SUIZA

REVISTA SUIZA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

DICIEMBRE
2018
PUBLICACIÓN TRIMESTRAL

Cámara de Comercio Colombo Suiza: ¡Su centro de servicio!

SERVICIOS

MESAS DE TRABAJO SECTORIALES

- Interrelación de buenas prácticas entre diferentes industrias y sectores

LOBBY / RELACIONES PÚBLICAS

- Establecimiento de contactos
- Organización e invitación a eventos
- Organización de misiones comerciales y técnicas

COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES

- Participación en ferias
- Misiones comerciales y técnicas
- Organización y coordinación de eventos específicos

EVENTOS

EVENTOS GREMIALES

- Desayunos conferencia con altas personalidades
- 3 desayunos anuales Diferentes escenarios

ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y CULTURALES

- Torneos deportivos Actividades Fondo Cultural Suizo

ALMUERZOS Y CENAS

- Almuerzos Eurocámaras
- Almuerzos informales
- Cena fin de año

PUBLICACIONES Y COMUNICACIONES

REVISTA SUIZA

- 4 ediciones anuales
- Marzo, junio, septiembre y diciembre

CALENDARIOS

- 1 edición anual
- Paisajes suizos y colombianos
- Pared y escritorio

PÁGINA WEB

- Promoción en la plataforma
- Pauta Anual

CAMARA DE COMERCIO COLOMBO SUIZA

Calle 98 No. 15-17. Of. 402- Tel. ++571 601 87 87 / 601 76 81/84
www.colsuizacam.com - colsuizacam@colsuizacam.com

SUIZA

REVISTASUIZA

Presidente Eric Wildhaber
Directora Ejecutiva Silvia Gutiérrez Díaz
Consejo Editorial Hugo Göggel, Emilio Schär, ccs

Colaboradores de la Edición Acción contrael Hambre, Air France, Colegio Helvetia, Embajada de Suiza, Holcim Colombia, Fundación ANDI, Fundación Suizo Colombiana, Michael Page, Fundación Ideas para la paz, Nestlé, Emilio Schär, Silvia Gutiérrez, Melba Villa y Fredy Aguilar.

Fotos Air France, Colegio Helvetia, Lys Arango, Embajada de Suiza, Holcim Colombia, Fundación Suizo Colombiana, Michael Page, Fundación Ideas para la paz, Nestlé y Turismo Suizo.

Diseño y Diagramación Nicolás Rivera

Impresión Intergráficas S.A.

Cámara Colombo Suiza Calle 98 No. 15-17. Of. 402
PBX: (57) (1) 601 87 87
Otros Tels: 601 76 81 / 601 76 84
www.colsuizacam.com
colsuizacam@colsuizacam.com

La Revista Suiza se envía a todos los suizos en Colombia, a las empresas afiliadas a la *Cámara de Comercio Colombo Suiza*, a los miembros del *Club Suizo*, al *Colegio Helvetia*, a la *Embajada de Suiza* y a todos sus suscriptores.

El contenido de esta revista es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la *Cámara de Comercio Colombo Suiza.*

Publicada con licencia No. 002189 del *Ministerio de Gobierno*

ISSN: 2216-0663

CONTENIDO

EDITORIAL 03

Más Allá del Altruismo 03
Arquitectura Social Estratégica 04

EMBAJADA 06

Responsabilidad Social Empresarial 06

FONDO CULTURAL 07

Fondo Cultural Suizo 07

RESPONSABILIDAD SOCIAL 08

RSE Compromiso Suizo 08
Suiza una Apuesta al Desarrollo Humanitario y Empresarial 10
Diligencia Empresarial: el Rol de las Iniciativas Multiactor y la Experiencia de Guías Colombia 12
El Orgullo de Dar a los Demás 14
Iniciativa por los Jóvenes Nestlé 16
Mingagua 18
Colombia le apunta a la RSE 20
Beneficios RSE 21

HOMENAJE 22

El Emprendedor Suizo 22

NOTICIAS EMBAJADA 23

Cambios Consulares 23
Nueva Embajadora de Suiza en Colombia 23

AIR FRANCE 24

KLM Viajará a Cartagena 5 Veces por Semana 24

ANIVERSARIO 26

Eurocámaras: 20 Años al servicio de empresarios europeos y colombianos 26

NOTICÁMARA 28

Noticámara 28

CONTRIBUCIÓN SOCIAL 30

Bazar 2018. Fundación Suizo Colombiana 30

EDUCACIÓN 31

Responsabilidad Social Institucional en el Helvetia 31

REVISTA**SUIZA**

— MÁS ALLÁ DEL —
ALTRUISMO

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un concepto que trasciende la *filantropía*. No se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, si no que adopten una *postura activa* y *responsable* en torno al impacto de sus operaciones.

Esta cultura es una forma de hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley que le garantiza a las empresas mayor sostenibilidad y crecimiento económico.

Aspectos tan *neurálgicos* como un sano y agradable ambiente laboral, el respeto para con los trabajadores y las prácticas limpias en los procesos productivos no sólo hacen más competitiva a cualquier empresa, sino que además le garantizan la permanencia en el tiempo y por ende, le aseguran un futuro sano a la economía y, lo que es más importante, al planeta.

Ni siquiera vale la pena decir que las empresas que no se acojan e implementen acciones responsables estarán condenadas a desaparecer.

Por todo lo anterior, implementar políticas, pero sobre todo acciones (que son la verdadera esencia) tendientes a mejorar el mundo es muy buen negocio, el más transversal, pues así, no solo cauterizaremos las heridas abiertas del planeta, sino que de paso se darán puntadas reales para remendar a la raza humana.

Pero como todo en la vida, el primer paso para consolidar una Responsabilidad Social Corporativa es la responsabilidad personal. El orden siempre es: de lo micro a lo macro. Los cambios abismales inician por cambios imperceptibles.

Esto va *más allá del altruismo.* +

Silvia Gutiérrez Díaz
Directora Ejecutiva

Colombia atraviesa un momento histórico, en el cual tenemos una oportunidad única para repensar y rediseñar el país que queremos. Más allá de la firma de un acuerdo de paz, la inclusión, la reconciliación y la construcción de una sociedad más equitativa nos competen a todos los actores de esta sociedad.

El sector privado tiene hoy, como nunca antes, el reto de ser un actor protagónico en la construcción de un país equitativo, inclusivo y reconciliado. Los empresarios actuando con su lógica privada y su visión de negocios y no como donantes caritativos son una herramienta muy poderosa para generar las grandes transformaciones sociales que Colombia requiere con urgencia.

ARQUITECTURA SOCIAL ESTRATÉGICA:
CUANDO LO SOCIAL GENERA VALOR AL NEGOCIO

Las empresas que **cambian el mundo**, desarrollan un propósito trascendental y transformador, entienden que *ser líder no se mide por participación* en el mercado sino por la capacidad de inspirar a todos sus grupos de interés y diseñan su estrategia social, alineada con el propósito de su negocio.

En *Colombia* hoy, necesitamos que nuestras empresas quieran transformar el país, entendiendo que una sociedad más **equitativa** e **inclusiva** será la oportunidad para crecer y volvernos más competitivos.

Creemos que en este contexto, el rol de los privados debe enfocarse en el que es sin lugar a dudas uno de los mayores retos del *posconflicto*; incluir a poblaciones y territorios tradicionalmente excluidos de las dinámicas de crecimiento (*víctimas*, *población en situación de pobreza*, *reintegrados de los grupos armados ilegales*, *discapacitados*, *minorías* y *fuerza pública retirada*).

Nuestro país es uno de los 10 más inequitativos del mundo y esto es una inmensa barrera para el crecimiento de las empresas. No es posible crecer de manera sana y sostenida en entornos adversos.

Es por esto que **construir una sociedad más equitativa** debe ser un tema de competitividad para las empresas y por lo tanto, hacer parte de sus estrategias de negocio.

Trabajar por disminuir las **inequidades** que existen en *Colombia* es construir entornos y mercados estables y favorables para los negocios, es generar mayor demanda de bienes y servicios para las empresas, y es poder acceder a mano de obra mejor calificada.

En el mundo de hoy, las empresas de vanguardia y los innovadores de las nuevas generaciones están entendiendo que los grandes *problemas sociales* son las grandes *oportunidades para los negocios*. Ser social es rentable cuando lo social hace parte del "*core business*".

Por lo anterior, la ANDI y su FUNDACIÓN implementan hace cerca de 4 años su estrategia de COMPETITIVIDAD INCLUSIVA que consiste en incentivar y acompañar a las empresas a hacer inclusión de *poblaciones vulnerables en sus negocios* a través de **4 modalidades**: **Encadenamientos Inclusivos**: fortaleciendo y vinculando en su cadena a proveedores vulnerables. **Compras Inclusivas**: haciendo las compras operativas de su negocio a microempresas de esta población. **Distribución Inclusiva**: fortaleciendo sus esquemas de distribución con canales diferenciados para población vulnerable, o creando programas de empleo directo: **Empleo Inclusivo**.

Hoy tenemos **200 empresas** haciendo proyectos de inclusión de *población vulnerable* en todo el país. Sin embargo, necesitamos que estas *200 empresas* se conviertan en 1000 muy rápido, y para esto hay que *sensibilizar* e *inspirar*.

Para lograrlo, desde 2017 hemos implementado VAMOS COLOMBIA, una *campaña de voluntariado corporativo* en la cual, durante 4 días, voluntarios de las empresas conviven con personas en ruta de reintegración, el ejército y la comunidad para aprender a ponerse en *los zapatos del otro* y *construir por encima de las diferencias*.

Con el apoyo de más de *2.000 voluntarios*, hemos aportado cerca de *60.000 horas* de servicio voluntario que han beneficiado a más de *3.000 personas*.

Esperamos que en *Colombia* cada vez más empresas se unan a este movimiento y construyan una sociedad más equitativa e inclusiva desde la *fuerza de los negocios*. +

Isabella Barrios Morales
Directora de la Fundación de la ANDI

RESPONSABILIDAD

SOCIAL EMPRESARIAL

Quiero aprovechar estas líneas para extenderles un cordial saludo. Recién llegada a *Bogotá* el pasado 16 de noviembre, me encuentro comenzando mi misión en *Colombia*, con mucha expectativa y ganas de continuar el compromiso de mi país en todas las labores que desde la *Embajada* se adelantan. Me complace llegar a un país donde la cooperación suiza tiene una destacada presencia, y donde deseo continuar reforzando las estrechas relaciones entre *Suiza* y *Colombia*.

Suiza siempre se ha destacado por su *tradición humanitaria*, y su *defensa y promoción de los derechos humanos*. El contexto corporativo no es ajeno a este panorama, y por ello promueve el respeto de los derechos humanos por parte de las empresas.

Desde el **punto de vista suizo**, la *Responsabilidad Social Empresarial* (RSE) es una contribución de las empresas al desarrollo sostenible, que abarca una gran oferta de temas, tales como las condiciones de trabajo (incluyendo la *protección de la salud*), los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente, la prevención de la corrupción, la competencia justa, los intereses de los consumidores y el control fiscal.

La Embajada de Suiza en *Colombia* promueve acciones enmarcadas en estos principios. La más reconocida es *Guías Colombia*, iniciativa multi actor que surgió hace 12 años del interés de algunas empresas con operaciones en *Colombia* en la promoción de una operación empresarial respetuosa de los derechos humanos. Desde sus comienzos el sector privado, la sociedad civil y el *Gobierno colombiano* encontraron en *Suiza* un aliado que ha acompañado el desarrollo de este trabajo.

Hoy, seguimos recibiendo buenas noticias de *Guías Colombia*. Su esquema de trabajo, que busca poner a disposición herramientas prácticas para implementar los principios rectores de empresas y *derechos humanos de las Naciones Unidas*, ha sido adoptado como parte de la política de *Colombia* en materia de empresas y derechos humanos.

Igualmente, el *cuidado del medio ambiente* hace parte de la RSE. La cooperación de la **Embajada de Suiza** en *Colombia*, en el marco de su *Programa Global Agua*, trabaja desde 2010 con el sector privado, instituciones públicas y centros de investigación para reducir los impactos generados por el consumo y la contaminación del agua en los procesos productivos. Con *SuizAgua* se trabaja para hacer conciencia de la importancia de la gestión corporativa de este preciado recurso.

Estas son algunas de las iniciativas más representativas a las que hemos contribuido en *Colombia*. Todas se han desarrollado en colaboración con diferentes sectores de la sociedad, generando sinergias y tendiendo puentes entre los diferentes actores involucrados.

Es un privilegio para mí estar en *Colombia*, y quiero reiterar mi compromiso de continuar estrechando los lazos que unen a la **Embajada de Suiza** con la *Cámara de Comercio Colombo Suiza*. En esta perspectiva, espero poder establecer pronto un contacto con todos ustedes.

Les deseo unas *Felices Fiestas* y un próspero *Año Nuevo* con muchos éxitos. +

Yvonne Baumann, Embajadora de Suiza en Colombia

La agenda cultural de 2018 tuvo destacados eventos como la exposición "*La obra arquitectónica de Le Corbusier*" sobre las 17 obras del renombrado arquitecto suizo declaradas *Patrimonio de la Humanidad por la Unesco*; la presentación en *Bogotá* y *Medellín* de la orquesta *Geneva Camerata*; y la participación de *Suiza* como *País Invitado de Honor* en el *Congreso Gastronómico de Popayán*, así como la *Semana de la Gastronomía Suiza* en *Bogotá*. También este año se reforzaron las relaciones con socios importantes como: *Ministerio de Cultura*, *Banco de la República*, *Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo* y el *Circuito Nacional de Jazz*, entre otros.

Extendemos un saludo cordial con nuestro agradecimiento a las empresas que hacen parte del **Fondo Cultural Suizo**, quienes con su aporte han permitido nuevamente ofrecer una programación cultural de alto nivel, en la cual diversos géneros se vieron representados: *ABB*, *Holcim*, *Koyomad*, *Nestlé*, *Novartis*, *Prodeco*, *Roche*, *Sika*, *Zurich*, *Andritz*, *Credit Suisse*, *Endress & Hauser*, *Firmenich*, *Fundación MUV*, *Glauser*, *Glencore* y *UBS*.

Desde el **Fondo Cultural Suizo** deseamos a todos los lectores de la *Revista Suiza* unas felices fiestas. En 2019 ofreceremos una programación cultural amena y variada, que destaque lo mejor del acontecer suizo en *Colombia*. Por ahora, un adelanto: el 12 de julio se presentará en el *teatro Mayor Julio Mario Santodomingo* el reconocido **Ballet de Ginebra**. +

RSC COMPROMISO SUIZO

*La **responsabilidad social corporativa (RSC)** es uno de los temas en los cuales Suiza tiene una larga tradición; se remonta a la industrialización y a la introducción de la Ley Federal de Fábrica sobre las condiciones de trabajo, en 1877.*

El **Estado** desempeña un papel menor en la regulación de la RSC, pues esta es impulsada fundamentalmente por las empresas, dado que la *economía suiza* se basa en el concepto de un sistema económico liberal, lo que se traduce en una política de un Estado minimalista que establece el marco necesario para que la economía la siga.

Sobre esta base, el concepto de RSC tal como se practica hoy, conocido principalmente como "*sustentabilidad*", se estableció en *Suiza* después del año 2000.

Sin embargo, el **Gobierno** promueve la RSC moderada al proporcionar pautas e incentivos para el comportamiento apropiado. Además, la economía de *Suiza* se considera altamente globalizada y con una fuerte orientación hacia la exportación. Por lo tanto, la mayoría de las empresas suizas operan en un contexto internacional en el que dependen de las cadenas de suministro globalizadas y, al mismo tiempo, se benefician de ellas.

Las **empresas helvéticas** son muy conscientes de la importancia de la RSC y participan activamente en ella, dado que tienen muy claro el concepto como contribución al desarrollo sostenible, lo que significa que las compañías son responsables de los efectos de sus actividades en la *sociedad* y *el medio ambiente*.

La RSC cubre una amplia gama de aspectos que deben tenerse en cuenta al gestionar una empresa, incluidas las condiciones de trabajo, los derechos humanos, el medio ambiente, las medidas anticorrupción, la competencia leal, los intereses de los consumidores, los impuestos y la transparencia, entre otros.

Dada la disponibilidad de recursos humanos y financieros, hay una enorme diferencia entre las grandes empresas y las *pymes* en su compromiso con la RSC y su enfoque en las prácticas. Las **empresas suizas** incluyen fundamentalmente la eficiencia energética y la reducción de las emisiones de CO^2, la salud de los empleados, la igualdad de género y los derechos humanos en la cadena de suministro, así como la evasión fiscal y los salarios excesivos de los ejecutivos.

La RSC asume el cumplimiento de las leyes, las asociaciones y las expectativas de la sociedad, que pueden ir más allá de las obligaciones legales. La **Confederación Suiza** espera que las empresas con sede o que operan en Suiza asuman la responsabilidad de todas las actividades que realizan allí o en el extranjero, de conformidad con las normas y directrices de RSC reconocidas internacionalmente.

Una implementación coherente y amplia de la RSC desempeña un papel clave en la mejora del desarrollo sostenible y en la provisión de soluciones a los desafíos sociales. También puede mejorar considerablemente la posición competitiva de las empresas.

Así mismo, en consonancia con la **legislación ambiental** que comenzó a promulgarse en los años cincuenta, la RSC y su compromiso con el planeta juega un papel preponderante que se hace cada vez más actual, pues el mencionado desarrollo sostenible de las empresas se refiere obviamente a la sostenibilidad, pero en relación directa con el medio ambiente. Las preocupaciones sobre este asunto son ampliamente discutidas en los medios de comunicación suizos.

Sin duda, todos los cimientos que soportan el concepto y la aplicación de la *Responsabilidad Social* encuentran asidero en la educación, en la información permanente que la sociedad suiza recibe sobre el tema. No solo las instituciones educativas desarrollan investigaciones en torno a ello, sino también las organizaciones y las personas interesadas.

Ejemplo de ello es la **Universidad de Zurich**, que tiene un *Centro de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad* en el cual lleva a cabo investigaciones y ofrece cursos sobre el tema de *Responsabilidad Social Corporativa*.

La **Responsabilidad Social** es, como su nombre lo indica, un asunto de todos los individuos que conforman la *urdimbre social*, no solo de las empresas. Por lo tanto, es muy común que los consumidores estén implicados en el tema y apliquen la compra ética.

De esta manera, el rol de las **empresas suizas** en favor del *Desarrollo Sostenible*, es decir, en aras del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, es vital para la operación de los negocios. Es por ello que estas forman parte activa de la solución de los retos de la sociedad en pro de un entorno más *estable* y *próspero*.

SUIZA

Foto: Lys Arango

LA ACCIÓN HUMANITARIA SUIZA. BASE DE NUESTRA CULTURA

La tradición humanitaria helvétia es un emblema para todo el país, y motivo de orgullo para su ciudadanía. Cuna de los *Convenios de Ginebra* y del *Comité Internacional de la Cruz Roja*, *Suiza* es reconocida por su larga trayectoria internacional como defensora y garante de los **Derechos Humanos**. Conocedores de nuestra historia, y partícipes de ella, los ciudadanos y ciudadanas, organizaciones de la sociedad civil y las empresas suizas siguen comprometidas con políticas que promueven la *acción humanitaria* y la *cooperación internacional para el desarrollo*.

Siempre hemos sido un *Estado abierto* y *responsable*, donde quienes huían de la guerra o buscaban otra oportunidad en la vida han encontrado asilo. Hoy, *Suiza* cuenta con un 25% de residentes extranjeros, lo que es claro ejemplo de la cultura humanitaria que caracteriza al país. No debe ser casualidad que la oficina del *Alto Comisionado para los Derechos Humanos y para los Refugiados de Naciones Unidas* tengan su sede en *Ginebra*.

Por todo ello, como trabajador humanitario, y **Director País de Acción contra el Hambre**, contribuir a la construcción de paz y al desarrollo sostenible de *Colombia* de la mano de la *Agencia Suiza* para el *Desarrollo* y la *Cooperación* (COSUDE) es un aliciente. Aunando la experiencia de ambas organizaciones favorecemos el fortalecimiento *social*, *productivo* y *ambiental* de la población colombiana que se ha visto afectada por la violencia del conflicto armado. Asimismo, trabajamos en proyectos que tienen como objetivo atenuar los efectos de la crisis migratoria que vive *Colombia*.

El país andino afronta un **contexto social cambiante**. El proceso de consolidación de la paz sigue siendo un reto y objetivo comunitario, y la violencia y los desplazamientos internos continúan, fruto de la reconfiguración de poderes y dinámicas de los grupos armados. *Colombia* es, a nivel mundial, *el país con más desplazados internos*, con 7,7 millones de personas, según el informe del *Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados* (ACNUR). Además, acoge actualmente a casi un millón de migrantes de *Venezuela*, lo que hace necesario dar una respuesta humanitaria, especialmente en las zonas fronterizas. A pesar de ello, los recursos para hacer frente a esta situación han descendido, y tanto las organizaciones humanitarias como las agencias de cooperación necesitamos buscar nuevos aliados con quienes redefinir una *estrategia de acción conjunta*.

"UNA APUESTA AL DESARROLLO HUMANITARIO Y EMPRESARIAL"

ALIANZAS ENTRE EL SECTOR HUMANITARIO Y EL EMPRESARIAL. NUEVAS TENDENCIAS

Es dentro de este marco, y bajo el prisma de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS), que concibo de vital importancia responder al ODS 17, que hace hincapié en la necesidad de revitalizar las alianzas entre gobiernos, el sector privado y la sociedad civil para alcanzar el resto de los objetivos fijados por *Naciones Unidas*. La necesidad de establecer un diálogo fluido entre el sector empresarial y el humanitario reside en que ambos son piezas clave de cualquier sociedad, por lo que articular la acción humanitaria con los objetivos de las empresas es una oportunidad, además de una obligación para ambos sectores. Si tenemos en cuenta que las empresas son las instituciones en las que más confía la ciudadanía colombiana, y que las compañías suizas gozan de gran reputación a nivel internacional (según datos del *Barómetro de Confianza Edelman*), la ecuación es cuasi perfecta. La coyuntura actual reclama que las empresas actúen de acuerdo con **las premisas básicas de responsabilidad social** de forma *sistémica*. Esto es, que la incorporación de la *Responsabilidad Social Corporativa* (RSC) sea parte de su estrategia, planificación y gestión empresarial de forma transversal.

La sociedad espera más de las marcas y las compañías: de acuerdo con un estudio de *Edelman*, el 60% de los compradores creen que hacer el bien debe ser un valor fundamental de las marcas, y el 65% no compraría una si falla en tener una posición activa frente a una obligación social que le compete. En un mundo donde los consumidores son parte activa de las causas que les preocupan -y que esperan que las firmas hagan lo mismo-, la *Responsabilidad Social Corporativa* debe ser considerada como un proceso de sostenibilidad, y no sólo como una herramienta de *marketing*.

Cabe señalar que las empresas han dado un giro a su estrategia en este ámbito, interiorizando la pertinencia de utilizar un enfoque participativo, donde las necesidades y las demandas sociales sean el eje vertebrador de toda mediación. En **Acción contra el Hambre**, la acción sin daño es un requisito *sine qua non* en todas nuestras intervenciones, por lo que extrapolar este requerimiento a la *Responsabilidad Social Corporativa* es un *input* positivo. Así es como verdaderamente podemos tener un impacto que sea sostenible en el tiempo, promoviendo una participación que afiance el desarrollo de las poblaciones más vulnerables.

Vincular a las empresas y a las organizaciones humanitarias, como **Acción contra el Hambre**, en la implementación de sus programas de RSC otorga un valor añadido. La suma de competencias genera sinergias que son beneficiosas para ambas, pero sobre todo para las comunidades participantes en los proyectos de cooperación. El conocimiento que tiene nuestra *Fundación* sobre el terreno facilita el diálogo, ya que somos un actor directo que siempre ha amparado la dignidad y el empoderamiento de quienes forman parte de nuestras intervenciones. La proximidad con la sociedad y con las personas atendidas nos ha concedido un alto nivel de reconocimiento en las comunidades, así como frente a las autoridades locales, regionales y nacionales. El respeto a nuestros principios de neutralidad y transparencia, acompañado del rigor y la profesionalidad que caracteriza a nuestro equipo, son también reputados por nuestros donantes.

Este rigor es una particularidad valorada de forma muy positiva, ya que es una de las características que compartimos con el mundo empresarial. La *eficacia*, *eficiencia* y *resultados* son criterios que nos unen en la *praxis*. Ser piedra angular del cambio social y buscar una mejora en la vida de las personas constituyen el nexo entre los objetivos de ambos sectores. Por ello, desde **Acción contra el Hambre** permitimos materializar la *Responsabilidad Social Corporativa* de las empresas, dando sentido a su estrategia, y, por ende, a su compromiso con el desarrollo. +

John Orlando, ciudadano Suizo y Director País de Acción Contra el Hambre Colombia

DILIGENCIA EMPRESARIAL

El respeto a los derechos humanos por parte de las empresas es una responsabilidad ineludible en el contexto actual. Hoy, en medio de un contexto creciente de presión social, regulatoria y de los inversionistas, es cada vez menos viable un crecimiento económico sobrepuesto a los derechos y libertades de las personas.

Un *elemento central* para que las empresas puedan cumplir con su deber de *respetar los derechos humanos* es la debida diligencia. A mediados de octubre, el *Grupo de Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas* se refirió a los enormes desafíos en debida diligencia empresarial que persisten a la fecha, tras siete años de implementación de los *Principios Rectores de Naciones Unidas* (la principal norma de conducta global en la materia). Adicionalmente, el *Grupo* hizo un llamado urgente a las empresas para avanzar en enfrentar las consecuencias de sus actividades que pueden llegar a afectar los derechos y la dignidad de las personas.

Para cumplir con el deber de respetar los derechos humanos según los **Principios Rectores**, las empresas se pueden valer de diferentes herramientas: desde contar con expertos en derechos humanos hasta la adopción de instrumentos prácticos que los asistan y apoyen en el desarrollo de sus procesos de debida diligencia.

Una de las herramientas que ha ganado legitimidad y aceptación internacional es el **trabajo colaborativo** entre actores de diferente naturaleza (empresas, Estados, organizaciones de la sociedad civil y organismos internacionales) que, bajo el propósito común de jalonar un mejor desempeño en derechos humanos por parte de las empresas, intercambian insumos y formulan soluciones prácticas que atiendan las particularidades del contexto en que se desarrollan las actividades económicas.

CONTÁCTENOS

Página web:
http://www.ideaspaz.org/tools/guias-colombia

Lineamientos en Empresas y Derechos Humanos (guías):
http://www.ideaspaz.org/tools/guias-colombia

Correo electrónico:
guiascolombia@ideaspaz.org

Redes sociales:
Twitter: @GuiasCol

EL ROL DE LAS INICIATIVAS MULTIACTOR Y LA EXPERIENCIA DE GUÍAS COLOMBIA

Las **iniciativas multiactor** son un ejemplo claro de espacios de trabajo colaborativo como el descrito. Existen diferentes formas de definir las iniciativas *multiactor*. Una ampliamente aceptada es aquélla adoptada por la organización para la *Integridad de las Iniciativas Multiactor* (MSI *Integrity*), que las define como "*colaboraciones entre empresas, organizaciones de la sociedad civil y otras partes interesadas que buscan abordar temas de interés mutuo, incluídos los derechos humanos y la sostenibilidad. Para hacerlo, las iniciativas pueden trabajar para facilitar el diálogo entre distintas partes interesadas, fomentar el compromiso intersectorial o desarrollar y aplicar estándares para la conducta corporativa o gubernamental*".

En *Colombia*, la iniciativa *multiactor* **Guías Colombia** en Empresas, Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario (DIH) se ha posicionado como un referente esencial para los asuntos de debida diligencia empresarial. Constituida en 2006, *Guías Colombia* reúne a empresas, entidades del Estado, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, con el propósito de mejorar la situación de derechos humanos y derecho internacional humanitario en el país, a partir de operaciones empresariales respetuosas en la materia.

Con más de diez años de trayectoria, y gracias al compromiso constante de todos sus miembros, así como al respaldo del *Gobierno Suizo*, a través de su *Embajada en Colombia*, **Guías Colombia** se distingue por ser una iniciativa sostenible que a partir del diálogo constructivo, del respeto, la confianza y el reconocimiento mutuo, ha logrado generar conocimiento en asuntos de debida diligencia empresarial, así como su implementación por parte de las empresas que conforman la iniciativa.

Con seis guías publicadas en derechos humanos sobre asuntos esenciales para las empresas en *Colombia* (seguridad, tierras, mecanismos de quejas y reclamos, trabajo decente, fortalecimiento institucional y cadena de suministro), **Guías Colombia** contribuye a que las empresas avancen en su deber de respetar los derechos humanos. Para ello, cuenta además con herramientas de medición de brechas en derechos humanos y recomendaciones para su cierre, en el marco de los procesos de mejora continua propios de la gestión empresarial.

Por otra parte, y con el fin de visibilizar los esfuerzos de las empresas en debida diligencia, a partir de 2018 *Guías Colombia* inició la compilación y publicación de las experiencias de implementación de sus lineamientos por parte de sus empresas miembro, mediante la figura de "*estudios de caso*". El primero se concentró en la puesta en marcha del mecanismo de quejas y reclamos de la empresa *Telefónica Movistar Colombia*, y fue lanzado el pasado 8 de noviembre en una recepción ofrecida en la *Residencia de la Embajadora de Suiza en Colombia*.

Guías Colombia extiende una especial invitación a más organizaciones, incluyendo a empresas de distintos tamaños y territorios, a sumarse a esta gran agenda global de empresas y derechos humanos y a respaldar la labor realizada en la iniciativa. Ello, en el entendido que la competitividad y sostenibilidad de los negocios está profundamente relacionada con su capacidad de tener un desempeño compatible con el bienestar de sus grupos de interés y sus entornos de operación. +

■ Fundación Ideas para la Paz (FIP) - Secretaría Técnica de Guías Colombia en Empresas, Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario[1]

1. Para mayor información, consulte: http://www.ideaspaz.org/tools/guias-colombia

EL ORGULLO DE DAR A LOS DEMÁS

Desde ***PageGroup*** *construimos una visión integral de lo que representa para nosotros como grupo la* ***Responsabilidad Social****. Nuestro propósito de cambiar vidas nos hace vivir a diario el concepto de agradecer lo que tenemos y devolverlo a los demás, viviéndolo como parte de nuestra cultura y de lo que somos.*

Retribuir a las comunidades donde servimos es un principio claro de nuestra gestión alrededor del mundo. Comprendemos la relevancia de poder ser agentes de cambio y de impactar a las sociedades donde vivimos y trabajamos; por ello el compromiso con diferentes tipos de acciones es una constante en cualquier país donde estamos presentes.

Entender **las dinámicas empresariales** de hoy nos ha permitido tener una visión clara sobre lo que queremos lograr a través de nuestros valores corporativos; complementarnos desde las diferentes visiones que conviven en la compañía gracias a la *multiculturalidad* de los países donde trabajamos ha sido una variable que nos ha fortalecido en temas de diversidad e inclusión en el trabajo.

Nuestro **modelo de negocio orgánico**, junto con el enfoque en la cultura del equipo y el desarrollo profesional ha impulsado la sostenibilidad a largo plazo dentro del negocio. En 2014, comenzamos un programa para ubicar nuestros esfuerzos más amplios de *Responsabilidad Social Corporativa* (RSC) de manera más formal y documentada, y con referencia en las mejores prácticas de la industria. Muchos de los elementos clave que conforman la gestión responsable en nuestro negocio han estado firmemente establecidos durante muchos años.

En 2014, trabajamos para codificar mejor estos elementos existentes, para hacerlos más escalables, y se han realizado de manera consistente en nuestra *red global*. Esto categorizó los elementos de CSR en cinco segmentos: lugar de tr*abajo*, *mercado*, *gobierno*, *comunidad* y *medio ambiente*.

El empoderamiento de la mujer y sus enormes aportes al mundo corporativo nos ha enfocado en derribar las barreras en términos de equidad de género, en ambos frentes, tanto en la elección de nuestra propia fuerza de trabajo, así como en la elección correcta de los candidatos que presentamos a nuestros clientes.

Tenemos un perfil cultural y étnico diverso dentro del negocio y una mezcla de género de cerca de 50:50. Nuestros programas de diversidad, *OpenPage* y *Women@Page* fueron reconocidos en 2017 con cuatro premios nacionales en el *Reino Unido*. Estos premios, incluido el premio a la **Mejor Iniciativa de Diversidad** en los *Chartered Institute of Personnel & Development People Management Awards* 2017, premiaron nuestro éxito en retener el talento femenino y por ayudar a las mujeres a regresar al trabajo después de la *licencia de maternidad*.

Entender que la base de nuestra cultura y la propuesta de valor que ofrecemos a nuestros clientes y candidatos nace de las personas que componen los equipos, nos hace conscientes de la importancia de poder asegurarles un entorno de trabajo donde el bienestar y el equilibrio entre la vida laboral y personal esté asegurado.

En **PageGroup** queremos seguir dejando una *huella* en las sociedades donde interactuamos a diario, queremos llevar nuestro propósito de cambiar vidas a todas las esferas de la gestión para estar a la vanguardia de las exigencias del mundo global de hoy. Reconocer el valor que como organizaciones les debemos agregar a nuestras comunidades nos hace esforzarnos por seguir aportando a construir un mundo donde pensemos en el bien común.

Nuestro acercamiento e interacción con diversas industrias y mercados nos permite ser conscientes de la transformación que estamos viviendo en las empresas y cómo estas han dado un giro a su misión y visión. Ahora, los empleados y *stakeholders* están en el centro y foco de su quehacer, el fortalecer lazos y vínculos con los equipos y la creación de ambientes que generen sentido de pertenencia y aseguren una relación sólida son las prioridades del compromiso social interno que toda organización debe asumir con quienes hacen *crecer* y le dan *valor al negocio*.

Asimismo, el fortalecimiento de lazos entre consumidores, comunidad y empresa, comienza a forjarse desde las acciones que emprendamos en el marco de una gestión socialmente responsable y sostenible en el tiempo. Poder contribuir en momentos coyunturales como desastres naturales es importante, pero poder estar presente con un programa consistente y constante que realmente tenga un impacto en la vida de la sociedad donde operamos va a hacer la diferencia entre las organizaciones que se destaquen por su reputación y compromiso de adentro hacia afuera y aquellas que realicen solo acciones puntuales sin repercusión en el mediano y largo plazo.

La **propuesta de valor** de un programa de *Responsabilidad Social* sólido comienza y termina en la medida en que éste pueda ser mesurable, que genere reportes que muestren un avance, que sume esfuerzos y que reflejen cuantitativa y cualitativamente hacia donde se están dirigiendo los esfuerzos.

Tener objetivos, metas y proyecciones claras nos permite ser más creíbles, confiables y cercanos a nuestra comunidad y así completar el ciclo de generar impactos a través de acciones que realmente cumplen con el propósito: cambiar la vida de las personas alcanzando su máximo potencial.

Desde **PageGroup** resaltamos el orgullo de dar a los demás y la gratificación que proporciona el vincularse a proyectos que puedan tocar vidas y que otorguen un sentido a nuestro trabajo, nos hagan sentir que luchamos por un ideal que nos permite cumplir sueños y contribuir a los de los demás. Realmente creemos que al impactar positivamente vidas *estamos trabajando por un mundo mejor*. +

Beltrán Benjumea, Managing Director PageGroup Colombia

INICIATIVA POR LOS JÓVENES

NESTLÉ

Cifras de la OIT demuestran que en la actualidad hay en el mundo cuatro millones de jóvenes desempleados, y la tasa de personas entre los 15 y los 24 años en América Latina y el Caribe es de 18.5%.

Más preocupante aún, según el DANE, en agosto el desempleo en jóvenes colombianos entre 14 y 28 años tuvo un alarmante crecimiento, pasando de 15,8 %, entre junio y agosto del año pasado, a 16,4 % para el mismo periodo de este año.

Sin duda, es un panorama que marca todo un desafío, no solo para los gobiernos sino para las empresas, quienes deben desarrollar iniciativas que *fomenten la generación de empleo de calidad* para las generaciones actuales y futuras, no de manera individual sino a través de proyectos y sinergias que potencien los resultados.

Así llega a *Colombia*, hace tres años, la Iniciativa por los **Jóvenes de Nestlé**. Un programa global que se desarrolla bajo tres focos: *empleo* y *empleabilidad*, que busca atraer al talento joven y contribuir a reducir el **desempleo juvenil**, a través del desarrollo de habilidades necesarias para conseguir empleo; *agroemprendimiento*, creando oportunidades económicas en áreas rurales y alentando a la próxima generación de agricultores; y emprendimiento, fomentando el *talento empresarial de los jóvenes*.

Desde su lanzamiento en el país, más de 115 mil jóvenes han hecho parte de la Iniciativa; se han creado 1.200 empleos en **Nestlé de Colombia**; 737 oportunidades de entrenamiento; más de 150 mil jóvenes han sido preparados en habilidades para conseguir un empleo; se han generado más de 300 empleos en la cadena de valor y se han establecido *doce alianzas*.

Nestlé no ha estado solo en este camino y bajo su liderazgo, el *Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil*, se lanzó el año pasado en el *segundo Encuentro de Jóvenes de la Alianza del Pacífico en Santiago* de *Chile*, uniendo fuerzas con 41 empresas, el *Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica* (OIJ) y los gobiernos de los cuatro países de la *Alianza* para promover la empleabilidad y el emprendimiento juvenil.

Tras haber beneficiado a más de 11,000 jóvenes, los miembros del *Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil* decidieron incrementar su compromiso este año y pasar de 17,000 a 30,000 oportunidades, otorgadas por la iniciativa en *Chile*, *Colombia*, *México* y *Perú* a fines de 2020.

Hasta el día de hoy, 41 empresas se han adherido al **Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico**: *ABB, Accenture, Adecco, Banco de Chile, BBVA, BIC, CCU, Cencosud Group con sus subsidiarias Jumbo-Santa Isabel, París-Johnson, Easy y Shopping Centers, Clariant, Codensa, Colgate, Crystal Chile, EY, Endress+Hauser, Engie, Facebook, GE, Grupo Acción Plus, Grupo Exito, Grupo Falabella, Grupo Sigdo Koppers, Grupo SURA, LATAM Airlines, L'Oréal, Mabe, Manpower, Mercer, Nestlé, Nielsen, Ogilvy, Pfizer, Prodeco, Publicis, SAS, SGS, Sodexo, Syngenta y Telefónica.*

A través de su programa global **Iniciativa por los Jóvenes**, *Nestlé* contribuirá al *Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil* con más de 45.000 oportunidades hasta fines de 2020 en *Chile*, *Colombia*, *México* y *Perú*. La compañía también proporcionará capacitación en la preparación para el trabajo a los jóvenes en estos países durante el mismo período, enfocándose en la *empleabilidad*, el *espíritu empresarial* y el *agroemprendimiento*.

"Los líderes del mañana necesitan nuestra orientación, nuestro apoyo y, sobre todo, oportunidades y plataformas en las que se escuche su voz y se hagan realidad sus ideas. Al facilitar la integración social y económica de los jóvenes, estamos contribuyendo a construir un futuro mejor para todos" asegura *Laurent Freixe*, CEO de *Nestlé* para las Américas.

Vale la pena, además, resaltar la articulación que ha logrado la compañía con diversos sectores. Por ejemplo, con el SENA firmó un convenio marco de cooperación que tiene como objetivo aunar esfuerzos para la puesta en marcha de programas de formación a nivel nacional.

El convenio contempla el apoyo a la formación para el trabajo de mínimo 500 jóvenes colombianos entre 18 y 30 años que no tengan estudios de educación superior, en áreas relacionadas con la cadena de valor de *Nestlé*, particularmente en lo relativo a operaciones y producción industrial de alimentos de nivel auxiliar, operario y técnico de *Bogotá*, *Bugalagrande*, *Dosquebradas*, *Florencia*, *Valledupar* y *Mosquera*.

Al menos el 50% de los elegidos deberán ser personas con alguna situación de afectación por el conflicto armado (víctimas, excombatientes, ex miembros de las Fuerzas Armadas). Esta alianza tiene vigencia hasta diciembre de 2020 y contribuye al compromiso 2020 de impactar 155.000 jóvenes en *Colombia*. +

MINGAGUA

Esta iniciativa, liderada por ***Holcim*** *(Colombia), invita a cuidar el agua y sus fuentes, optimizar su consumo y enseñar a las nuevas generaciones su valor fundamental para la vida y el desarrollo.*

Como parte de sus actividades para alcanzar las metas del ***Plan de Sostenibilidad de Lafarge Holcim****, Colombia desarrolla el proyecto* ***MingAgua****, el cual busca formar líderes en la protección del recurso hídrico.*

MingAgua se inspira en el concepto de la *minga indígena* palabra que en lengua quechua significa *trabajo colectivo* y *celebración* en comunidad con fines de utilidad social o de carácter recíproco.

Así, invita a líderes y comunidades para que se conviertan en protectores del agua, desde los páramos o los nacimientos, hasta el aprovechamiento razonable y sostenible de las aguas lluvias bajo un sistema de recolección denominado **Cosechas de Agua**.

MingAgua está fundamentado en dos ejes:

PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN DE MICROCUENCAS

Limpieza, siembra de especies nativas, promoción de corredores de flora y fauna, buenas prácticas, gobernanza del agua, espacio para compartir experiencias, entre otras.

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE COSECHA DE AGUA

Medición de la calidad del agua, instalación de tecnología para potabilización, fortalecimiento de la asociación comunitaria, sensibilización en los territorios, entre otras actividades.

Por ahora se benefician comunidades de *Tibasosa Firavitoba Corrales*, municipios del departamento de *Boyacá* (vecinos de la planta de cemento de *Nobsa*), con apoyo de sus alcaldías.

La Federación Departamental de Acueductos Rurales de Boyacá SuizAgua Colombia, El agua nos une, la Embajada de Suiza en Colombia y *Corporación Insitu* son aliados del proyecto.

Bajo el liderazgo de **Holcim** (*Colombia*), *MingAgua* fortalece la cultura del agua en sus comunidades como base de la sostenibilidad del territorio. Así, juntos, construyen *progreso* y *desarrollo en la región.*

Trabajamos en colectivo por la protección del agua

Creamos MingAgua* para tener un impacto positivo en el manejo del agua en áreas con escasez.

Invitamos a líderes y comunidades boyacenses a convertirse en protectores del recurso hídrico, desde los páramos o los nacimientos, hasta el aprovechamiento razonable y sostenible de las aguas lluvias. Así, juntos guiaremos a las nuevas generaciones y construiremos sostenibilidad del territorio.

*MingAgua se inspira en el concepto de la minga indígena, palabra que en lengua quechua significa trabajo colectivo y celebración en comunidad con fines de utilidad social o de carácter recíproco.

MINGAGUA
PROYECTO COLECTIVO POR EL AGUA

Holcim
Una empresa de LafargeHolcim

COLOMBIA LE APUNTA A LA RSE

Durante los últimos tiempos, las **empresas colombianas** han aumentado significativamente sus inversiones en proyectos de *Responsabilidad Social Empresarial* (RSE). Si bien en el país no existe regulación para la implementación de programas de este tipo, las compañías tienen la *obligación ética* de hacerlo, pues las buenas prácticas corporativas son reconocidas internacionalmente e indican el grado de compromiso de una entidad en un determinado entorno.

En **Colombia**, los programas de RSE han presentado gran avance, a pesar de que aún se requiere impulso tanto por parte del gobierno nacional como del sector privado. El ideal es que estos hagan parte de las actividades intrínsecas de las empresas, que cuenten con un presupuesto mensual, tengan unos objetivos definidos y beneficien a las comunidades en su implementación, para generar progreso.

Un porcentaje importante de empresas colombianas están tratando de hacer las cosas bien y el impacto de las iniciativas sociales lideradas por el sector privado es realmente significativo. Sin embargo, es muy largo todavía el camino por recorrer. A pesar de los buenos ejemplos, *son muchas las empresas que aún no tienen reales programas de RSE* pues a veces son mayores las buenas intenciones, que el **impacto social de los programas**.

Algunos de los sectores comprometidos con la RSE en *Colombia* son:

LAS ENTIDADES PÚBLICAS

Va en ascenso el número de entidades públicas que entienden que, independientemente de la naturaleza de su entidad, tienen la misma responsabilidad que el sector privado hacia la sociedad y sus grupos de interés.

LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN FAMILIAR

La historia de RSE en *Colombia* se refleja en las cajas de compensación familiar. Si bien muchos de los beneficios que ofrecen a la sociedad son indudables, también es cierto que se trata de un modelo que justamente asume que las empresas por iniciativa propia no adoptarán posiciones responsables con la sociedad y, por tanto, con la fuerza de la Ley, deben fondear a estas entidades que se encargarán de *ejecutar los programas sociales*.

ALGUNAS FAMILIAS

Tiempo atrás, algunas de las familias colombianas de alto nivel económico aceptaron su responsabilidad con la sociedad y crearon iniciativas sociales que hoy representan algunas de las más importantes fundaciones. Tal es el caso de proyectos liderados por las familias *Carvajal*, *Echavarría*, *Gutt*, *Saldarriaga Concha* y muchas más.

Durante los últimos años, la escasez de iniciativas familiares en el sector social ha sido notoria.

CONCURSOS Y PREMIOS

Existen muchos concursos y premios en los cuales el protagonista es la RSE. Los cuales se convierten en herramientas e incentivos eficaces para impulsar este importante concepto y en una excelente forma de divulgar programas, sensibilizar al público o incluso entusiasmar a más empresas a hacer lo mismo.+

BENEFICIOS RSE

*Invertir en acciones que beneficien a las comunidades y al entorno de la organización, en su rol a favor del desarrollo sostenible, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, conlleva **múltiples beneficios para las organizaciones**:*

+ Genera **confianza** en los consumidores.
+ Muestra el **interés** de las empresas en las problemáticas de la sociedad, creando programas que *ayuden a mejorarla*.
+ Fomenta la **protección del medio ambiente**, orientando parte de sus procesos a estos esfuerzos.
+ Las empresas socialmente responsables reciben una **disminución en impuestos**.
+ Aporta a la articulación de beneficios, costos y derechos empresariales, así como en lo ético, social y económico.
+ Añade **valor al producto o marca**, ayudándolo a diferenciarse de la competencia.
+ Potencia el **crecimiento** de la empresa.
+ Refuerza la imagen de marca y la reputación corporativa de la empresa entre sus públicos objetivos.
+ Aumenta las posibilidades de retener a empleados valiosos.
+ Desarrolla oportunidades sociales de negocio.
+ Construye **valores compartidos** entre sociedad y empresa, en los que se comparten políticas generales y operaciones de la empresa que aumenten su competitividad, mejorando las condiciones económicas y sociales de las comunidades en las que la empresa desarrolla sus actividades de venta de productos y servicios.
+ Se **reducen los riesgos** derivados de comportamientos socialmente irresponsables; el empleo de prácticas de RSC indica calidad en la gestión; las políticas de RSC contribuyen a mejorar la reputación de las empresas; y las empresas que practican RSC son más atractivas para los empleadores.
+ La RSE responde a los objetivos financieros establecidos por los accionistas y dueños de las empresas, pero con la **creación de valor** económico, medioambiental y social que las comunidades necesitan para su bienestar. +

EL EMPRENDEDOR SUIZO

Bernhard Presset nació en 1956 en *Berna* y vivió en *Köniz*. Se educó y aprendió mecánica industrial, una profesión que tiene una combinación ideal entre la teoría y la práctica.

Un aspecto esencial en su educación fue la capacidad *políglota* que facilitó la realización de sus sueños al conocer grandes lugares del planeta con un buen número de los países del continente *americano*, *Europa*, *África* y *Medio Oriente*.

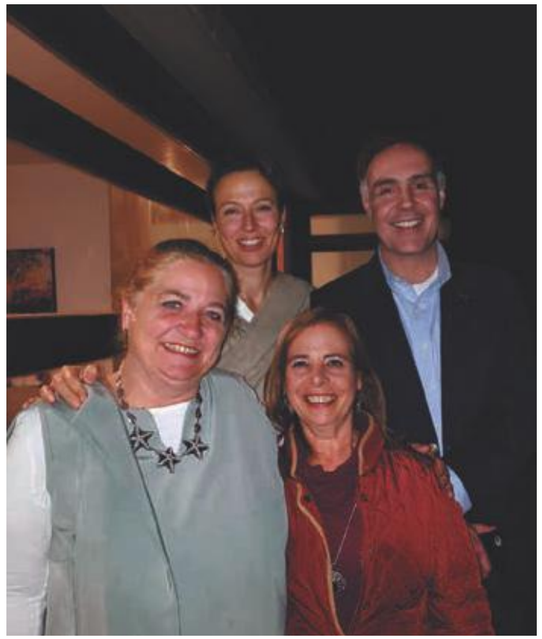
Después de dos aventuras en *América del Sur* emigró a *Colombia* en 1986, allí aplicó sus capacidades universales en diferentes campos. Montaje y mantenimiento de maquinaria pesada para el movimiento de tierra, instrucción de personal especializado.

Vive con su esposa e hijos en *Fusagasugá,* donde tiene su finca, en la que practica una serie de actividades de producción agraria. +

NUEVA EMBAJADORA
SUIZA EN COLOMBIA

La **nueva Embajadora** de *Suiza en Colombia* es la señora *Yvonne Baumann*, quien viene de desempeñarse en este mismo cargo en la representación *suiza en Indonesia*. La señora *Baumann* nació en *Zúrich*, y se vinculó al *Departamento Federal de Relaciones Exteriores* desde 1991. Entre 2004 y 2009 ejerció como *Jefe de la División de Asuntos Políticos* para las *Américas*, en el *Ministerio de Relaciones Exteriores en Berna*, y de 2010 a 2014 fue **Embajadora de Suiza en Chile**.

Desde la *Revista Suiza,* deseamos a la nueva representante diplomática muchos éxitos en su gestión.



CAMBIOS CONSULARES

El pasado 4 de octubre, **Therese Baum** ofreció, en su residencia, un delicioso y ameno *coctel de despedida* de su cargo como **cónsul de Suiza en Colombia**, en el que permaneció durante los últimos 4 años. Muchos éxitos a *Therese* en su nueva posición en *Bolivia*.

Aprovechamos este espacio para dar la bienvenida a su *sucesora* **Fabienne Seydoux**, a quien le deseamos lo mejor en su gestión y estancia en *Colombia*. +

KLM VIAJARÁ

A CARTAGENA 5X VECES SEMANA

A partir del 5 de diciembre de 2018, KLM fortalecerá su ruta entre Holanda y Colombia, volando los martes, miércoles, jueves, sábados y domingos.

+ **Cartagena de Indias** quedará unida a *Europa* mediante un vuelo directo a *Ámsterdam*, cinco veces por semana

+ El vuelo sigue siendo operado en un *Boeing 787-9 Dreamliner*, **el avión más moderno** de la *flota de KLM*.

La **inclusión de Cartagena** en la *red aérea de KLM* sigue fortaleciendo a '*La Heroica*' con acceso directo a los destinos hacia Europa, Medio Oriente, Asia y Africa desde el hub de *Ámsterdam-Schiphol*, el segundo *hub* más grande del mundo según el ACI (*Airport Council International*), con un promedio de 52.000 vuelos al año. Y combinando los vuelos de *KLM* con los de AIR FRANCE, la oferta se amplía a 320 destinos en 114 países del mundo.

LOS CLIENTES DE KLM HAN APRECIADO MUCHO SU RUTA A COLOMBIA EN UN DREAMLINER

El Boeing 787-9 Dreamliner en que *KLM* ha operado su ruta a *Colombia*, es una aeronave comercial con tecnología de punta y un rendimiento ambiental excepcional.

Consume 20% menos de combustible y genera 20% menos de emisiones de CO^2. Además, el diseño moderno, amplio y acogedor de su cabina, hacen que la experiencia de viaje sea muy agradable.

El Dreamliner cuenta con 294 sillas: 30 en *Business Class* y 264 en *Economy Class*, de las cuales, 45 sillas en la *Zona Economy Confort*, ubicadas en la primera parte de la *Economy Class*, que ofrecen mayor comodidad pues tienen más espacio para estirar las piernas y el espaldar se reclina un poco más.

EL ENCANTO DE SCHIPOL. EL HUB DE KLM EN ÁMSTERDAM

El aeropuerto de *Ámsterdam-Schiphol* es uno de los *hubs* más eficientes de *Europa*. Se caracteriza por la facilidad de sus conexiones y por la calidad del servicio a los viajeros.

Cuenta con salas VIP, zonas para niños y guarderías, espacios verdes, una amplia variedad de tiendas, cafés, restaurantes y hasta una sucursal del **museo Rijskmuseum**. +

AIRFRANCE KLM

5TO vuelo de KLM:
200 destinos más cerca de usted

A partir del 5 de diciembre cuente con más opciones para viajar a Europa, Africa, Medio Oriente y Asia, a través del hub de Ámsterdam - Schiphol - klm.co

Royal Dutch Airlines

KLM

EUROCÁMARAS

20 AÑOS — AL SERVICIO DE EMPRESARIOS EUROPEOS Y COLOMBIANOS

Corrían los días de septiembre de 1998, cuando la *Asociación de Cámaras de Comercio Binacionales Europeas* – **Eurocámaras** vio la luz. Desde entonces, esta asociación empresarial de carácter privado, sin ánimo de lucro, conformada por las *Cámaras de Comercio Colombo Alemana*, Británica, *Francesa*, *Hispano Colombiana*, *Holandesa*, *Italiana*, y *Suiza* como país invitado permanente dado que no pertenece a la UE, ha cumplido a cabalidad su objetivo de servir como enlace entre la comunidad empresarial y promover el intercambio comercial, generando oportunidades de negocios, alianzas estratégicas, competitividad e inversión entre *Colombia*, la *Unión Europea*, *Suiza* y *Liechtenstein*.

Los encuentros con personalidades públicas y privadas impulsados por la entidad fortalecen los vínculos entre sus afiliados y brindan al empresario la oportunidad de informarse sobre temáticas comerciales, legales, financieras, tributarias y de diversos tópicos.

Eurocámaras trabaja arduamente en dar efectividad a los beneficios de los tratados de libre comercio con la *Unión Europea* y EFTA, los cuales entraron en vigor hace un lustro y 7 años, respectivamente. La red de aliados estratégicos de la que hacen parte la *Delegación de la Unión Europea en Colombia*, *Eurochambres* y entidades nacionales como *Analdex*, *Procolombia*, las *Cámaras de Comercio locales* y algunas agencias de promoción, refuerza y mejora la labor de la *Asociación*.

Las 7 cámaras que conforman la entidad suman más de *mil empresas afiliadas* y encarnan la inversión extranjera directa más relevante en el país. Adicionalmente, brindan servicios de asistencia al empresario, información comercial, organización de ruedas de negocios, participación en ferias nacionales e internacionales, misiones empresariales, capacitaciones y eventos de *networking*.

Eurocámaras celebra 20 años de oportunidades para apoyar múltiples iniciativas empresariales y contribuir al fortalecimiento de las relaciones entre *Colombia*, la UE, *Suiza* y *Liechtenstein*, representando los intereses de los empresarios frente al *Gobierno nacional*, con la convicción de seguir trabajando tanto en la promoción comercial, como en la transformación y apertura del país hacia *Europa* y el mundo, y por ende, en **la construcción de paz**. +

NOTICÁMARA

SISTEMA PENSIONAL EN COLOMBIA Y LEY DE FINANCIAMIENTO"

El pasado 2 de octubre, *Santiago Montenegro*, presidente de **Asofondos** dictó una interesante charla sobre el sistema pensional en *Colombia* y el 23 de noviembre, altos funcionarios de la DIAN presentaron la *Ley de financiamiento y la Facturación Electrónica*, temas de gran importancia para la economía colombiana.

El **Metropolitan Club** fue el escenario de estos interesantes certámenes, realizados en el marco de los eventos gremiales 2018.

ALMUERZO DE SUIZOS JUBILADOS

Los **suizos jubilados** se reunieron nuevamente para celebrar el *almuerzo anual*. Esta vez la cita fue el pasado 5 de diciembre y el lugar, *el comedor de profesores* del **Colegio Helvetia**.

La alegría y el espíritu navideño se impusieron y las bellas canciones interpretadas por el **coro del Colegio Helvetia**, así como los regalos donados por empresas amigas y el maravilloso rol del fantástico *Samichlaus* complementaron el ambiente de camaradería y diversión.

Solo resta agradecer al *Colegio Helvetia*, *Koyomad*, la *Embajada de Suiza*, *Nestlé*, *Arflina* y a todas las empresas y personas que contribuyen a hacer de este evento, un espacio inolvidable.

ALMUERZO DE INTEGRACIÓN EUROCÁMARAS

Altos ejecutivos de las empresas afiliadas a las cámaras de comercio europeas en *Colombia* se reunieron en torno a la mesa para disfrutar de un delicioso almuerzo el pasado 15 de noviembre en el *Hotel Double Tree by Hilton Parque 93*.

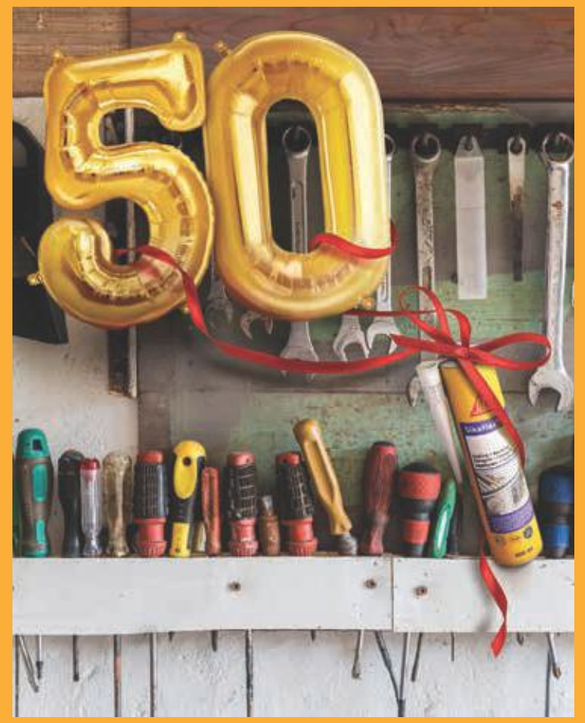
El almuerzo de integración de **Eurocámaras** se constituye en la plataforma ideal para el *networking*.

Después del almuerzo, los directores de las cámaras se reunieron con *Arnaldo Abruzzini*, secretario general de *Eurochambres*, con el fin de definir las estrategias de cooperación para 2019.

CENA MARIDADA DE NAVIDAD Y BIENVENIDA EMBAJADORA

El 3 de diciembre se realizó la tradicional **cena de navidad** en el *Restaurante Daniel Dine & Wine*.

Este evento se convirtió en la mejor oportunidad para darle la bienvenida a la señora *Yvonne Baumann*, nueva **embajadora de Suiza en Colombia** y para **despedir el año con los afiliados**. +



Sikaflex®
SU HERRAMIENTA MÁS FUERTE
¡CUMPLE 50 AÑOS!

Por más de medio siglo, la línea Sikaflex® ha ofrecido soluciones innovadoras para múltiples aplicaciones. Nuestros sellantes y adhesivos elásticos a base de poliuretano, de curado rápido, se usan a diario por contratistas y comerciantes, para garantizar el éxito en grandes y pequeñas construcciones.
Desde los cimientos hasta la cubierta, hemos estado ahí.

¡Gracias por su confianza!

CONSTRUYENDO CONFIANZA

BAZAR 2018

UN EVENTO QUE REÚNE A

LA COMUNIDAD EN GENERAL

CON UN SOLO FIN **¡AYUDAR!**

La Fundación Suizo Colombiana (FSC) realizó el pasado 17 de noviembre una nueva versión del tradicional bazar o como ya es conocido entre la comunidad helvética el "Bazar Navideño".

El Colegio Helvetia de Bogotá (CHB) como todos los años brindó sus instalaciones para llevar a cabo nuestro evento, en donde se acogió a todo el público, el cual pudo disfrutar de juegos, la gran rifa, música típica suiza a cargo de un grupo de profesores del CHB, una gran variedad de postres y algunos platos típicos suizos como la *raclette*, la *fondue* y las salchichas.

Los fondos que se recaudan son destinados a llevar a cabo diferentes programas y proyectos en cumplimiento de nuestro objeto social y de esta manera generar impacto y transformación social.

En el marco del evento, contamos con la participación del colectivo de **jóvenes de Suba** "*La Tribu*" que surgió del proyecto que desarrolló la FSC en el segundo semestre de este año, el cual buscaba promover a los diferentes colectivos o grupos de jóvenes para que desarrollaran diferentes actividades desde su saber hacer y pudieran impactar en la comunidad directamente.

Los niños y jóvenes que forman parte de este proyecto hicieron gala en el bazar con una muestra artística de *break dance*, en la que, se escuchó por primera vez la canción que compusieron con el grupo de producción musical. De igual forma, exhibieron y vendieron los productos naturales y artesanías que realizaron durante el proceso de formación.

Como siempre, queremos dar las gracias a toda la *comunidad suizo colombiana*, a las organizaciones, las empresas que nos apoyaron, a cada una de las personas comprometidas y empoderadas con el desarrollo de este gran bazar. Su asistencia y colaboración es de gran valor para nosotros.

Para finalizar, todos están cordialmente invitados a visitar nuestra **página web** *www.fundacion-suizocolombiana.com* y nuestras redes sociales (*Facebook, twitter* e *Instagram @fsuizoco*).

No nos queda más que desearles una feliz navidad y un exitoso 2019. ✚

Alejandro Jamaica Correa
Coordinador Social - Fundación Suizo Colombiana

RESPONSABILIDAD

SOCIAL INSTITUCIONAL

EN EL HELVETIA

El CHB es una institución que combina **tradición e innovación** y tiene como misión "*formar jóvenes felices y comprometidos con su entorno y el mundo*". Tenemos la visión de contribuir a que nuestros estudiantes sean "*jóvenes éticos, responsables, autónomos, multilingües, cuya excelente preparación académica les permite asumir los retos de un mundo globalizado y multicultural*". Esto implica que el **Colegio** no solo persigue la excelencia académica, sino también la formación ciudadana de nuestros estudiantes, la consciencia y la responsabilidad social y medioambiental.

Esto se refleja en la transmisión cotidiana de los **valores del Colegio**: *respeto, autonomía* y *responsabilidad*, tanto en el aula como fuera de ella, a través de actividades pedagógicas muy diversas según cada nivel, proyectos de clase y campañas de vivencia de los valores en los diferentes espacios en los que se mueven los miembros de la comunidad: estudiantes, docentes, empleados, padres de familia y exalumnos.

Igualmente, en el CHB se han implementado con éxito las *Competencias Ciudadanas* definidas por el *Ministerio de Educación Nacional colombiano* (MEN) y se adoptó la *Cátedra de Paz*, cuyo objetivo es: "*crear y consolidar un espacio para el aprendizaje, la reflexión y el diálogo sobre la cultura de la paz y el desarrollo sostenible que contribuya al bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población*". En este sentido, el **Colegio Helvetia** presentó una propuesta al DILE en la que no se limitó al mínimo de temáticas de obligatorio cumplimiento, sino que abarcó su totalidad. Este trabajo se articuló en los programas de: *Filosofía, Ética y Derechos Humanos, Ciencias Sociales* y *Ciencias Naturales* y *Educación ambiental*.

Por otra parte, los **estudiantes del Helvetia** siempre se destacan en los diferentes *Modelos de las Naciones Unidas*, bien sea en los demás colegios UNCOLI (*Unión de Colegios Internacionales*) o en el *Suissemun*. Lo que más sobresale de la participación de los **helvetianos** en los modelos ONU es su apertura, sus amplios conocimientos y su argumentación sólida, su gran compromiso social y su sensibilidad por el cuidado del medio ambiente.

Esto también se ve reflejado en las propuestas pedagógicas de los docentes y el desarrollo de actividades con los estudiantes en el marco de la *Semana Cultural*, la *Semana de proyectos*, la *Semana económica*, entre otros momentos claves del año escolar.

En las instancias de gobierno de los estudiantes (*Personería, Consejo Estudiantil*), ellos eligen sus representantes y en general son escogidos aquellos que *presentan las iniciativas con mayor compromiso social*. Desde hace un año se trabaja intensamente en la articulación de las propuestas estudiantiles con las de los padres y de los docentes, y se implementaron mecanismos de seguimiento.

Los **estudiantes de grados 10, 11 y 12** tienen la posibilidad de realizar su *servicio social* (que es una figura de ley) haciendo labores de refuerzo en español y matemáticas; una vez al mes participan en la entrega de mercados y puntualmente en el año animan algunas celebraciones como el *Halloween* para los niños cobijados por el *Plan Padrino* de la *Fundación Suizo Colombiana* en el barrio de *San Carlos de Tibabuyes* en la localidad de *Suba* en *Bogotá*.

El CHB da una importancia capital a iniciativas mundiales tan trascendentales como los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS) de la ONU y por ello los ha hecho un eje de eventos importantes como la *Semana Cultural* del año pasado, y sobre todo desde hace varios años viene desarrollando programas, proyectos y actividades para generar en la comunidad una verdadera **conciencia ambiental**. Tenemos como ejemplos: el *Proyecto Ambiental Escolar* (PRAE) del CHB; las actividades realizadas con el colectivo "*Cebras por la Vida*" y la *Secretaría de Movilidad del Distrito*; los trabajos monográficos de algunos estudiantes de *Nivel III* los dos últimos años en temas de arquitectura sostenible bioclimática, el uso de energías alternativas, el proceso de descontaminación del *Río Bogotá*, la conservación de los *humedales de la sabana de Bogotá*, entre otras.

También se incluye en varias materias prioritarias y complementarias el estudio de ecosistemas como los humedales y los cerros orientales de *Bogotá*, las problemáticas ambientales que allí se desarrollan y el estudio del concepto mismo de desarrollo sostenible y de movilidad segura.

Por otra parte, el **Colegio** como institución también es gobernado con una noción de sostenibilidad que se traduce en el manejo de sus diferentes áreas pedagógicas, administrativas y operativas. Dentro de los proyectos estratégicos institucionales aplicados al área administrativa y financiera, el año pasado se aprobó por parte de la *Secretaria de Movilidad* el PESV "*Plan Estratégico de Seguridad Vial*" del CHB, según el cual el *Colegio* se compromete a establecer programas de promoción, control y prevención de accidentes de tránsito que podrían llegar a afectar a la comunidad. También se desarrolló el PIGA "*Plan Institucional de Gestión Ambiental*", que permitió tener el diagnóstico de las condiciones ambientales bajo las cuales se encuentra funcionando actualmente el CHB y establecer planes de acción requeridos para mitigar los impactos actuales.

Como se puede apreciar, la noción de **responsabilidad social** en el *Colegio Helvetia* de *Bogotá* es una realidad a todo nivel. +

Liliana Falla Benincore
Comunicadora CHB

KOLLER 1996

ROLLO SUIZO CON VEGETALES CHINOS EN SALSA DE OSTRAS CON AJO

RECETA Y FOOD STYLING HARRY SASSON PARA 12 - 14 PERSONAS

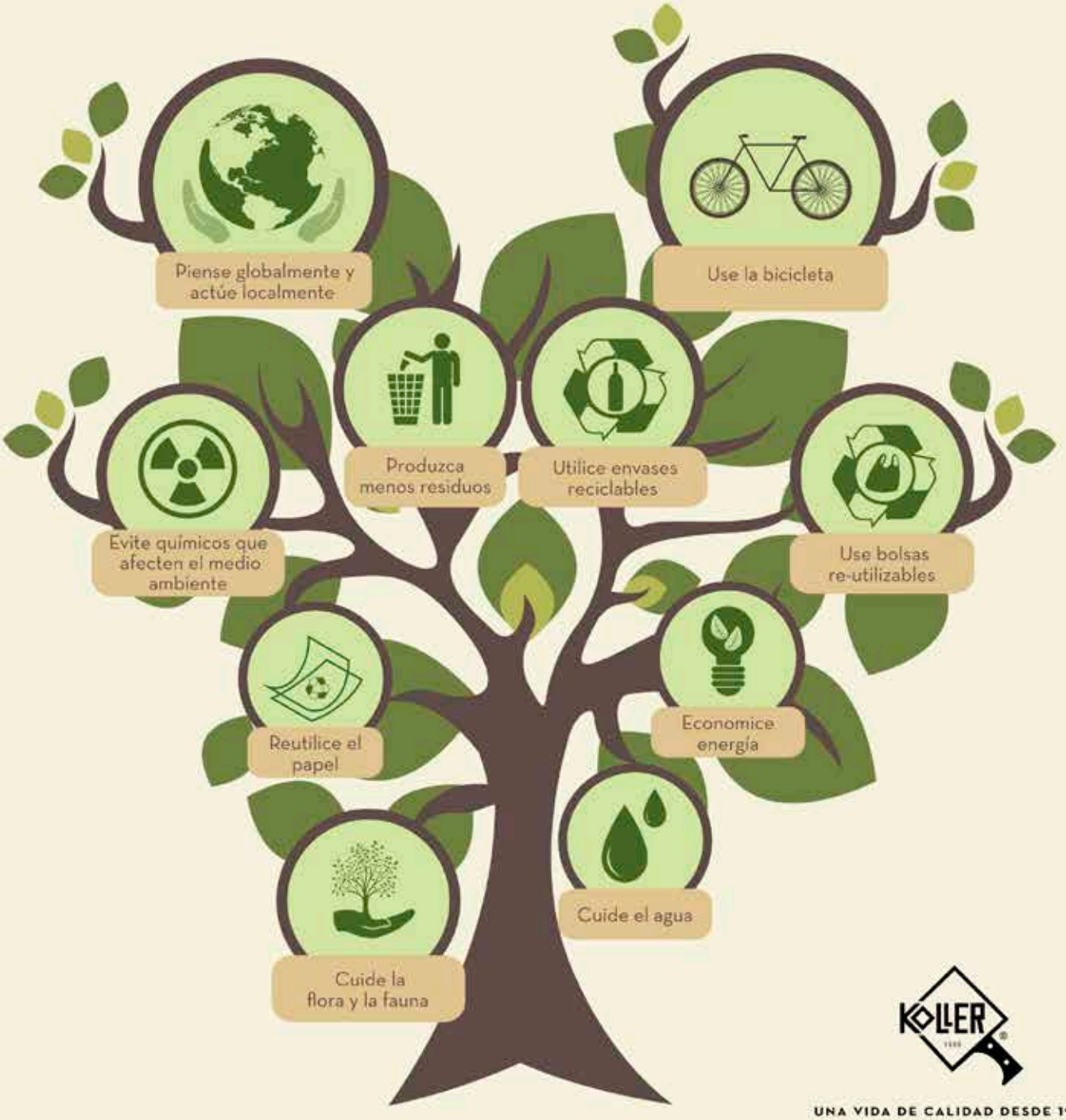
INGREDIENTES	
1	rollo suizo con cuero Koller.
2	cucharadas de ajo finamente picado.
3	cucharadas de jengibre finamente picado.
2	tazas de cebolla larga cortada en diagonal.
2	tazas de pimentón cortado en diamantes.
8	tazas de bok choi o col china.
2	tazas de espárragos frescos cortados en diagonal.
2	tazas de guisantes cortados en diagonal.
2	tazas de zanahoria cortada en láminas.
2	tazas de flores de brócoli.
3	tazas de raíces chinas.
3/4	taza de salsa de ostras.
1/2	taza de salsa de soya.
4	cucharadas de aceite de ajonjolí.
4	cucharadas de maizena disuelta en 4 cucharadas de agua.
1/2	cucharadita de sal.
1	cucharadita de azúcar.

PREPARACIÓN

1. Con un cuchillo haga cortes diagonales sobre la superficie del rollo suizo con cuero Koller y llévelo al horno precalentado a 325 °F (162 °C) durante 45 minutos a una hora.
2. Mientras tanto, en un wok bien caliente o una sartén, saltee el ajo y el jengibre.
3. Agregue la cebolla, el pimentón, los espárragos, los guisantes, en este orden. Sofría durante un minuto.
4. En la segunda tanda, agregue el brócoli y la zanahoria. Sofría un minuto más.
5. En la tercera tanda, agregue la col china y las raíces. Integre la salsa de soya y la de ostras, el aceite de ajonjolí y la solución de maizena y agua. Saltee todo durante un minuto más. Termine sazonando con la sal y el azúcar.
6. Para presentar, en una bandeja grande acomode una cama de vegetales y sobre ésta el rollo suizo con cuero Koller para cortarlo en la mesa.

KOYOMAD.COM

MANDAMIENTOS DEL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE



KOLLER

UNA VIDA DE CALIDAD DESDE 1969

KOYOMAD.COM