



RSC y cooperación: el papel de las empresas en el bienestar social



Josefina Fernández Martínez

Cursos de Verano – UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

1 de julio de 2014



El papel de la empresa en la CID

- 1. Introducción**
2. El papel de las empresas
 - 2.1. Ámbitos de actuación de la empresa
3. Conclusiones

1. Introducción



1. Introducción



1. Introducción



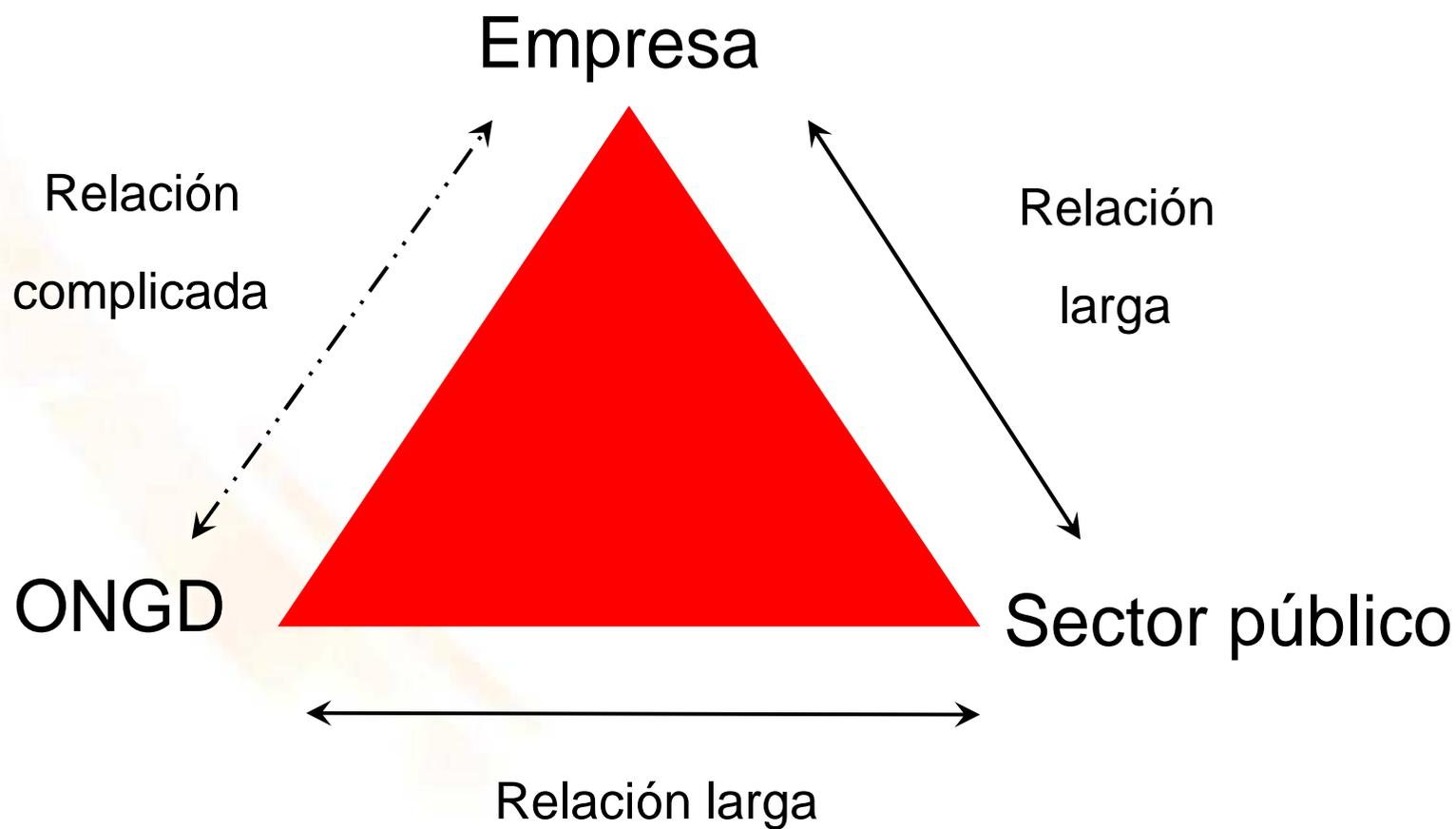
1. Introducción

1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	5	6	7	8	9	1	2	3
7	8	9	1	2	3	4	5	6
2	1	4	3	6	5	8	9	7
3	6	5	8	9	7	2	1	4
8	9	7	2	1	4	3	6	5
5	3	1	6	4	2	9	7	8
6	4	2	9	7	8	5	3	1
9	7	8	5	3	1	6	4	2

3 ACTORES...

- Sector público: conjunto de las organizaciones públicas y organismos, entidades y empresas de ellos dependientes.
- ONGD: entidad de Derecho privado, legalmente constituida y sin fines de lucro, que tenga entre sus fines o como objeto expreso, según sus propios Estatutos, la realización de actividades relacionadas con los principios y objetivos de la cooperación internacional para el desarrollo (art. 32 LCID)
- Empresa: unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos

...CLAVE PARA EL CAMBIO:



LOS MITOS:

Sector público



→ *Financia*

ONGD



→ *Ejecuta*

Empresa

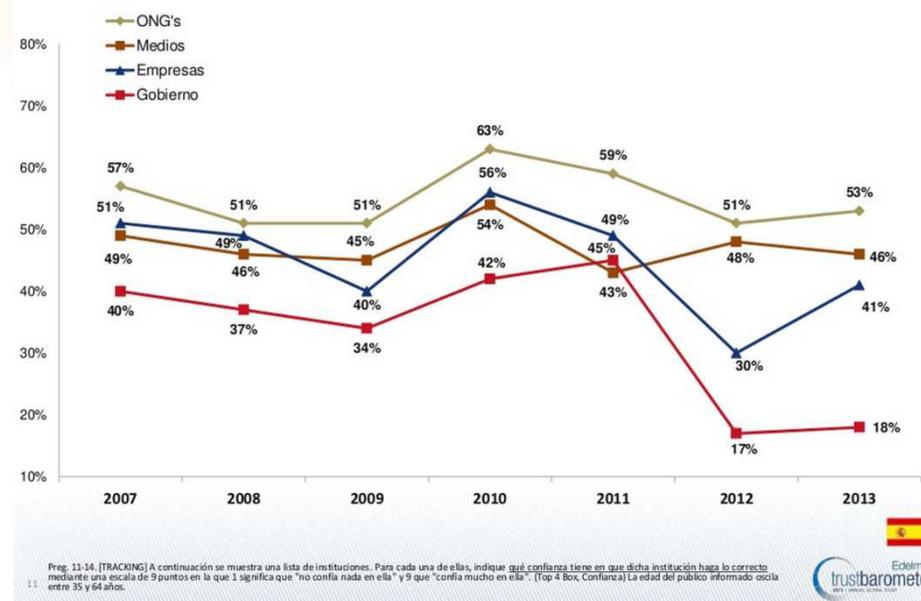


→ *Entorpece*

LA SITUACIÓN:

Actualmente, ¿qué tienen todos en común?

- Necesidad de adaptación a cambios en el entorno: nuevos retos económicos, sociales y ambientales (influencia NTIC)
- Pérdida de confianza y apoyo



Fuente: Edelman, 2013

LAS METAS:

Sector público

ONGD

Empresa

Relación
estratégica
basada en
las
fortalezas y
know how
de cada uno
de ellos



Desarrollo
Humano

LAS MOTIVACIONES

¿Por qué hacemos las cosas?

- Por coerción



- Por convicción



- Por conveniencia



LAS CAPACIDADES:

	Fortalezas	Debilidades
Sector público	<p>Capacidad de liderazgo e interlocución institucional</p> <p>Cercanía a la ciudadanía</p> <p>Disponibilidad de recursos (-)</p> <p>Capital humano</p> <p>Enfoque centrado en derechos</p>	<p>Burocracia</p> <p>Niveles de eficiencia</p>
ONGD	<p>Experiencia en trabajo cercano con sectores vulnerables</p> <p>Agentes de cambio y transformación social</p> <p>Capital humano</p> <p>Cercanía a opinión pública</p> <p>Enfoque centrado en valores</p>	<p>Dependencia de recursos ajenos</p> <p>“Victimización de los pobres” (captación de recursos)</p> <p>Niveles de eficiencia</p>
Empresas	<p>Niveles de eficiencia</p> <p>Disponibilidad de recursos</p> <p>Capital humano</p> <p>Enfoque centrado en crear valor</p>	<p>Visión cortoplacista orientada a la generación de beneficio económico</p> <p>Desconocimiento de la agenda internacional de desarrollo</p>

LA PROPUESTA:

Dado que existe:

- Una necesidad de avanzar en la búsqueda de soluciones
- La posibilidad de obtener un beneficio (juego ganar-ganar)



El papel de la empresa en la CID

1. Introducción

2. El papel de la empresa

2.1. Ámbitos de actuación de la empresa

3. Conclusiones

2. El papel de la Empresa

Actores públicos de la CID: incorporan al sector privado con ánimo de lucro a la lucha contra la pobreza.

8º ODM de Naciones Unidas “fomentar una asociación mundial para el desarrollo” propugna la necesaria participación de la empresa en el desarrollo.

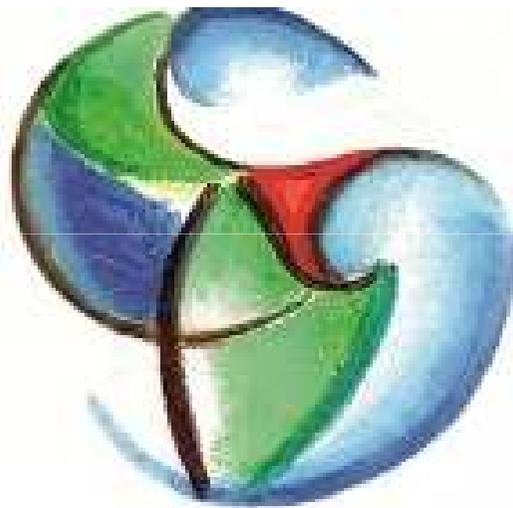
España: la *LEY 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo*, reconoce a la empresa como actor del desarrollo y así queda reflejado también (con mayor o menor éxito) en sus respectivos planes directores.

Cantabria: *Ley de Cantabria 4/2007, de 4 de abril, de Cooperación Internacional al Desarrollo de la Comunidad Autónoma de Cantabria*, artículo 27 y plan director.

Progresiva importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Tejido empresarial cada vez más familiarizado con nuevos sistemas de dirección y gestión, así como con establecimiento de relaciones y alianzas con otros actores.

2. El papel de la Empresa



FONDO **CANTABRIA** COOPERA

rse cantabria

Comprensión del papel de la empresa en la CID



Evaluar el verdadero papel de la empresa a la hora de contribuir a luchar contra la pobreza, así como los impactos que tienen en sus operaciones, especialmente en los países en desarrollo.



Tres ámbitos distintos (Mataix, 2011)



Enfoque sobre el potencial del propio sector para promover cambios:

El papel de la empresa en la CID

1. Introducción
2. El papel de la empresa
 - 2.1. Ámbitos de actuación de la empresa**
3. Conclusiones

- El del comportamiento: contribuir de forma efectiva en la lucha contra la pobreza, asumiendo su capacidad de mejorar sus prácticas con un enfoque más responsable.
- El del contexto: influir de forma positiva para promover marcos regulatorios u otras condiciones para potenciar el progreso del sector privado en países en desarrollo.
- El de la operación: co-participar de forma activa en la ejecución de proyectos con modelos innovadores de gestión.

ONGD y administraciones públicas

Denuncia / sanción

Corresponsabilidad / Implicación

El ámbito del comportamiento

Comportamiento de la empresa: grado de responsabilidad extendida a sus prácticas generales y su voluntad de hacer frente a los impactos económicos, sociales y ambientales que produce.

Ámbito de confrontación entre grupos de presión o de incidencia, algunos gobiernos y la empresa.

Enfrentamiento: generar un comportamiento más responsable con el entorno de la sociedad (RSC).

El ámbito del comportamiento

Denuncia no es un fin en sí misma, sino un mecanismo para lograr un cambio profundo en las prácticas de las empresas.

Denuncia inicial debe conducir a zonas reservadas para la negociación e, incluso, para el aprendizaje compartido.

Imprescindible espacio para diálogo amplio y abierto entre distintos actores implicados.

El ámbito del comportamiento

Las iniciativas de colaboración multistakeholder

Establecimiento de marcos o estándares para que las empresas trabajen en la mejora de su desempeño en los ámbitos económico, social o ambiental.

Las empresas tienen la responsabilidad de canalizar su capacidad de influencia sobre los gobiernos locales para lograr que cambien políticas y prácticas concretas que tienen un alto impacto en la competitividad de la propia empresa.

El ámbito del comportamiento

Las iniciativas de colaboración multistakeholder

Empresas subscriben iniciativas: se convierten en medidas de autorregulación de las empresas



Avances muy significativos hacia marcos vinculantes

Algunas acciones en este sentido son el movimiento global por el comercio justo, que busca que los grandes almacenes reduzcan los impactos negativos que generan.

El ámbito del comportamiento

Las iniciativas de colaboración multistakeholder



Ethical Trading Initiative
Respect for workers worldwide

About ETI | In action | Get involved | Training | Resources | News & events | Members

Home > In action > Member performance > New look ethical champions

Member performance

Printer-friendly version

- Programmes
- Issues
- Member performance**
- Lobbying
- Resolving violations
- People

The scale of our member companies' influence over working conditions is growing every year

This year the number of workers reached through ETI member companies' ethical trade activities rose from 9.4 million last year to 9.8 million.

Over 70 member companies
£125 billion+ turnover

Featured case study



Body Shop's consolidation of packaging suppliers

El ámbito del comportamiento

El papel de los inversores y su capacidad de incidencia

Los “dueños del capital” no deben mantenerse como actores pasivos de las orientaciones corporativas.



Responsabilidad: influir para mostrar en qué medida su valoración de la empresa no es ajena al grado de responsabilidad que la empresa integra como eje vertebrador de sus decisiones.

Si la reacción ante estos riesgos no se ha interiorizado, el efecto catalizador desde fuera puede ser crítico.

El ámbito del comportamiento

El papel de los inversores y su capacidad de incidencia



El ámbito del comportamiento

El papel de los inversores y su capacidad de incidencia



repsol.com | Contacto | Usuarios Registrados | Castellano

Conocer Repsol | **Responsabilidad Corporativa** | Información para Accionistas e Inversores | Can

Estoy en: Inicio > Responsabilidad Corporativa > Cómo lo hacemos > Modelo de RC > Compromisos adquiridos

En qué creemos

Cómo lo hacemos

Buen gobierno

Modelo de RC

- Compromisos adquiridos

- Sistema de coordinación

- Órganos de gobierno

Planes de sostenibilidad

Casos de éxito

Iniciativas y adhesiones

Sistema de gestión de riesgos

Reconocimientos

Informes de Responsabilidad Corporativa

Nuestros compromisos

Ante quién respondemos

Política de relaciones con comunidades indígenas



Repsol lleva a cabo operaciones en áreas geográficas sensibles en las que están presentes comunidades indígenas.

La Compañía se compromete con el respeto y observancia de los derechos de los pueblos indígenas en cumplimiento de sus valores y compromisos y de los principios voluntarios suscritos, así como de la legislación, los tratados y acuerdos internacionales existentes, incorporados o no a la legislación de los países en los que mantiene

En Repsol vamos más allá del cumplimiento de la legislación en el respeto de los derechos de los pueblos indígenas. #RCRepsol

El ámbito del comportamiento

El papel de los inversores y su capacidad de incidencia



repsol.com | Contacto | Usuarios Registrados | Castellano

Conocer Repsol | **Responsabilidad Corporativa** | Información para Accionistas e Inversores | Can

Estoy en: Inicio > Responsabilidad Corporativa > Ante quién respondemos > Comunidades > Comunidades indígenas

En qué creemos

Cómo lo hacemos

Nuestros compromisos

Ante quién respondemos

Equipo Repsol

Comunidades

- Cómo nos relacionamos

- Comunidades locales

- Comunidades indígenas

- Inversión social

Clientes

Accionistas e inversores

Aliados comerciales

Calidad

Comunidades indígenas



Repsol tiene establecidos directrices y principios de actuación en sus relaciones con las comunidades indígenas influenciadas por sus actividades, de forma que se garantice el respeto de sus derechos internacionalmente reconocidos.

En base a la normativa corporativa desarrollada en nuestra Política de relaciones con las comunidades indígenas, establecemos acciones y un diálogo continuado con estas comunidades.

El ámbito del comportamiento

RSC: ¿ética o cosmética?

Mayor fuente de críticas a la RSC riesgos del efecto meramente “cosmético” (*greenwashing*).

La RSC debería marcar una línea completa de actuación de las empresas no reducirse a un compartimento estanco, de una sección de la empresa dedicada a las actividades filantrópicas, que no permea suficientemente en la forma en que la empresa opera de manera integral.

El ámbito del comportamiento

RSC:
*¿ética o
cosmética?*



Sobre Honduras

Larach & Cia.
Número 1 en Ferretería

QUIENES SOMOS TIENDAS DEPARTAMENTOS CAMPAÑAS EVENTOS ÁREA INFANTIL CONTACTO

Buscar / Inicio / EVENTOS

CAMBIA DE TECNOLOGIA

PENSANDO VERDE

Ayuda a salvar el mundo, EPSON y Larach lanzan la campaña de reciclaje y al mismo tiempo pone a disposición equipo amigable con el ambiente, con cartuchos más económicos, equipo **TODO en UNO** que consume menos energía.

EPSON

EXCERD YOUR VISION

Con solo entregarnos una impresora de cualquier marca o modelo no importando su estado, opten un descuento del 25% en la compra de una impresora inkset multifuncional **TX120 o TX420W**



El ámbito del contexto

El papel de la empresa puede ser clave en la lucha contra la pobreza si los gobiernos asumen su capacidad también para crear las condiciones adecuadas para lograrlo, en especial a través de la utilización de fondos públicos para financiar proyectos empresariales en países en desarrollo.

Empresa: facilitador de este cambio de contexto.

El ámbito del contexto

Ámbito liderado por agencias de países donantes que trabajan con gobiernos de países socios en la mejora del entorno en el que operan los agentes económicos:

- intentando reducir los fallos y las imperfecciones de los mercados, y
- tratando de generar condiciones para un desarrollo económico de amplia base social.

Donantes: proporcionan acceso fácil y garantizado a información, a servicios de apoyo técnico, a financiación, y a mercados, tanto local como global para que sector privado pueda desarrollarse.

El ámbito del contexto

Empresas ya establecidas: proveen servicios (infraestructura, crédito, formación, etc.) para favorecer a otras empresas de menor tamaño o menor grado de desarrollo.

Fundamental su experiencia junto a las organizaciones sindicales y el apoyo que desde una perspectiva técnica puedan hacer en la construcción de marcos regulatorios favorables.

El ámbito del contexto



Presentación

Quiénes somos
¿Tomamos un café justo?
Colaboradores
Contacta

Comercio Justo

Qué es el Comercio Justo
Nuestra visión
Actores
A favor del Comercio Justo
Café de Comercio Justo

¿Qué esconde el café?

Contexto actual
Cultivo y consumo
Una negra historia
La crisis del café
Beneficio en pocas manos
Los pequeños productores
Las siete diferencias

Trabajando con caficultores

El trabajo de SETEM
Nuestros socios
Fortalecimiento de organizaciones
Fortalecimiento de redes
Ferias y giras comerciales
Actividades en Mesoamérica

Actualidad

Noticias y artículos
Entrevistas
Boletines
Recursos



Entrevistas

Testimonios del cambio



Última hora

IV Asamblea de la CLAC: Merling Preza fue elegida nueva presidenta de la Junta Directiva

La ciudad hondureña de San Pedro Sula fue el escenario de la IV Asamblea de la Coordinadora Latinoamericana y...

El Programa Mesoamérica salió en televisión

El pasado 8 de junio el canal catalán Canal 33 emitió un reportaje sobre el

Noticias



Victoria de los pequeños productores: aumenta el precio mínimo del café de Comercio Justo

Las pequeñas y pequeños productores de café de Comercio Justo han conseguido aumentar el precio mínimo del café de Comercio Justo. Desde el 1 de abril, el precio mínimo del...

05/04/2011



El ámbito del contexto

Problema: iniciativas difícilmente autosostenibles (necesaria inyección de AOD).

Modelos de promoción de actividades de emprendimiento o desarrollo de actividades productivas en países en desarrollo, para las que se inyectan recursos públicos que facilitan las condiciones necesarias para acceder al mercado.

El ámbito de la operación

Este ámbito explora las posibilidades de crear marcos de cogestión pública y privada para la ejecución de proyectos con impacto social.

Amplia gama de opciones:

- profundizar el **impacto social** de la **actividad económica** de las empresas.
- incrementar la **sostenibilidad económica** de la **acción social**.

Ámbito que se ha desarrollado más recientemente, sobre el que cada vez hay más iniciativas que podrían encuadrarse dentro de la macro corriente denominada capitalismo inclusivo o filantrópico, o inversión de impacto.

El ámbito de la operación

Los negocios inclusivos, los emprendedores y sus empresas sociales, inversiones sociales, son algunos de los ámbitos de participación de la empresa en la cooperación que pueblan este ámbito y las alianzas público-privadas o los fondos de inversión de impacto algunas de sus herramientas en boga.

Aunque no son tan recientes, están acaparando mayor atención y proyección en estos últimos tiempos, promovidas en parte por un contexto de crisis, por la necesidad de muchos fondos de inversión de buscar soluciones alternativas tanto como mejorar su imagen y por la preocupación cada vez mayor de inversores particulares e institucionales por su responsabilidad en los desequilibrios.

El ámbito de la operación

Negocios inclusivos

Modelos organizativos y de negocio implementados por empresas, en colaboración con los donantes públicos o inversores privados y, en muchas ocasiones también con ONGD y gobiernos, que buscan conciliar sus **objetivos de expansión** y sostenibilidad económica, con **objetivos de desarrollo**, atendiendo, muy especialmente, a la creación de empleo digno y a la mejora de la situación socioeconómica de los colectivos más desfavorecidos.

El ámbito de la operación

Negocios inclusivos

Las empresas pueden contribuir a la reducción de la pobreza operando desde su núcleo de negocio integrando a la población pobre (micro y PYME local, formal e informal) en redes de aprovisionamiento y distribución:

- productores/proveedores, distribuidores, o empleados)
- compradores de sus productos y servicios (adaptados a necesidades y/o posibilidades de compra).

El ámbito de la operación

Negocios inclusivos

FIGURA 6

Contribución al desarrollo de Gas Natural Fenosa



Gas Natural Fenosa mantiene un compromiso con la sociedad que va más allá de la cobertura de sus necesidades energéticas. La responsabilidad del Grupo tiene que partir de un diálogo sólido y duradero con todos nuestros grupos de interés, para atender sus expectativas y contribuir así al crecimiento global sostenible.

Energía Social

Energía Social es la única empresa de comercialización de energía eléctrica en Colombia creada exclusivamente para prestar sus servicios en zonas de bajos ingresos, cuyas redes eléctricas no están normalizadas. Esta iniciativa del Grupo Gas Natural, que vio la luz en 2004, tiene como objetivo crear un **modelo de gestión sostenible para la venta de energía** a comunidades con tendidos eléctricos rudimentarios.

Energía Social aplica un **modelo de negocio innovador y adaptado a las poblaciones** a las que sirve a través de la normalización de las redes,

la modificación de los procesos de medición y la adaptación del cobro a las necesidades de sus clientes, **mediante la creación de Pymes que atienden barrios carenciados**. Es el fruto de una estrecha relación con la administración pública colombiana para ofrecer acceso a la energía a colectivos desfavorecidos.

Los objetivos de Energía Social están enfocados hacia varios ejes estratégicos: impulsar proyectos a través de la normalización eléctrica, incrementar la recaudación y acercar la compañía a las comunidades. Energía Social ha logrado alcanzar una notable proximidad al cliente a través de la comunicación y la acción social, y ha permitido que numerosos barrios de Colombia dispongan de energía eléctrica de una manera segura, fiable y adaptada a sus necesidades. En la actualidad más de 40.000 familias colombianas disponen de electricidad gracias a esta iniciativa.

Como premio a su buena labor, Energía Social ha recibido numerosos reconocimientos, como el European Marketplace de RSC en la categoría de Innovación y concedido por CSR Europe o estar entre los ocho casos de responsabilidad corporativa más exitosos de Latinoamérica.

Fuente: Web corporativa Gas Natural Fenosa www.gasnatural.com

El ámbito de la operación

Negocios inclusivos

La experiencia de BSH en los mercados BoP

B/S/H/

BSH Bosch y Siemens Hausgeräte GmbH es una empresa líder en el mercado alemán y número uno en Europa Occidental y líder a nivel mundial en la manufacturación de electrodomésticos para el hogar.

BSH se caracteriza por el desarrollo de productos innovadores y de calidad que, además de buscar una nueva frontera competitiva para el grupo, pretenden establecer estándares globales de protección del medioambiente. Por lo tanto el grupo expresa su compromiso en los principios de sostenibilidad y el uso responsable de los recursos naturales.

BSH ha diseñado la estufa Protos que reemplaza los sistemas de cocción en chimeneas que usan carbón, leña y otros residuos vegetales. La contaminación generada por este sistema de cocción en las casas de las personas

El ámbito de la operación

Negocios inclusivos

de bajos ingresos causa muertes y problemas respiratorios. La estufa Protos transfiere el uso de una nueva tecnología a las poblaciones pobres e impulsa el uso del aceite vegetal, dinamizando la producción y comercialización de este tipo de plantas.

Tres fueron los principales motivos para que BSH iniciara, en 2004, la entrada en los mercados BoP:

1. Desarrollo de una manera de cocinar más limpia para una mejor salud.
2. Proporcionar una fuente de energía alternativa y renovable.
3. Estimular la actividad económica de la Base de la Pirámide.

El modelo de negocio de esta estufa se basa en 3 características básicas:

- **Asequibilidad:** El fuerte apalancamiento del modelo de negocio de Protos en aliados locales permite una importante reducción de costes.
- **Accesibilidad:** El producto es fácil de usar y funciona de manera similar a otros aparatos. Además BSH ofrece formación para que la tecnología sea más accesible.
- **Disponibilidad:** La disponibilidad de aceite vegetal (en la cadena de suministro) es clave y está destinado a sustituir a los combustibles que deben ser importados (queroseno, carbón, etc.).

En 2005 la estufa tenía un precio de 250 dólares, evidentemente costosa para la BoP. Posteriormente en 2006 el precio se redujo a 50 dólares y en 2008 a 30 dólares.

Desde finales de 2004, Protos fue probado en Filipinas en 100 hogares y pequeños restaurantes. En la actualidad, se desarrollan diversos proyectos en India, Indonesia y Filipinas. Se están explorando nuevos proyectos en el Congo, la República Dominicana, Haití, Madagascar y Sudáfrica. Y se trabaja en una mayor expansión en las Filipinas. Cada uno de estos proyectos está en fases diferentes y se enfrenta a retos particulares, debido al contexto singular de dichos países.

El ámbito de la operación

Emprendedores y empresas sociales

Emprendedor social: emprendedor que – siguiendo principios y prácticas usualmente atribuidas al sector privado empresarial – trabaja por el beneficio público o social.

Empresa social: propuesta que no está reñida con la rentabilidad económica pero que ha sido establecida fundamentalmente para satisfacer una necesidad o resolver un problema social o ambiental; usualmente de una forma innovadora.

El ámbito de la operación

Emprendedores y empresas sociales

- Meta: Transformación profunda y duradera en la sociedad.
- No se trata sólo de ganar dinero.
- Beneficio económico: medio para garantizar la viabilidad del emprendimiento.
- En un estado puro, todo el beneficio permanece en la empresa, se reinvierte.
- Empresas sociales no distribuyen dividendos económicos a sus accionistas: responden ante ellos con el beneficio social generado y con la garantía de actualización del valor de la inversión realizada.

El ámbito de la operación

Emprendedores y empresas sociales



ASHOKA ESPAÑA
TODOS PODEMOS CAMBIAR EL MUNDO

site search



QUIÉNES SOMOS

QUÉ HACEMOS

EMPRENDEDORES SOCIALES

PARTICIPA

RECURSOS



CONTACTA
CON NOSOTROS

SÍGUENOS



PARTICIPA

 NUESTRAS NEWSLETTERS

 NOMINA A UN CANDIDATO

 HAZTE SOCIO

 HAZTE VOLUNTARIO

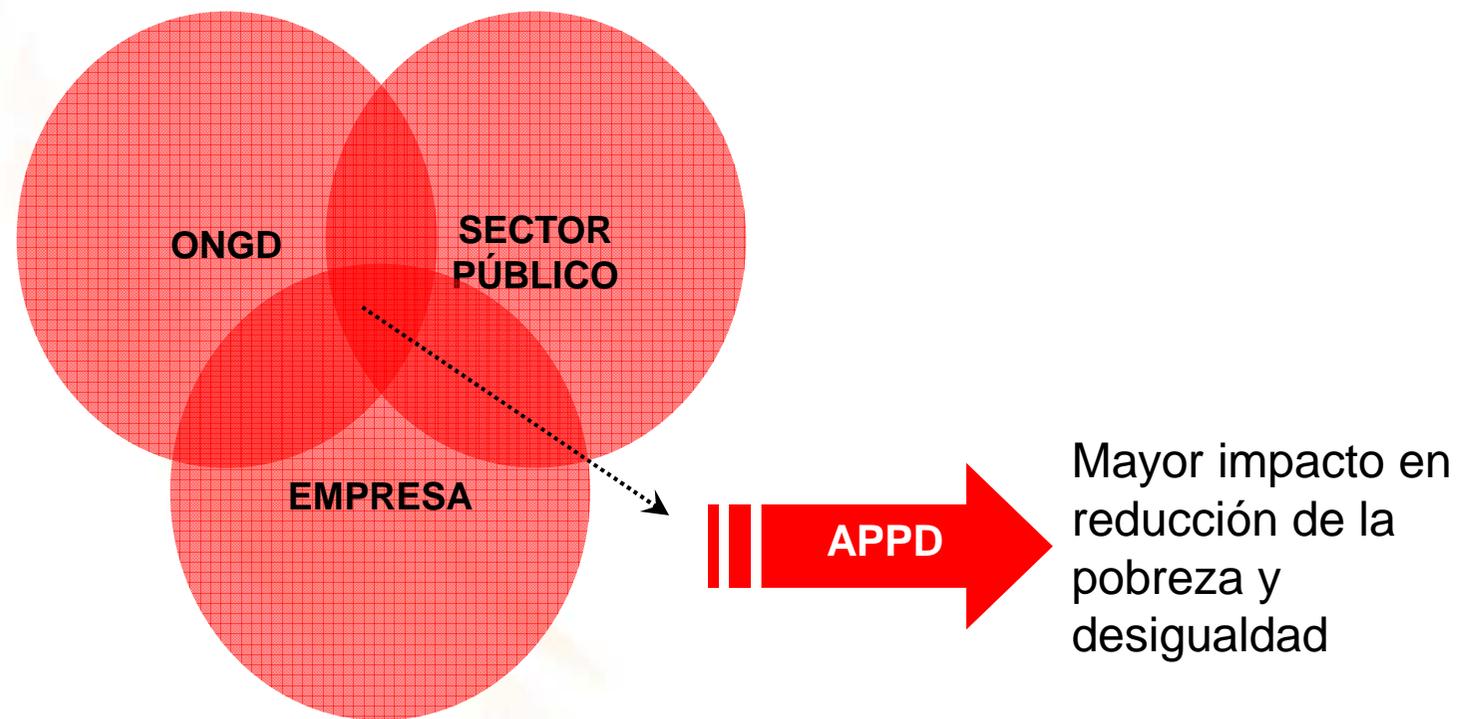
El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo (APPD) se entienden como una relación de colaboración entre el sector público, el privado y las organizaciones de la sociedad civil, con el fin de conseguir mayor eficacia en la consecución de objetivos de interés compartido y generar un impacto positivo en el desarrollo de los lugares y sectores donde operan.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo



El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Lo que aportan las APPD:

- Un nuevo modelo de gestión diseñado por los distintos agentes públicos y privados que forman parte de la alianza.
- Soluciones a las ineficiencias del mercado, a la mala formulación de las políticas públicas y a la carencia de financiación para el desarrollo.
- Innovación, porque son capaces de conseguir soluciones más sostenibles y duraderas en el tiempo.
- Alcanzar objetivos comunes de forma más eficaz y legítima que si cada sector operase por separado.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Lo que aportan las APPD:

- Acceder a una gama más amplia de recursos técnicos, humanos, materiales, financieros y de información.
- Crear nuevas redes de trabajo y mejores canales de participación de la comunidad en general y de sus dirigentes en particular.
- Entender e integrar mejor los valores, los principios y las cualidades de cada sector y a partir de ahí lograr una sociedad más integrada y cohesionada.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Temas y sectores típicos:

- Acceso al agua y el saneamiento.
- Acceso a la energía.
- Educación.
- Salud y sanidad.
- Mejora de la empleabilidad, calificación de la fuerza laboral, e iniciativas emprendedoras.
- Protección y sostenibilidad ambiental.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Responsabilidades de los socios:

Sector público:

- Cumplimiento de la ley mediante el desarrollo de las regulaciones y mecanismos normativos necesarios y el propiciar unos servicios públicos básicos para los ciudadanos.
- Para el sector público es una cuestión de **DERECHOS**.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Responsabilidades de los socios:

Sector empresarial:

- Inversión y actividad comercial, mediante la creación de oportunidades de empleo y fomento del crecimiento económico y la innovación y la maximización de los beneficios de los inversores para garantizar inversiones futuras,
- Para ellos es una cuestión de **BENEFICIOS**. El sector empresarial posee inventiva, es rápido y muy preparado.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo

Responsabilidades de los socios:

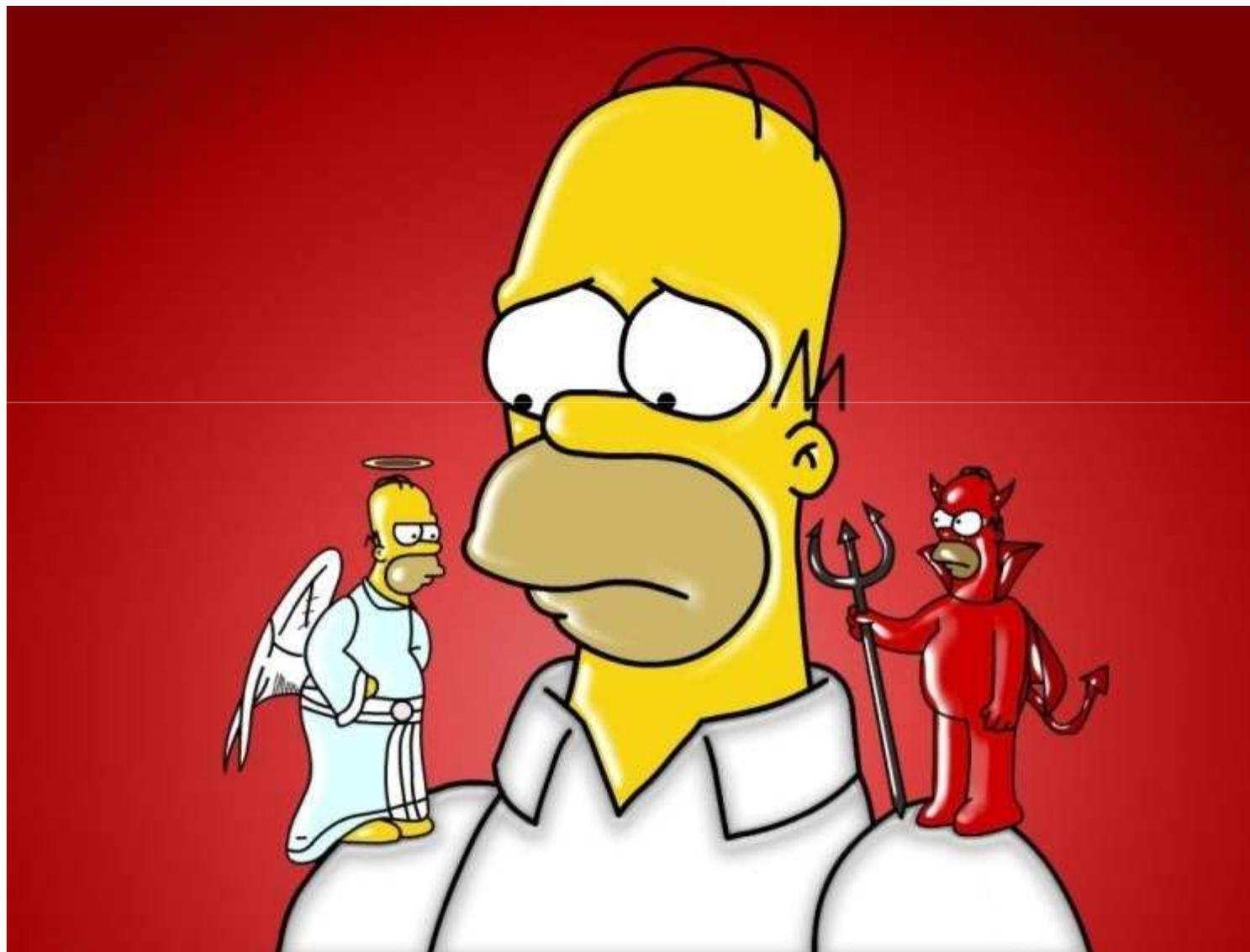
Sector civil:

- Desarrollo social, mediante la creación de oportunidades y proporcionando apoyo y servicios a aquellos que lo necesitan.
- Se basan en PRINCIPIOS y demuestran que la sociedad civil es sensible, se hace escuchar y es integradora e imaginativa.

El ámbito de la operación

Las Alianzas Público Privadas

3. Conclusiones



3. Conclusiones

Potenciar el desarrollo sostenible y garantizar el desarrollo humano es un proceso complejo que requiere la participación de todos los sectores implicados, ya que la historia ha demostrado que ninguna organización es capaz, por sí sola, de aportar soluciones sostenibles. Debido a ello, fomentar sinergias entre las entidades públicas, las entidades privadas y las organizaciones de la sociedad civil ha pasado a ser una necesidad ante los nuevos retos globales del desarrollo.

Acerca de...

1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	5	6	7	8	9	1	2	3
7	8	9	1	2	3	4	5	6
2	1	4	3	6	5	8	9	7
3	6	5	8	9	7	2	1	4
8	9	7	2	1	4	3	6	5
5	3	1	6	4	2	9	7	8
6	4	2	9	7	8	5	3	1
9	7	8	5	3	1	6	4	2

Resuelve Borrar

La participación de la empresa en la CID genera:

Oportunidades:

- Contribuir a la lucha contra la pobreza
- Posicionar a la empresa como entidad socialmente responsable (reputación)
- Explorar nuevos mercados (nacionales e internacionales)

Retos:

- Complejidad de las acciones de CID
- Comprensión y adaptación al contexto local (PVD)
- Relación con otros actores (sector público u ONGD)
- Gestión de riesgos y responsabilidad compartida

¿Qué pueden hacer las empresas como promotoras del desarrollo?

- Contribuir a la generación de desarrollo tanto a través de la creación de riqueza sostenida e inclusiva y empleo digno, como a través de una serie de acciones paralelas, de tipo empresarial o no, y que tienen por finalidad la mejora del entorno y del bienestar de sus poblaciones.
- Alinearse con las políticas públicas de RSC/RSE y CID.
- Participar en alianzas estratégicas con otros actores.
- Desarrollar proyectos e invertir su dinero de manera acorde a los principios de la RSC y la ISR.
- Función principal: integrar sus actividades en la sociedad (progreso económico compatible con progreso social).

¿Y tú? (y yo)

- Alinea tu trabajo con la agenda internacional...
- ...pero sin restar valor a tu contexto
- Que no te olvide: las PERSONAS vivimos en sociedades, no en agendas ni mercados
- Innova, sé creativ@ y...
- ... ten paciencia
- Recuerda que las emociones son biológicamente indispensables para tomar decisiones (Damasio, A.), así que...
- ...sé fiel a tus valores pero generos@ en tus decisiones

¿Y tú? (y yo)



¿Y tú? (y yo)

FRACASOS FAMOSOS

Michael Jordan

Después de que no lo cogieron en el equipo de baloncesto de su escuela, se encerró en su cuarto a llorar.

The Beatles

Fueron rechazados por Decca Recording, quienes dijeron "no nos gusta su sonido" -- "No tienen futuro en el mundo musical."

Eminem

Se dropió de la escuela, y sus problemas personales con las drogas y pobreza provocaron un intento suicida...

Steve Jobs

A sus 30 años estuvo deprimido luego de haber sido botado de la compañía que el mismo creó.

Walt Disney

Fué despedido de un periódico porque "no tenía suficiente imaginación" y "no tenía ideas originales"...

Oprah Winfrey

Fué despedida de su trabajo como reportera de noticias porque... "No servía para trabajar en la televisión."

Albert Einstein

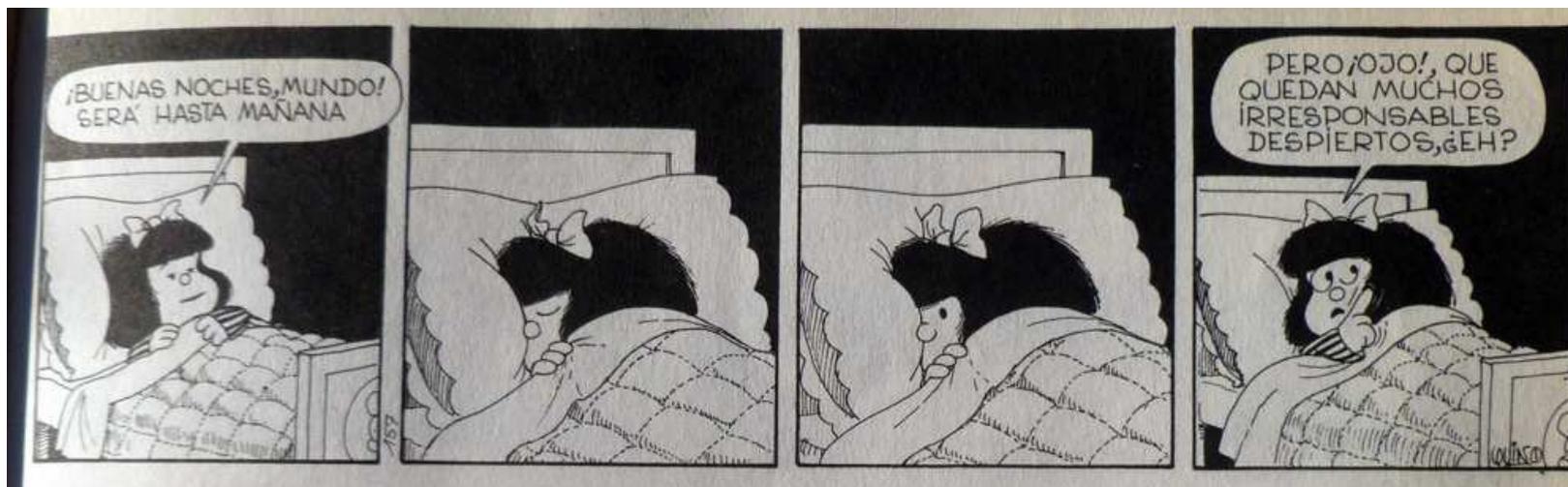
No habló hasta los 4 años de edad y sus maestras decían que "nunca aprendería mucho."

" Si nunca has fallado, es porque nunca has tratado algo nuevo"

El alcance de este fin (del desarrollo humano) se mide con evidencias y resultados claros en la reducción de la pobreza y las desigualdades, no por los instrumentos utilizados.



adelante



fernandezmartinezj@gmail.com



es.linkedin.com/in/josefinafernandezmartinez



twitter.com/Josefina_Fdez