa que ayudar, el 35% de los pobres cooperó y el 65% no cooperó.

Situación 2: el samaritano tiene la libertad de elegir si ayudar o no ayudar. En este caso el pobre cooperó en un 67%.

¿Cómo se explica este cambio de actitud del pobre en función de la posibilidad o menos de parte del samaritano de ayudar o no ayudar? Si la ayuda proviene de la libre alternativa el compromiso logrado es mayor (si yo sé que tu tienes la libertad de ayudarme o no y me ayudas, yo tengo un compromiso conmigo mismo, porque pienso que podrías no ayudarme, elegiste ayudarme entonces yo voy a cooperar). Es un resultado muy interesante que explica porque el asistencialismo es peligroso.

Cuando las personas saben que la ayuda es producto de una libre iniciativa se comprometen. Es la razón por la cual es importante en nuestra sociedad modificar la situación política de



a la ganancia para los demás (eje y). Más allá que se considere el bien del otro como más importante respecto al propio, la cuestión tiene que ser colocada en términos de eficiencia económica: tengo que producir el bien del otro de una manera que supere a la pérdida del bien personal. De lo contrario, nos colocáramos con los altruistas puros o utópicos en la sección C.

Sección E - Pro sociales: se colocan aquí las empresas sociales, las cooperativas, las ONGs, las fundaciones. La idea básica del cooperativismo es que mi interés tiene que marchar con el interés de los otros, de forma conjunta.

Entonces, para aumentar la tasa de progreso de una sociedad tenemos que considerar todas aquellas empresas/personas/instituciones que se colocan en el área al norte de la bisectriz, y tratar de arrastrar a las empresas situadas en la sección A y los altruistas utópicos de la sección C arriba de la bisectriz.

¿Cómo se puede hacer para convencer empresarios de transitar del área A al área B, para aumentar la prosperidad del país?

Hace falta pensamiento, promoviendo el sistema de la responsabilidad social de la empresa. La idea de la RSE se comenzó a radicar en EE.UU. en los años 50'. Si en una economía o una sociedad la comunidad de la empresa se coloca en la sección A y no en el área B el país no se puede llevar adelante.

En el siglo pasado, la escuela de Milton Friedman sostenía que los empresarios tienen

¿Por qué en los siglos pasados nunca se habló de Responsabilidad Social, y siempre se hablaba de responsabilidad económica o de responsabilidad legal?

La razón radica en que solo recientemente las personas, en especial los intelectuales americanos, han adquirido estos conocimientos.

¿Como se puede hacer para convencer a los altruistas puros a moverse de C a D?

En el medioevo, antes de la modernidad, en 1098, San Bernardo da Chiaravalle difundió un documento conocido como Carta Caritatis (Carta de la Caridad), que se convirtió en el manifiesto del movimiento de los benedictinos.

La idea básica de la carta es que antes de ayudar a un pobre regalándole una limosna se tiene que tener conocimiento de tres factores:

1. Las razones por las cuales esa persona es pobre.
2. La dimensión cuantitativa y cualitativa de la necesidad. La ayuda deberá ser proporcional a la necesidad.
3. La utilización que el pobre hará de la ayuda deberá ser demostrada.

Esta dimensión de responsabilidad sobre el uso de la ayuda fue perfeccionada por los franciscanos en el 1.300, que solían decir que la limosna ayuda a sobrevivir, pero no a vivir,

¹ James M. Buchanan, "Rent Seeking, Noncompensated Transfers and Laws of Succession," en Journal of Law and Economics 26 (1983): 71-86

intervención y comprender la razón por la cual el rol de las ONGs es importante.

La conclusión es que si verdaderamente queremos modificar la estrategia de desarrollo de nuestra sociedad tenemos que ver el enfoque político. No es suficiente decir que se va a desarrollar la parte económica, o solo la parte de la sociedad civil, **es necesario operar sobre las tres sociedades a la vez.**

La sociedad civil tiene que cooperar con la sociedad política y económica. Este es el sentido del capital social de tipo linking. Tenemos que hacer "link", conexiones entre las tres sociedades.

Ahora la pregunta es ¿por qué los políticos no quieren este modelo?, porque con este modelo de progreso los políticos van a perder poder, ya que no pueden controlar la sociedad. Deseo de todo político es distribuir dinero para conseguir votos. Es así en todos los países. Es el modelo de democracia que se llama elitista competitivo, en el

cual los políticos buscan mantener el viejo modelo. Prefieren distribuir primero a este grupo social, mañana a otro grupo.

La verdad es que la sociedad civil no está preparada y ha sido educada de una manera paternalista. Por otra parte, las organizaciones no gubernamentales están muy bien preparadas para gestionar pero no para gobernar. No tienen la capacidad autónoma de individualizar las nuevas necesidades porque han sido educadas de forma paternalista.

Entonces, vivimos una situación en la cual la sociedad civil comprende la necesidad de este tránsito pero tiene dificultades para realizarlo. En el mundo de las empresas es dominante la idea de que la única tarea de las empresas es la maximización de las ganancias. Pero si no hay educación, la productividad difícilmente aumenta, y se desligan responsabilidades.

Coluccio Salutati, importante figura del Renacimiento italiano, en el año 1403 en su escrito "De vita associabili

et operativa", decía que "consagrarse honestamente a la actividad económica puede ser una cosa santa, más santa que vivir en el ocio solitario, porque la cantidad alcanzada por una vida ascética es útil solamente para uno mismo, pero la cantidad de la vida laboriosa beneficia la existencia de todos".

Entonces ya hace seis siglos había conciencia de que el verdadero empresario tiene que ganar ayudando a los otros a ganar.

Esta es la razón por la cual existe y persiste la pobreza. Cada uno de los tres tipos de sociedad espera que las otras dos hagan el primer paso, pero ninguna lo hace.

La única manera para cortar este círculo vicioso es a través de la intervención de una minoría profética, compuesta por aquellas personas que insisten en una actitud pro-social aunque saben que, en el corto plazo, los otros no los van a imitar.

Los fundamentos importantes de la nueva sociedad

se mueven al principio por la acción de una minoría profética, como en su tiempo fue la de los franciscanos, creadores de la economía de mercado.

Hay que respetar los pensamientos de cada uno, y no es ni realista ni justo pensar que mañana todos van a seguir lo que uno piensa. Eso fue justamente el error de los revolucionarios, que no respetaron el pensamiento de los otros.

En 1766 el jurista napolitano Giacinto Dragonetti escribe el Tratado de las Virtudes y de los Premios, un ensayo en clara respuesta a la obra "De los Delitos y las Penas" del literato y jurista milanés Cesare Beccaria, publicada dos años antes. Dragonetti sostiene la necesidad de premiar a los virtuosos en vez de punir a los delincuentes. En nuestra sociedad se habla siempre de los que hacen cosas malas y muy poco de los que hacen cosas buenas. Los virtuosos tienen que ser premiados, porque la virtud es más contagiosa que los vicios.

Encuentros de RSE



Ciclo de talleres en Responsabilidad Social Empresarial
mayo-octubre 2007

Se realizaron seis talleres mensuales, cada uno con diferentes temas, con el fin de capacitar y orientar al sector empresarial exportador sobre el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial como un nuevo modelo de gestión en función de incrementar la productividad y calidad de la producción, la diferenciación en los mercados externos, coadyuvando también la prevención y resolución de conflictos internos y externos de las empresas.

Los temas de los módulos que se impartieron fueron los siguientes:

- Introducción a la RSE. Tendencias y Conceptos (mayo)
- Clientes, Instrumentos y Estándares (junio)
- Relaciones de RSE Internas (julio)
- Empresa y Stakeholders. La gestión de los conflictos sociales externos (agosto)
- Medio Ambiente y Eco - Eficiencia (septiembre)
- Comunicación, Transparencia y Resolución de Conflictos (octubre)

Los asistentes al ciclo de talleres representaban varios rubros entre los cuales había ejecutivos de empresas exportadoras, Gerentes de recursos humanos, administración, medio ambiente, comunicación e imagen, sistemas de gestión, técnicos vinculados a la temática y otros responsables relacionados con los grupos de interés de la empresa.

Se contó con la colaboración de Amigarse y con expositores nacionales e internacionales, entre ellos la Consultora argentina especialista en Responsabilidad Social Empresarial, Cecilia Theulé.



Seminario ISO 26000
mayo 2007

El evento "Responsabilidad Social, un reto para el empresariado boliviano" fue realizado por el IBNORCA, con el apoyo de la oficina de Responsabilidad Social Empresarial del IBCE, para dar a conocer al público los avances de la creación de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

La Secretaria Técnica del Comité Espejo de ISO 26000 para Bolivia, Claudia Kuramoto, explicó la participación de Bolivia en el trabajo de la ISO 26000. Cecilia Theulé, consultora internacional en RSE, expuso sobre las conclusiones del Foro Empresarial de Latino América y el Caribe: Acuerdo colectivo sobre recomendaciones y puntos para la acción de las empresas multinacionales que participan en el Pacto Global de las Naciones Unidas, el cual se llevó a cabo en mayo en Buenos Aires.

La posición del Gobierno en el proceso de implementación de la RSE en Bolivia - estuvo a cargo del Viceministro de Mediana, Gran Empresa e Industria del Ministerio de Producción y Microempresa. Enfatizó el compromiso del Gobierno de dar prioridad a las empresas que decidan implementar el concepto de RSE.

El evento contó con un invitado especial, el brasileño Eduardo Capos de Sao Thiago, quien es Secretario del Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social de ISO. El disertó sobre la Responsabilidad Social como un proceso claro, responsable y participativo. También explicó el proceso que se ha seguido para la elaboración de la norma, desde sus inicios hasta el trabajo que falta para su culminación en el año 2009.

El Instituto Boliviano de Comercio Exterior se incorporó al Comité Espejo de la ISO 26000 para participar en los avances del desarrollo de la Norma.



Videokonferencia de Responsabilidad Social Empresarial
junio 2007

Este Foro se llevó a cabo en modalidad presencial en la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca y por videoconferencia en instalaciones de las universidades de Santa Cruz, La Paz y Tarija. Disertantes colombianos y bolivianos compartieron sus puntos de vista y reflexionaron sobre el rol del Estado, la empresa y la sociedad en el nuevo pacto social que está en curso en Bolivia.

Los panelistas invitados fueron la boliviana Esther Balboa, Magister en Desarrollo Rural y Dra. en Ciencias Humanas y Biológicas, se desempeñó como Ministra de Educación y actualmente es investigadora de la cultura andina.

Participó el boliviano Horst Grebe López, Doctorado en Economía Política, Ex Ministro de Trabajo y Desarrollo Laboral, Ex Ministro de Minería y Metalurgia, Ex Ministro de Desarrollo Humano y Director Ejecutivo de Instituto Prisma.

También se contó con los colombianos Jorge Zapp, consultor del PNUD para América Latina y el Caribe, ha desarrollado proyectos en 34 países y Bernardo Toro, consultor para UNICEF, BID, Banco Mundial y algunos gobiernos, actualmente es Asesor Estratégico de la Presidencia de la Fundación AVINA.

Se discutieron temas sobre el desarrollo de Bolivia, la generación de riqueza o distribución de pobreza, el rol del Estado, las empresas y la sociedad civil en el desarrollo nacional y la articulación ética entre el Estado, empresa y sociedad civil. Luego se realizó un panel de debate, donde se rescataron varios puntos y propuestas para ser considerados por los Asambleístas de la Constituyente.

El Foro -organizado por la UAGRM- contó con el apoyo del IBCE, CAINCO, Petrobrás, INEGAS, Amigarse y COBORSE.



Seminario Buenas Prácticas en el Agro
septiembre 2007

El seminario se realizó con la colaboración de CAINCO y fue dictado por Ricardo Hara para dar a conocer al público las nuevas tendencias en las prácticas en el agro relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, los Derechos Humanos y el Pacto Global de las Naciones Unidas.

Ricardo Hara es Ingeniero Agrónomo de nacionalidad argentina, Presidente de Ishihara Argentina Branch, Presidente de la Asociación de Cámaras de Tecnología Agropecuaria, Cónsul Honorario de Japón en Argentina, Vicepresidente de Eticagro y Secretario de Solidagro Asociación Civil.

Al evento asistieron varios empresarios y profesionales del sector agropecuario y agroindustrial y se discutieron diversos temas, entre ellos como aplicar las buenas prácticas agrícolas, explicación de la importancia de la comunicación del agro y la percepción urbana del sector. También se habló sobre los objetivos del milenio, el pacto global de las Naciones Unidas y la implicancia de éstos en la agroindustria.

Otros temas fueron la Responsabilidad Social Empresarial en agro, el comercio justo y el compromiso social que tienen las empresas del sector agroindustrial y como se aplican éstos a la cadena agroindustrial.

El seminario, al cual los asistentes evaluaron de excelente, culminó con ejemplos de éxito de varias empresas argentinas que aplican las buenas prácticas en el agro. Por último, Ricardo Hara quiso compartir con los asistentes sugerencias y recomendaciones de desarrollo personal para animarlos a ser mejores empresarios, tomando en cuenta y aplicado en sus empresas todos los conceptos aprendidos sobre las buenas prácticas en el agro.

¹ La charla fue grabada con el consentimiento del conferenciante. El material fue recopilado y provisto al IBCE por la asociación Darscuenta. La selección del material se hizo en las oficinas del IBCE. Sólo se ofrece un extracto del texto.



DESARROLLOS AGRICOLAS S.A.

PRODUCTORES, COMERCIALIZADORES, EXPORTADORES, ACOPIADORES, DISTRIBUIDORES AGROPECUARIOS, AGROINDUSTRIAL, AGROFORESTAL Y SERVICIOS DE SILOS Y PROCESAMIENTO DE SEMILLAS.

Dirección: Parque Industrial PI-34 Box:4430
Teléfono: (591-3)3647114
Fax: (591-3)3647115
E-mail: gcomercial@desa.com.bo
Santa Cruz - Bolivia

► Calidad
Seguridad
Puntualidad
Responsabilidad
Tecnología
Confianza

► Importaciones
Exportaciones
Tránsito
Asesoramiento
Corresponsales

www.aches-srl.com.bo

 **ACHES S.R.L.**

Av. Piral 280 • Tel. (591)3-353 1515 • Fax (591) 3- 353 3048 • aches-srl@cotas.com.bo



ORIENTAL
FM. 96.3
De Lunes a Viernes
18:00 a 19:00

Activa tv
Domingo 20 Hrs.
Viernes 20 Hrs.
Canal 28

PROGRAMA POLÍTICO

**Trabajamos
para
Vos**

Seguinos



Tumpaosl@hotmail.com

Conductor: Oscar Soruco

Nueva...! *Agenda Autónoma* 2008

Es un compendio del proceso autonómico desde su inicio a la fecha, con ilustración fotográfica a todo color de cada época, incluyendo los tres cabildos.



Dos modelos:

Lujo \$us. 22.-
Ejecutiva \$us. 10.-

Pedidos al Tel. 336-6030
imprintasirena@cotas.com.bo
A partir del 30 de Noviembre de 2007


INDUSTRIAS GRAFICAS
SIRENA
Lanza sus productos de Editorial

Detrás de un gran producto...



existe un gran soporte

Nuestra moderna infraestructura y un equipo multidisciplinario de profesionales, garantizan la prestigiosa calidad de nuestros productos.



Muchos destinos, miles de sueños, una sola tarjeta.



DISTANCIA
• T A C A •

Por cada dólar de consumo con su nueva tarjeta Mercantil Santa Cruz DISTANCIA, acumule millas DISTANCIA, para que viaje a cualquiera de los destinos de TACA.

¡Regalamos Un Millón de Millas!

Participe en el sorteo el 15 de diciembre de 2007, mientras más use su tarjeta, más opciones tiene de ser uno de los afortunados ganadores de 1 premio de 200.000 millas, 2 premios de 150.000 millas y 5 premios de 100.000 millas.



Mercantil Santa Cruz

Consultas: 800-10 40 10