



EMBAJADA
DE ESPAÑA
EN GUATEMALA



Cooperación
Española
CONOCIMIENTO/ LA ANTIGUA

Relatoría de La Reunión Preparatoria del XII Encuentro Empresarial Iberoamericano

*Centro de Formación de la Cooperación Española (CFCE)
La Antigua Guatemala*

5 y 6 de septiembre de 2018



Centro de Formación de la Cooperación Española
en La Antigua Guatemala (CFCE Antigua)

Dirección: Ignacio Ayala Andrés

Relatoría: Elena Setién

Diagramación: Johnatan Moran

Fotografía: Equipo del CFCE

© Agencia Española de Cooperación Internacional
para el Desarrollo



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
DE LA ORGANIZACIÓN	6
DEL ACTO INAUGURAL	6
1. PANELES TEMÁTICOS	9
1.1 PANEL I: Contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible	9
1.2 PANEL II: El Comercio y la inversión como elementos de prosperidad y desarrollo	23
1.3 PANEL III: Mujer y Poder Económico	32
1.4 PANEL IV: La Sostenibilidad como elemento clave en la estrategia de ciudadanía corporativa.	47
1.5 PANEL V: El Ecosistema digital: pilar estratégico para el crecimiento económico	56
CLAUSURA	67
Anexo I: Programa	69
Anexo II: Recomendaciones SEGIB-CEIB(DEF)	73
XII ENCUENTRO EMPRESARIAL IBEROAMERICANO 2018 “Por una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible”	73
Recomendaciones	77



INTRODUCCIÓN

El 5 de septiembre de 2018 dio inicio la Reunión Preparatoria del XII Encuentro Empresarial Iberoamericano, donde representantes de organizaciones empresariales de Iberoamérica desarrollaron y analizaron cinco paneles temáticos sobre la contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

El XII Encuentro Empresarial Iberoamericano “Centroamérica te invita, Antigua Guatemala te recibe”, se realizará en el marco de la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno en noviembre de 2018 en la ciudad de La Antigua Guatemala y es un espacio donde los aportes de la Reunión Preparatoria, serán conocidos e incluidos en el borrador de la agenda.

Si bien, uno de los objetivos de la reunión empresarial es establecer la propuesta temática que será abordada en el evento de noviembre, la vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente el objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, se convierte en prioridad. Los paneles temáticos están enfocados en la línea de acción 8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrando la atención en sectores de mayor valor añadido y uso intensivo de mano de obra.

Para socializar experiencias, generar debate y facilitar aportes, la temática de los cinco paneles se distribuyó de la siguiente manera: 1. Contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible; 2. El comercio y la inversión como elementos de prosperidad y desarrollo; 3. Mujer y poder económico; 4. La sostenibilidad como elemento clave en la estrategia de ciudadanía corporativa; 5. El ecosistema digital: pilar estratégico para el crecimiento económico.

Los encuentros empresariales iniciaron en el año 2005, en Madrid, pero no fue sino hasta en 2015 que se creó el [Consejo de Empresarios Iberoamericanos \(CEIB\)](#), actualmente conformada por los 20 países iberoamericanos, España y Portugal. CEIB está integrada por las más importantes organizaciones empresariales de Iberoamérica y parte de sus objetivos es que los empresarios iberoamericanos contribuyan al mejor desarrollo económico y social de los países de la región.

Sumar a la Agenda de Desarrollo Sostenible, sin duda alguna, hará mucho.



DE LA ORGANIZACIÓN

Como entidades organizadoras participaron: [Confederación Española de Organizaciones Empresariales \(CEOE\)](#), Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB), [Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras de Guatemala \(CACIF\)](#), [Secretaría General Iberoamericana \(SEGIB\)](#), [ICEX España Exportación e Inversiones](#), Ministerio de Economía de Guatemala (MINECO) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

DEL ACTO INAUGURAL

Por ser una actividad de carácter internacional, hubo un acto protocolario con la participación de altos representantes del Gobierno de Guatemala, la Embajada de España y representantes de diversas cámaras empresariales de Iberoamérica. La mesa principal estuvo integrada por Pablo Tejera, Embajador en funciones de la Embajada de España en Guatemala. Narciso Casado, Director de Presidencia de CEOE y Secretario Permanente de CEIB; Roberto Ardón, Director Ejecutivo de CACIF, Pablo Adrián Hardy, Responsable de Economía y Empresas de SEGIB y Estuardo Roldán, Viceministro de Relaciones Exteriores del Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala (MINEX). La bienvenida estuvo a cargo de Ignacio Ayala, Director del Centro de Formación de la Cooperación Española en la ciudad de La Antigua Guatemala.

Pablo Tejera resalta la importancia de este tipo de reuniones porque son las que le dan contenido a las Cumbres Iberoamericanas y ésta en particular, porque es el marco de la [XXVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno](#) que en esta ocasión, será en noviembre en La Antigua Guatemala, con el lema: *Una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible*.

Le recuerda a los presentes que uno de los objetivos del encuentro es hablar de desarrollo económico pero vinculado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en concreto con el objetivo No. 8, Trabajo Digno y Crecimiento Económico. Abordar temas tan importantes como la contribución del sector privado en la Agenda 2030, su inversión y el sistema digital, será de mucho aporte como el anterior programa iberoamericano de movilidad, talento y capital humano. Asimismo, agradece la presencia y la labor de todos los integrantes en la mesa con los deseos por una buena jornada de trabajo fructífero y fecundo concluyendo su intervención con la frase: *El éxito de todos ustedes será el éxito de todos nosotros*.

Narciso Casado, del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB), expresa su satisfacción de participar en la reunión preparatoria resaltando el esfuerzo importante que se hace desde CEIB para darle seguimiento a las cumbres. Realizar el evento en La Antigua Guatemala, los hace sentir satisfechos y orgullosos por la participación, por lo que agradece a las instituciones representadas en la mesa principal, especialmente a CACIF, que hace de la difusión y promoción de la Cumbre algo novedoso. Es testigo que durante el año se ha hecho un despliegue de promoción de la región, haciendo el encuentro más participativo. Cuenta que estuvo en Argentina y Chile, donde también obtuvo muy buenas impresiones del trabajo de CACIF.

Este Encuentro de Empresarios Iberoamericanos debe atender la opinión del sector privado para que sea tenida en cuenta en el desarrollo de la Agenda de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas. Es el momento donde el multinacionalismo y bilateralismo regional parecen cuestionarse que es fundamental que los empresarios latinoamericanos y CEIB, formen parte de la respuesta a muchas de las oportunidades que tendrán a futuro.

El debate y las aportaciones darán insumos para que conjuntamente con CACIF y con las autoridades guatemaltecas, se ultime la agenda del XII Encuentro Empresarial Iberoamericano.

Roberto Ardón, Director Ejecutivo de CACIF. Considera que la reunión preparatoria se acerca al objetivo planteado para noviembre, pues procura una Iberoamérica más próspera, sostenible y con oportunidades de inversión para los ciudadanos de los 22 países que la conforman. El sector empresarial organizado de Guatemala ha trabajado con dedicación y esmero para garantizar el éxito del evento, realizando gestiones a todo nivel para que los visitantes tengan una experiencia inolvidable en su acercamiento a la cultura guatemalteca.

Iberoamérica es una región poderosa y su principal activo es su gente. La reunión preparatoria construirá una agenda común de desarrollo y plantearán soluciones de Estado y recomendaciones para brindar una mejor calidad de vida a las familias iberoamericanas. En la región hay empresarios valientes que no temen a la adversidad, mujeres sabias que impulsan a empresas, compañías y familias, pueblos indígenas que sorprenden con sus emprendimientos y organizaciones que, como la Secretaria General Iberoamericana, el Consejo de Empresarios Iberoamericanos y la Organización Internacional de Empleadores, creen en las alianzas y en apoyar las iniciativas que buscan mejores sociedades.

Las empresas privadas y los representantes de las 9 cámaras empresariales que aglutina CACIF, han empujado con fuerza los proyectos que buscan sostenibilidad, crecimiento económico, inclusión y la consecución de metas de la Agenda 2030 al desarrollo sostenible. Organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), han sido de importancia clave y parte del este esfuerzo. Todo lo que se trabajará en la XXVI Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno es de beneplácito. El Estado de Guatemala realiza sus mejores esfuerzos para que la cumbre recoja lo mejor de los argumentos.

La Agenda 2030 busca que se tomen acciones inmediatas y CACIF trabaja ya en ello. Como parte de esa labor es necesario evaluarse, hacer un alto y mejorar, por esa razón, están comprometidos a dar lo mejor no solo en el proceso de organización del Encuentro Empresarial Iberoamericano. La apuesta es el éxito, pero aún es más importante lo que se logrará más allá de noviembre.

Iberoamérica cuenta y confía en los empresarios que desde sus diferentes campos de acción lideran oportunidades y tienen un papel protagónico en el desarrollo de sus sociedades, generación de empleo, oportunidades de vivienda, salud y educación para miles de familias, entre otros, son aportes de la actividad empresarial en el marco

de certeza jurídica, la seguridad y la estabilidad social: *Soy empresario, Soy Guate.*

Para cerrar su participación en el acto inaugural, cuenta una tradición muy hermosa de la ciudad de La Antigua Guatemala y son las procesiones. El primer fuego pirotécnico que se dispara desde atrio de una iglesia, anticipa la salida de la procesión. Hace la analogía que, los trabajos de este evento son como el fuego pirotécnico que ya anuncia la cuenta regresiva, de camino al Encuentro Empresarial Iberoamericano del 14 y 15 de noviembre: *Centroamérica los invita, La Antigua Guatemala los recibe.*

Manuel Estuardo Roldán, Viceministro de Relaciones Exteriores de Guatemala. El gran reto de preparar en Guatemala la Reunión preparatoria del XII Encuentro Empresarial Iberoamericano, se asume con la convicción de lograr resultados sustantivos. El Encuentro está enmarcado en el calendario de actividades ministeriales de la VI Cumbre Latinoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, por lo que se ha consensuado una agenda muy nutrida que contiene temas relevantes para la región, como: La contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible; El comercio y la inversión como elementos de prosperidad y desarrollo; La sostenibilidad como elemento clave para la estrategia de ciudadanía corporativa; Mujer y poder económico; El ecosistema digital: pilar estratégico para el crecimiento económico, temas que aportan a la consolidación de una Iberoamérica próspera.

El viceministro expone el compromiso de la [Secretaría Pro Tempore](#), entendiendo el trabajo tan importante del Encuentro que tiene como fin último, impulsar el desarrollo en los países iberoamericanos. Asimismo, el convencimiento de que el sector privado es un pilar primordial para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible contenidos en la agenda 2030.

La Secretaría Pro Tempore ha apoyado de manera activa junto a CACIF la organización de la reunión preparatoria. Guatemala es un país que avanza en la vida del desarrollo y la sostenibilidad, apostando por la inclusión de todos los sectores en el desarrollo productivo.

Pablo Adrián Hardy, Responsable de economía y empresas de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). La Secretaría General es un organismo internacional de apoyo a los 22 entes. Tiene dos funciones principales: apoyar las cumbres y dar cumplimiento a los mandatos, usando la cooperación iberoamericana en el ámbito de su educación, la cohesión social y la cultura, trabajando con gobiernos y ministerios.

La parte empresarial quiere sumar a este esfuerzo la opinión del sector privado. El Encuentro Empresarial es el punto de encuentro en el cual el sector privado discute desde una perspectiva empresarial el tema de la Cumbre. La reunión preparatoria es importante por varios motivos, primero, porque se toca base con los temas a tratar desde el punto empresarial, ayuda mucho en la preparación del encuentro y en la elaboración de documentos y recomendaciones conjuntas para que el sector privado presente esas acciones a los Jefes de Estado. Es una reunión de trabajo, hay un debate abierto, que sumen las opiniones de todos.





1. PANELES TEMÁTICOS

1.1 PANEL I:

Contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible

- El sector privado como agente de desarrollo: retos y oportunidades.
- Los ODS como oportunidad de negocio para las empresas.
- Trabajo decente y crecimiento económico inclusivo.
- Sector privado e inclusión social: innovación social en los sectores tradicionales de producción.

Panelistas:

Clara Bazán, Directora de Responsabilidad Social y Reputación, [Mutualidad de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España \(MAPFRE\)](#)

Fermín Acosta Javier, Presidente, [Confederación Patronal de la República Dominicana \(COPARDOM\)](#)

Francisco López, Director General, [Confederación Patronal de la República Mexicana \(COPARMEX\)](#)

Moderadora

Diana Chávez, Directora Ejecutiva, Centro Regional del Sector Privado en apoyo a los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas.

Diana Chávez: Inicia su participación agradeciendo a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), a los representantes de CACIF, SEGIB, SEIB y los presentes.

Uno de los objetivos de la reunión preparatoria es tener un hilo conductor de cuál es el rol de sector privado en el desarrollo y por supuesto, esto implica la construcción de la agenda de desarrollo, la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se hablará cómo desde la perspectiva de la empresa y las organizaciones, la

Agenda 2030 ha sido una parte donde se tiene que poner en blanco y negro lo que se tiene que aterrizar.

La pregunta a los tres invitados para el Panel I ¿Cómo viven los Objetivos de Desarrollo Sostenible en sus organizaciones?, sirve para entrar en contexto.

Clara Bazán, Directora de Responsabilidad Social y Reputación, Mutualidad de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España (MAPFRE), agradece la invitación y cuenta que MAPFRE, en una asociación que nació como una mutualidad, ahora es una sociedad anónima que además trabaja en bolsa y es una multinacional.

Para MAPFRE los 17 ODS son un compromiso importante que forma parte del plan estratégico que tienen



de sostenibilidad, la línea de actuación No.1 del Plan. El Plan finaliza este año, pero se revisa y ya se tiene como objetivo mantener MAPFRE en la Agenda 2030.

Diana Chávez: Fermín Acosta ¿Cómo está viendo los ODS República Dominicana? un país con tantos contrastes y donde la Agenda 2030 ha tenido una acogida desde el sector privado.

Fermín Acosta Javier, Presidente de COPARDOM. República Dominicana ha tomado con bastante seriedad los ODS y los empresarios tienen también una estrategia nacional de desarrollo, es una meta que se trazó el país, el sector público y el sector privado conjuntamente, unido a los ODS y en las que trabajan para acercarse a la meta.

Francisco López, Director General de COPARMEX. Hace cuatro años le tocó a México organizar un evento similar y es muy enriquecedor compartir y sobre todo, aprender de todos los presentes. COPARMEX está por cumplir 90 años. Como se sabe, recién se tuvo un proceso electoral en México que viene a hacer un cambio en las prioridades y estrategias que el nuevo gobierno está planteando y que, sin duda, parte de los ODS pueden ser una guía muy importante para el desarrollo de los objetivos y de las metas que se plantea México como país.

Hay que reconocer que apenas en 2017 se empezaron algunas reuniones con la idea de una articulación más formal con el gobierno actual sobre el seguimiento de los ODS. Hay que reforzar mucho más en México el planteamiento de las metas y objetivos para que el próximo Plan Nacional de Desarrollo, que se emitirá en 2019, pueda estar alineado a estos objetivos.

Diana Chávez: México es uno de los países que ha presentado su informe voluntario en un foro político de alto nivel sobre la Agenda 2030. Tendremos tres perspectivas desde dos países, México y República Dominicana, si bien con un PIB y realidades disímiles, también con retos comunes.

Desde el punto de vista de la empresa, MAPFRE, como multinacional y con fuerte presencia en Iberoamérica se ha dado a la tarea de incorporar a la pequeña y mediana empresa en abordajes muy puntuales ¿Cuáles son los retos que para una empresa como MAPFRE significa dar vida y aterrizar estos 17 ODS?

Clara Bazán: MAPFRE es una aseguradora presente en los 5 continentes, con gran presencia y muy a gusto en Latinoamérica. Tiene más de 30 millones de clientes, más de 36 mil empleados, más de 5 mil oficinas por todo el mundo y trabaja con más de 84 mil intermediados. Desarrolla el negocio en más de 100 países. Además, la [Fundación MAPFRE](#) desarrolla su actividad en 30 países, en 5 áreas de acción muy concretas: prevención y seguridad vial, seguridad y prevención social, acción social, cultura y prevención de la salud. La Fundación ha invertido en los últimos 10 años 500 millones de euros.

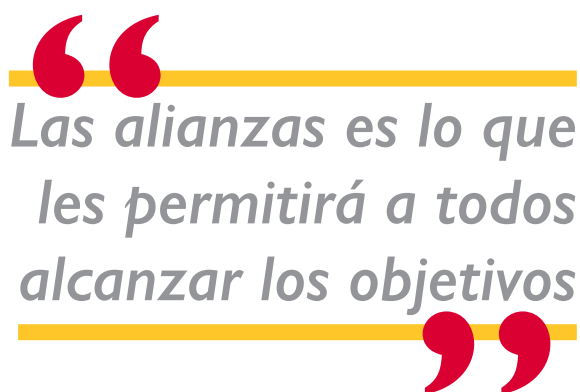
MAPFRE se compromete y desarrolla la Agenda de Desarrollo Sostenible como compañía, como empresa y como sociedad mercantil, sumando toda la parte de la Fundación. Solo sumando las dos herramientas es como realmente se contribuye al desarrollo.

Esta agenda le ha permitido al sector privado obtener este título oficial que antes no se tenía, ahora es un agente de desarrollo económico y social de los países en los que estamos. Aunque siempre ha estado claro, es la primera vez que se les reconoce como tal, en los anteriores Objetivos de Desarrollo del Milenio ni siquiera aparecía, ahora en cambio, tiene un papel importante y relevante que desarrollar, pero que ya se hacía, ser agentes de desarrollo.

A lo mejor y logran limar algunas imperfecciones que tienen algunos sectores de la sociedad civil sobre el sector privado. Es importante, hay errores e impactos negativos, pero también tienen mucho impacto positivo y aportan a la sociedad en los países en los que están. Evidentemente no lo hacen solos, pero tienen que hacerlos solos. Una de las cuestiones que viene a poner encima de la mesa la Agenda es la importancia de las alianzas y de trabajar en el ámbito público-privado y que también saben hacerlo porque lo han hecho siempre, desde la propia empresa, desde las patronales, las confederaciones, tienen mucho terreno ganado para poder desarrollar el título que se han ganado con tanto esfuerzo.

Las alianzas es lo que les permitirá a todos alcanzar los objetivos. Llevan tres años de la Agenda -el 25 de septiembre es el tercer año de la aprobación de la Agenda de ODS- y se está hablando todavía de cómo contribuyen al sector privado cuando ya lo están haciendo, lo que se tiene que hacer es darle mayor visibilidad.

Para MAPFRE los ODS son un compromiso de sumas y así lo vive internamente la compañía. De esa manera se



Las alianzas es lo que les permitirá a todos alcanzar los objetivos



trabaja en todo el mundo, solamente así se pueden asumir los retos del desarrollo, retos como salud y bienestar de una población que envejece y que es un problema que afecta a las empresas, a los gobiernos y a la sociedad. Retos como la alimentación y el agua; una sociedad más poblada demanda cada vez más alimentos y el problema del agua es serio y eso afecta al sector privado en cualquier ámbito empresarial que desarrollen, incluso una aseguradora. El cambio climático y la energía; donde transitamos a una economía libre de carbón y eso conlleva a un replanteamiento de cómo son nuestros sistemas energéticos, apostar por sistemas energéticos limpios, eso hay que hacerlo de una manera calmada, pero sin prisa y sin pausa.

Hay retos como la sociedad inclusiva, pero no una sociedad inclusiva donde solo se trabaje la pobreza, sino una sociedad inclusiva también en valores, igualdad, diversidad, eso forma parte de ser una sociedad inclusiva y también donde se reduzcan esas desigualdades sociales. Evidentemente, el tema de la seguridad, una seguridad diferente. Ahora se habla de ciberseguridad pero también nos interesa la seguridad física. La ciberseguridad nace como consecuencia de toda la revolución tecnológica que se está llevando a cabo, incluso promoviendo las empresas. Los retos forman parte de los 17 ODS y esos retos solo se van a lograr si sumamos entre todos.

En MAPFRE les gusta mucho la Agenda porque al considerarlo un agente de desarrollo, se está considerando que el sector empresarial puede aportar creatividad, conocimiento, innovación, además de la parte económica que cada uno aportará y hará el esfuerzo que pueda dependiendo del tipo de empresa que sea. Más allá de eso, queda la sensación que se les ha considerado solamente donantes durante mucho tiempo, el sector privado puede aportar muchas capacidades a la Agenda de Desarrollo. Las empresas están liderando muchos temas de innovación que pueden trasladar a la sociedad y ese impacto se tiene que hacer con las alianzas público-privadas.

Se tiene un impacto importante en la Agenda de Desarrollo, se reconoce al sector privado en todas sus dimensiones, en donde no solo están las multinacionales, hay micro empresas, micro emprendedores, emprendedores sociales; hay empresas grandes y pequeñas que pueden aportar mucho al desarrollo. En España solo las pequeñas y medianas empresas suponen el 99% de tejido empresarial, cómo no se van a sumar a la Agenda del Desarrollo, si además suponen las 2 terceras partes del empleo de España.

Para sumar al desarrollo cada uno tiene que hacerlo desde su capacidad de transformación. Es importante saber que un emprendedor social, que muchos de ellos ya nacen con el concepto de sumar a la Agenda del Desarrollo, puede hacer mucho desde lo que esté desarrollando.

Los 17 ODS tienen oportunidades de desarrollo muy importantes de los negocios. MAPFRE está trabajando el micro seguro, los nuevos productos y servicios aportan mucha capacidad y mucha oportunidad que sin duda hay que llevar a cabo.

Otra de las oportunidades de los restos es la forma de relacionarnos con el público, con el sector privado y el sector público, con el tercer sector. Tradicionalmente, hay que tomar en cuenta que como agente de desarrollo la micro empresa no estaba, estaba el tercer sector, ahora somos agentes de desarrollo y tenemos que relacionarnos de otra manera con ellos, aportando capacidades, sumando esfuerzos entre todos.

Se ha puesto atención en los 17 ODS pero el impacto está en 9 de ellos, donde las lianzas están como objetivos estratégicos centrados en la pobreza por esa capacidad que se tiene de actuar en negocios inclusivos pero también por la Fundación. En salud, MAPFRE tiene una fuerte línea de seguros de salud, pero también trabajan mucho para que los más de 36 mil empleados tengan salud y bienestar.

En educación, cree en que la educación es básica para poder transformar y desarrollar. Trabaja por la igualdad de género, en MAPFRE el 40% de los puestos de alta dirección están ocupados por mujeres.

Ha decidido trabajar en el objetivo 8, trabajo decente y crecimiento inclusivo, es fundamental y considera que en este objetivo coincidirá la mayor parte, no solo por la capacidad de empleo que tiene el sector privado sino por la calidad en el empleo que se está desarrollando. Uno de los ejes que también se tiene que poner en valor es esa calidad en el empleo que están desarrollando.

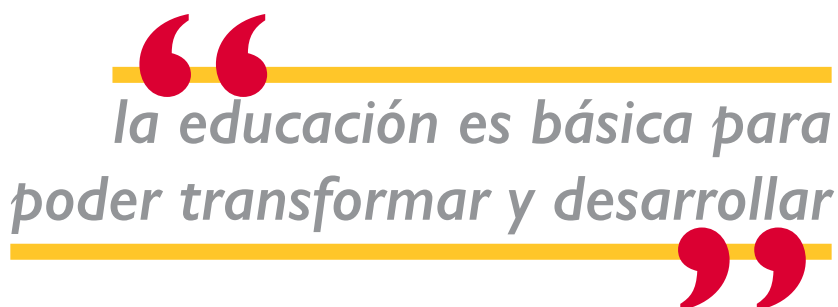
En el tema de industria, apuestan por las ciudades, todas las empresas tienen que participar en el desarrollo de las mismas o, en cómo quieren que las ciudades se desarrollen, aparte como ciudadanos.

Acción por el clima, el cambio climático afecta el negocio como aseguradores, los huracanes, los terremotos, inundaciones, pero se puede tener una acción importante en el uso racional de los consumos. Si cada uno de los 36 mil empleados que tiene la compañía hacen una sola acción de reciclaje, la capacidad de impacto que se puede tener es grande y, si se le suma toda la capacidad de impacto que tienen las empresas en sus ámbitos internos de trabajo, mucho más. El sector privado tiene una capacidad de influencia muy importante en la Agenda en el tema del clima y sin duda en las alianzas.

Se presenta de esta manera porque siempre se tiene el desarrollo en diferente a roles, desarrollan un agente asegurador pero también son inversores en los propios países y lo que tratan es dar visibilidad a cada uno de los roles aportando por el desarrollo y por los ODS.

Uno de los aspectos en los que se ha centrado MAPFRE es en comunicar internamente, concienciar y promover los 17 ODS. Es uno de los retos de la agenda porque llevan tres años con los objetivos y si se le pregunta a la sociedad, a la gente o compañeros, no saben qué es la Agenda de Desarrollo, no saben cuáles son los ODS, la Agenda tiene un déficit muy importante y es comunicar a la sociedad qué implican los ODS y la Agenda y en eso las empresas tienen una capacidad muy importante.

MAPFRE está informándolo internamente para que los 36 mil empleados que tiene sean embajadores de los ODS, que utilicen la capacidad de multiplicar, la capacidad que tienen de comunicar y convencer. Lo que ha hecho es sumarse a la iniciativa donde siguen un calendario a través de las intranets corporativas explican cuál es



la educación es básica para poder transformar y desarrollar

el objetivo correspondiente y no solo tienen una infografía donde cuentan como empresa en cada objetivo que están aportando, sino también les dicen a los propios empleados qué pueden hacer ellos como ciudadanos para ese objetivo de desarrollo. Tan importante es el impacto de la propia compañía como que los empleados como ciudadanos puedan aportar mucho a la agenda de desarrollo. El sector privado en eso tiene una gran oportunidad de actuación.

Se insiste en que los ODS son un compromiso de sumas. En este ámbito de colaboración público-privada los gobiernos se enfocan mucho más en fomentar los conocimientos de los ODS, se debe fomentar el conocimiento y la creación de espacios para la participación del sector privado en la agenda, no solo en las estrategias nacionales, no en todos los países se ha considerado al sector privado a la hora de desarrollar sus estrategias, se nota mucho al ver cómo se aterrizan las mismas y también, en los diferentes órganos de asesoramiento que se crean para impulsar y promover las estrategias.

El sector privado tiene mucho que decir, aportar y reivindicar. El papel de agentes de desarrollo y dar visibilidad a las buenas y mejores prácticas también es parte que ayudan a otros a poder inspirarse, identificar y seguir un camino parecido.

Habría que animar, concienciar y potenciar esos objetivos para que la PYMES, micro Pymes y emprendedores se sumen a la Agenda de Desarrollo porque son esenciales y fundamentales desde el sector privado.

En conclusión, para MAPFRE, los ODS son un compromiso de sumas.

Diana Chávez: En los temas medulares tocados está la visión de empresa como un ciudadano corporativo, lo que implica derechos, el derecho de ejercer la libre empresa y también las responsabilidades que tiene y las realidades en las que operan. América Latina es uno de los continentes donde la clase media emergente ha adquirido un poder de consumo en los últimos años, eso implica que genera consumo pero también exige.

Con Renata Dutra, de Telefónica, hemos hablado mucho de los retos que implica en política pública estar a la par para una empresa como Telefónica, de no sobrepasar o ajustar las expectativas que tiene la sociedad del sector privado.

¿Qué se está haciendo desde la COPARDOM? El XII Encuentro es una plataforma de conversación pero cómo se está desarrollando la parte práctica en República Dominicana.

Fermín Acosta: Se tienen coincidencias con lo expuesto por Clara Bazán porque los sectores empresariales van al unísono con los ODS y de eso se trata, de trabajar todos juntos y ayudarse entre todos para lograrlo.

Se debe tener un papel protagónico y repensar la forma en que se están haciendo los negocios para saber cómo unirse a ese tipo de misión. Si se hace un repaso de lo que ha pasado después de trazar los ODS, se han logrado avances, por ejemplo, según el Pacto Mundial de Naciones Unidas dice que la pobreza mundial disminuyó de 37% a 9.6% entre 1990 y 2015. Esto no significa que se debe estar conforme porque todavía 800 millones de personas siguen en la línea de pobreza. Se está sacando a la gente de la pobreza pero también hay que definir de qué forma, porque entre los diferentes sectores y los organismos internacionales se dice que la gente deja de ser pobre o sale de la línea de pobreza cuando tiene determinado tipo de ingresos, por ejemplo, USD2 al día, alguna vez serán 5, se piensa en una cantidad en valor de cuánto debe manejar la gente para salir y dejar de ser pobre. Pero ¿cómo sacarlos de la pobreza? En muchos países y República Dominicana no es una excepción, se está sacando a la gente de la pobreza dándole dinero ¿Eso es sacarla de la pobreza o condenarla a ser pobre para siempre? Es un tema en

el que hay que pensar y en el evento de noviembre tener definiciones claras para eso. El 24% de las mujeres que trabajan tienen salarios menores que los hombres, también hay que trabajar en la equidad.

Otra cuestión a trabajar es lo que está pasando con la capa de ozono, en los últimos años en vez de disminuir ha estado aumentando hasta un 50%. Son temas para tomar en cuenta y este es el momento para trabajarlo.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo dice que se ha trabajado en el fortalecimiento de la clase media y los *commodities*, y China ha impulsado mucho ese desarrollo, sin embargo, ahora se espera que eso comience a disminuir, eso implica que el crecimiento, sobre todo para los países más desarrollados, va a ser un poco más lento, más difícil, más ralentizado, probablemente con mucha presión fiscal para lograr los objetivos de los gobiernos y quizá hasta se complique un poco con las deudas externas que tienen los países, porque si tiene menos capacidad de ingresos y si los negocios se ralentizan, probablemente quieran poner mayor presión fiscal.

Cómo manejan los gobiernos los recursos que reciben del sector privado, porque el sector privado es quien genera la riqueza. En el evento de noviembre se debiera ver también cómo la corrupción de los gobiernos impacta negativamente en el desarrollo de los países. En Latinoamérica se han tenido algunos casos y contrario a lo que se está buscando, de disminuir la pobreza, ayuda a aumentar la pobreza y las dificultades.

Con los ODS hay que ver cómo las empresas y los gobiernos concentran el compromiso político de inversión y voluntad colectiva para el desarrollo de los países. Este reto podría ayudar a lograrlos, tanto en sostenibilidad económica, ambiental, social y de gobernanza. Para esos objetivos la disminución de la corrupción tiene un impacto importante y es un tema que no se debe dejar pasar por alto.

En la sostenibilidad económica, la diversificación productiva, generar empleo y oportunidades de trabajo decente y potenciar la protección social que tanto necesita la clase trabajadora. En República Dominicana, por ejemplo, hay mucha informalidad y se saca gente de la pobreza dándole lo que hace en la informalidad, eso posiblemente está siendo contraproducente por ahora.

En cuanto a la sostenibilidad ambiental, hay que establecer políticas y estrategias nacionales para eso. Respecto a la sostenibilidad social, cerrar brechas entre las desigualdades, combatir la pobreza pero con la generación de riqueza, no con dádivas.

Sostenibilidad de la gobernanza, generar alianzas para el desarrollo y equilibrio entre las finanzas públicas. La empresa debe convertirse en una armadora e implementadora del crecimiento económico, inclusivo y sostenible.

El trabajo que está haciendo MAPFRE para lograrlo y lo que hace cada uno para que se logre, es sumar lo que hacemos todos. Hay que resaltar que el rol del sector empresarial ha sido medido por la importancia de la industria, comercio, empleo e inversión y ahora hay que ver cómo esto es un reto y estas responsabilidades se



sobredimensionan. Hay que ser cautos para hacer lo que podemos y trazarnos las metas que sean logrables, que impacten el desarrollo. Esa suma de metas deben verse como oportunidades para la empresa, para lograr tecnologías innovadoras, para programar formación y calificación de profesionales tanto mujeres como jóvenes, de colaboradores relacionados con la sensibilidad y la equidad de género.

Hay que buscar empleos de calidad e impactar de una manera positiva en los lugares. Cuando hay empleo decente se ayuda a la comunidad a desarrollarse y es importante que la empresa tenga participación en la responsabilidad social. Si cada uno pone una pequeña semilla se fomentará que los ODS se logren.

Más que venir y evaluar en términos generales los ODS, es decir lo que se está haciendo y alguno puede ser de inspiración para que los demás sigan aportando.

Diana Chávez: Fermín hablaba de las realidades y el panorama que viven las empresas, el cambio climático y la seguridad, que son los retos.

El tema de ser sostenible en el tiempo como empresa y regresar a cuál es el manejo de las expectativas de una empresa y de las realidades. Las realidades entendiéndolo de dos maneras, la tarea que tiene la empresa de ser sostenible y los marcos jurídicos en los que se opera.

¿Cómo se está haciendo ese maridaje desde COPARMEX en México? México es una de las principales economías de la región ¿Qué está dando esta transición en la agenda política y cómo va a hacer el trabajo el sector privado?

Francisco López, Director General, Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). Algunos puntos relevantes en el proceso de México es que vivió un proceso electoral intenso de política, propuestas y candidatos. Después de que pasa la efervescencia electoral pareciera que lo que se dijo en las campañas queda en letra muerta y llegan los que ganaron y toman las decisiones que no necesariamente son las que prometieron en campaña.

Sin duda, el sector empresarial tiene papeles que jugar, cada vez más relevantes y de mayor incidencia, no solamente ser observadores y opinar desde lejos, sino atreverse a pensar que la representación que se tiene desde las empresas que dan esa representatividad, en caso de COPARMEX 36 mil empresas, qué voz se puede tener, una voz no solamente desde el empresariado sino una voz desde la sociedad.

Los organismos empresariales y las empresas tienen capacidad. Cada vez pueden desarrollar más capacidades donde se pueden tener propuestas serias en materia de política pública ligadas a los ODS, ligadas a lo que como región o como país podemos lograr.

En julio 2018, México vivió un proceso electoral. COPARMEX siempre participa cívicamente en los procesos electorales impulsando el voto formal, el voto ciudadano y que la democracia sea un buen instrumento de la sociedad. A partir de ese ejercicio, en esta ocasión, hicieron algo diferente, expusieron un documento tres meses antes de la elección que se llama **Manifiesto México** y contiene 7 ejes con 20 propuestas concretas, en donde se consensó con organismos de sociedad civil temas de género como ejes transversales.

Manifiesto México va ligado en cada uno de los puntos a los ODS, dándole prioridad a los que en México están viendo como un tema de gran importancia y relevancia. El ejercicio fue un documento presentado en 70 periódicos impresos, entre nacionales y locales en las 32 entidades de México. Simultáneamente, el mismo día se hizo una rueda de prensa en las 65 oficinas regionales y el resultado fue un impacto mediático interesante,

materia de opinión pública y de los 5 candidatos que suscribieron los puntos en que estaban de acuerdo con lo que COPARMEX puso en el Manifiesto.

Hubo un segundo ejercicio que fue preguntar un punto cada semana. Por ejemplo, se preguntaba ¿Candidato está de acuerdo que para mejores empleos se necesita una nueva cultura salarial? Sí o no y por qué. El candidato ya en preguntas particulares a veces decía sí estoy de acuerdo o no estoy de acuerdo. Era importante para COPARMEX porque el candidato ganador, en este caso, Andrés Manuel López Obrador, se le tiene registro de los puntos que en particular él dijo que estaba o no de acuerdo. El ejercicio se hizo semana por semana durante el periodo electoral, eso los mantuvo activos en redes sociales porque allí se subía la pregunta y por esa vía respondían también los candidatos, generando opinión en los editorialistas, expertos políticos, entre otros.

Resultado de ese ejercicio, después del 1 de julio y de la elección inédita en México, donde más del 64% salió a votar, un padrón de electores importante donde Manuel López Obrador ganó con 30 millones de votos (53%). Por ejemplo, para comparar, en la elección donde ganó Felipe Calderón, fue con 15 millones de votos, Enrique Peña Nieto con 20 millones de votos. López Obrador ganó con mayorías en Cámara de Senados y Diputados, mayoría simple y mayoría calificada, eso significa que pueden hacer un cambio constitucional inmediatamente. Para ser un cambio constitucional en México se necesita que la Cámara de Senadores apruebe el cambio constitucional y que por lo menos la mitad de Estados Federados de México puedan estar a favor y 19 congresos locales del país están a favor del Partido Morena.

En México se tiene una concentración inédita de poder con el nuevo gobierno que entra, estos instrumentos se vuelven interesantes para el sector privado, sobre todo para la sociedad. Porque después de la elección, parte de la garantía que COPARMEX ha tomado como base es lo que en su momento, cuando era candidato el hoy presidente electo, dijo estoy a favor o estoy en contra.

En lo que estuvo a favor López Obrador, por ejemplo, fue en la campaña lanzada por COPARMEX por elevar salario mínimo. Después de la crisis de los 80 y 90, México endureció la política monetaria para controlar la inflación y una forma fue controlar los salarios. El salario mínimo en México es el salario mínimo más bajo de toda Latinoamérica, después de Venezuela y Cuba, la comparación real del salario mínimo mexicano es por debajo de toda la región, se perdió un 70% del salario mínimo en México en los últimos 20 años. Si en este momento se pusiera el salario mínimo de 1992 a la fecha, tendría que estar 3 veces más alto. Esto ha llevado consigo una base mínima de ingreso en el salario, obviamente COPARMEX está a favor de que el salario tiene que ir ligado a la productividad y México tiene que avanzar porque es una economía importante de la región, pero ese rezago le pega al poder adquisitivo de la base.

Cuando se hizo la propuesta se sorprendieron porque una postura así debiera ser desde los sindicatos laborales, ellos tendrían que hacer esa propuesta. Con estudios que se han hecho se han dado cuenta que es factible elevar de una forma gradual al 2030 el salario mínimo. México está en la media alta latinoamericana y por arriba de la media americana en el 2030, es una base de forma responsable, no puede ser de forma inmediata porque entonces genera inflación y problemas al contrario del que menos tiene. Ese punto se puso en agenda y el candidato López Obrador cuando vio la propuesta dijo estar de acuerdo y firmó el Manifiesto México de COPARMEX.

Se amarró doble porque el incremento tiene que ser gradual y cuidando siempre la inflación, eso fue parte de la propuesta que suscribió el candidato ahora presidente electo, López Obrador. Fue un logro importante porque con una concentración de poder que llegara el candidato a decir que va a subir el salario mínimo 800%, eso genera un problema económico terrible e irresponsable. En esa discusión se está por el momento sobre la mesa.

Otro punto importante es que el [Consejo Fiscal Independiente](#) de finanzas públicas sanas, eso significa que México puede endeudarse sin pedirle permiso a nadie, el Congreso que debería regular si el Ejecutivo se endeuda, hoy no tiene la fuerza y las capacidades técnicas y de gestión. Para tener una idea, en la administración de Peña Nieto pasaron de 33% de deuda del PIB al 48.5 o casi 50% y nadie dijo nada. Se subió una deuda interna y externa y nadie comentó nada. El Fondo Monetario Internacional (FMI) le recomendó a México un Consejo Fiscal Independiente que esté dentro del poder legislativo para poder ser un equilibrio de la Secretaría de Hacienda y no tener un exceso de endeudamiento o, por lo menos, tener garantías que puedan hacer contrapesos en las decisiones de endeudamiento del país. Todo eso acarrea problemas a las empresas porque cuando hay sobre deuda, cuando hay que pagar intereses, etc., eso genera inflación, problemas fiscales, al final a quiénes les piden pagar más impuestos es a las empresas.

Parte de la propuesta se puso sobre la mesa y el candidato estuvo de acuerdo con el Consejo Fiscal Independiente. Enrique Peña Nieto cuando fue candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) no estuvo de acuerdo, se negó, nunca la dejó pasar. Hoy día que Manuel López Obrador dijo que estaba de acuerdo, ya puso en la mesa que va el Consejo Fiscal Independiente. Para los empresarios es importante el equilibrio dentro de un gobierno, porque si no existe ese equilibrio se puede caer en excesos. Así como está hoy la conformación del nuevo gobierno en México, se está buscando generar esos espacios de equilibrio para que todos puedan tener esos instrumentos que puedan equilibrar no un sobreendeudamiento del país o un gasto excesivo.

Con lo que el presidente electo no estuvo de acuerdo y aun así COPARMEX está en la postura, si no da problema en México pero sí en la región, es la corrupción. La corrupción va ligada a la impunidad. El problema que se tiene en los países es que sabemos que el que la hace no la paga, o que las instituciones o leyes no están suficientemente robustas para perseguir cualquier delito de corrupción y eso genera impunidad.

En el caso de México se está en un proceso de transformación fuerte en el tema de la lucha contra la corrupción. Hace tres años impulsaron un sistema nacional anticorrupción desde la sociedad, COPARMEX fue impulsor de una iniciativa ciudadana donde con firmas ciudadanas se metió al Congreso 7 cambios de ley para fortalecer un sistema nacional y estatal anticorrupción y ante todo este movimiento, la propuesta que se puso en el Manifiesto México fue tener una Fiscalía General autónoma e independiente. Muchos de los países tienen una fiscalía autónoma, Guatemala por ejemplo, es un país que ha avanzado en su Fiscalía General. En la medida en que las fiscalías tengan mayor autonomía pueden perseguir los delitos del poder ¿Cuáles son los delitos del poder? Los propios del Poder Ejecutivo y cuando el Poder Ejecutivo tiene controlada la Fiscalía, difícilmente se pueden perseguir los delitos del poder por conflictos de intereses.

Lo que propuso COPARMEX a lo que ahora es la Procuraduría General de la República y que pasará a ser Fiscalía, es que tenga mayor autonomía y no una dependencia total del Ejecutivo, eso ha generado un debate fuerte y COPARMEX está lanzando una nueva iniciativa ciudadana, el candidato electo dijo no estar de acuerdo, porque

cree que la Fiscalía tiene que estar controlada por el presidente. Se ha hecho un debate público de por qué la Fiscalía tiene que ser autónoma. Por ahora se está en la recolección de firmas, se necesitan 117 mil firmas para poder llevar la iniciativa al Congreso, por ahora van 35 mil. Lo que se quiere hacer es contrapeso, porque con un candidato que ganó como ganó, COPARMEX es la única voz que está saliendo a decir, queremos un cambio en la Fiscalía por estas razones.

Este nuevo estilo hace que con lo que están de acuerdo lo pongan sobre la mesa, lo que no, lo hacen público, argumentando por qué es necesario tener ciertos instrumentos institucionales que fortalezcan dentro de la democracia el Estado de Derecho. En cualquier país donde la ley no persigue la corrupción y no tiene consecuencias, difícilmente se puede acabar o por lo menos mitigar. En temas de corrupción también en México hay escándalos como en muchos países de la región y COPARMEX cree que el sector privado debe ser el primero en ir un paso adelante, lo que implica también trabajar hacia adentro de las corporaciones y generar modelos de cumplimiento, ética corporativa, de trabajo, etc. La corrupción es de dos, pero como organismo empresarial le apuestan a ser ejemplo en esa lucha.

Varios puntos del Manifiesto van ligados a seguridad, educación, México incluyente, combate a la pobreza, desarrollo regional sostenible, etc.

Un instrumento que se ha creado en las empresas son espacios ideales para que las personas puedan desarrollar el máximo potencial y eso es lo que se puede aportar, las empresas transportan valor agregado a la sociedad y a veces, les falta mucho por comunicar, por lo menos en México la imagen de la empresa en general es una imagen mal vista, hay encuestas donde el 75% de la sociedad no ve que haya una imagen social de la empresa, no la ven cercana a la sociedad.

Los organismos empresariales tienen que estar muy de cerca con las causas sociales que al final también son propias, los derechos humanos, el trabajo, el trabajo sobre la desigualdad, las minorías, tener una Responsabilidad Social Empresarial clara y comunicarla constantemente, los acerca a la sociedad. Los acerca para que cuando quieran hacer propuestas sociales serias puedan también tener el eco social.

Ahora se trabaja de cerca con esa comunicación a la sociedad, esas propuestas son para todos no solo para la empresa, beneficia al país, trae base de otras prácticas internacionales que han funcionado y les ha ayudado a que la cara de la empresa sea una cara cercana a la sociedad.

México pasó por un cambio radical de sistema y una negociación con Estados Unidos que no ha sido de lo más tersa. Hay riesgo de que pueda retroceder la relación con Estados Unidos. México depende del 70 u 80% de las exportaciones a Estados Unidos, las empresas mexicanas están muy sensibles porque una mala política del Tratado de Libre Comercio, una mala política social que exceda en el gasto, que exceda o se enfoque en temas populistas, puede generar retrocesos importantes en lo que ya se avanzó en los últimos 20 o 30 años en su sociedad, por los gobiernos en turno pero principalmente por la sociedad que han impulsado.

Diana Chávez: Se ha incluido el tema de derechos humanos y las empresas presentes saben que es uno de los principales retos que se tienen, es una de las tareas en la reunión preparatoria, los insumos de la reunión de trabajo son muy importantes.

Se empezó con una visión global de la Agenda 2030 que es una plataforma de acción y alianzas y se concluyó con realidades. Eleanor Roosevelt dijo, “una iniciativa no puede ser exitosa en lo global si primero no ha sido exitosa en lo local”, lo local se nutre de los retos de la vida diaria.

Francisco conversaba sobre el sector empresarial y su relación con su vecino del Norte que no ha sido la más tersa, tampoco en América Latina la relación como sociedad, sobre todo con sociedades tan desiguales ha sido la más tersa. Se debe pasar de la retórica inspiradora a acciones puntuales que es lo que va a posicionar al sector privado, no como el agente de cambio, sino como un agente de cambio que a través de pagar impuestos, a través de su acción cotidiana fortalece el Estado de Derecho.

Juan Pablo Morataya, Director Ejecutivo del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (CENTRARSE), la institución que promueve el TLC. La presentación de MAPFRE es hacia donde se debiera de orientar el abordaje de desarrollo sostenible y el rol que juegan las empresas como ese actor clave para la transición. Se tiene que tener claro el rol que la empresa privada juega, porque les sucede en CENTRARSE que, cuando se hace la metodología de diagnóstico de impactos de las empresas, desde la lógica de los 17 objetivos, hay una transferencia de responsabilidad que la empresa o asume completa, que le se asusta mucho pensar que tiene que trabajar en los 17 objetivos cuando ese no es el compromiso, el compromiso es de país y de cada actor que tenga la capacidad de hacer un diagnóstico de cuáles son sus impactos y en qué ODS tiene impacto negativamente para la entidad, positivamente para colaborar.

El ejemplo de MAPFRE de micro aseguramientos, no es económico, su impacto es obviamente la gestión de cambio climático donde se tiene que pagar por catástrofes por cambio climático y demás. Esa orientación mucho más estratégica del rol que juegan las empresas, es fundamental. Somos un actor clave pero no es el único. Si no es a través de la articulación y alianzas no hay ningún actor que logre asumir el cumplimiento de la metas. Hay que reafirmar y es un componente necesario en Iberoamérica, trabajar en el diálogo y la confianza. Una vez no se reconozca eso no se puede hablar de alianzas público-privadas, erradicación de la pobreza, desnutrición, porque la alianza como Objetivo 17 es fundamental.

No se puede empoderar a las empresas como lo que va a venir a rescatar gobiernos y otros actores, el objetivo no sería real, se enviaría un mensaje equivocado. Se puede empoderar como el actor que puede mover la aguja fuertemente pero que no tiene supremacía en la agenda, sino que es el actor que debe promover confianza, capacidad de diálogo y articulación con actores para poder trabajar.

Miguel Castro, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Dos puntos específicos que coincidieron: Clara Bazán mencionó la importancia de obtener el compromiso de los empleados de MAPFRE como ciudadanos, porque como empresa y según el trabajo que la OCDE ha basado en eso, se puede dar como meta el desarrollo sostenible, pero la meta debe ser sostenible para la empresa y eso quiere decir que la empresa tiene que trabajar para que los empleados tengan ese compromiso. El otro, la clientela, las personas para quien la empresa trabaja tengan ese compromiso, porque si la clientela no tiene ese compromiso la empresa no puede tener estrategias con lo que la clientela quiera realizar.

En la iniciativa Manifiesto México está tratando de crear esa educación social del trabajo que hace la empresa privada, para beneficiar desde un punto de vista social, lo que significa el desarrollo sostenible. Sin la conciencia social de la ciudadanía como empleados o como clientes, la empresa no puede llegar a facilitar todos esos aspectos y no puede ser el actor que tiene el potencial para realizar estas metas. Este tipo de iniciativas debería ser ideal formarlas para replicarlas en más países y generar esa educación en términos sociales. Uno de los aspectos que constantemente se dice en los grupos de trabajo e investigaciones es que las empresas, uno de los retos que tienen para llevar a trabajar en el desarrollo sostenible es la clientela, la sociedad en general no tiene conocimiento o sensación de cómo les va a impactar directamente en el terreno.

Diana Chávez: Muy oportuno el comentario de la OCDE. Uno de los grandes temas que se están viendo y que es una herramienta para la implementación de los ODS por parte de las empresas son las directrices en términos de gobierno corporativo. Para que esto se realice tiene que haber un buen gobierno corporativo al interior de la empresa. Que esto realmente contribuya al ecosistema social y político.

Carlos Melo: Las presentaciones han puesto de relieve en una forma muy clara el doble rol que tienen las corporaciones, por un lado, como demandantes de políticas públicas, políticas fiscales, la creación de un mejor trabajo y, por otro lado, el compromiso que como tales deben asumir en la utilización. Es una realidad evidentemente en las compañías y, a través de la Secretaria de Empresarios Iberoamericanos, da mucho más eco a las solicitudes que tenemos de cambio que a los compromisos adquiridos en la Agenda.

Se ha avanzado mucho en la normalización y renovación de formas de medida del cumplimiento de objetivos a través de ISO por productividad, la presentación de memorias obligatorias de responsabilidad social pero queda mucho terreno que recorrer en la normalización de la implementación por el avance económico, algún tipo de política remanente pero necesaria, la generación de compromisos empresariales, de compromiso de objetivos conseguiría una acción mucho mayor.

Francis María Masek: Gerente de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica de Guatemala. En las empresas de la región centroamericana no estamos visibilizando bien el tema de los ODS, la población tampoco entiende cuál es la relación que tienen los ODS con las empresas, es algo que se deben llevar porque es importante para poder tener éxito en este Encuentro Empresarial.

Diana Chávez: A continuación, las reacciones a los comentarios recibidos en la mesa.

Clara Bazán: Congratulada que todos estén unidos y alineados. Es el momento del sector privado con la Agenda de desarrollo 2030, para poder mostrar que efectivamente es un sector que aporta a la sociedad, siendo ciudadanos corporativos en el sentido amplio, ejerciendo la capacidad de exigir que los poderes públicos hagan las cosas con cierto equilibrio pero defendiendo la parte social, ambiental, defendiendo el desarrollo.

Durante cierto tiempo se hizo una dejación de funciones más enfocadas en la parte filantrópica y es probable, que eso haya generado una falta de coherencia de lo que aportaban como filantropía y lo que hacían como empresas que daba una cierta desconfianza en la sociedad. La Agenda da la oportunidad de demostrar que con una agenda social y tener claras las prioridades de las empresas, la formación, el empleo de calidad, productividad, enriquecimiento personal, muchas de las empresas representadas en las diferentes confederaciones, se darán cuenta que los propios empleados participan en actividades de voluntariado. Es la capacidad que tienen las empresas y el sector privado en influir positivamente en ese cambio y ser transformadores. Es el momento idóneo para poner sobre la mesa que se tiene esa capacidad transformadora y generar esa confianza.

Fermín Acosta: De acuerdo con que es un compromiso colectivo y una meta de todos. Los ODS deben ser publicitados para que todos los conozcan no solo los que tienen la oportunidad de discutirlos sino para que las poblaciones, los agentes internos y externos, además de conocerlos se empoderen de ellos y obligue a los tomadores de decisiones a darles seguimiento a los temas, es fundamental. Cuando los pueblos se empoderen los gobiernos tienen que hacerles caso. Conocer los ODS por todos puede hacer que algunos salgan de una zona de confort y hacer que les importe, puede ser una realidad para la humanidad.

Francisco López: Se están viviendo momentos de cambio de paradigma. Este es un nuevo paradigma que se está presentado a la humanidad, por ejemplo, lo que ha pasado en Inglaterra -el Brexit-, es claro que las sociedades

han puesto en tela de juicio las democracias como se conocen hoy en día, todo sumado a que están comunicados en redes sociales. Se tiene que hacer una profunda reflexión si quieren ser relevantes en el contexto del futuro, se tienen que cambiar muchas prácticas que se venían haciendo cotidianamente de forma tradicional.

Lo que pasó en México fue clave, los medios tradicionales no fueron relevantes, las redes sociales fueron las que determinaron el triunfo del gobierno electo. COPARMEX está muy atrás en ser claro y creativo, de saber comunicar con las nuevas formas de comunicación. Si se tienen buenas ideas y acciones pero no se saben comunicar, difícilmente se puede incidir, hacer que las cosas cambien o sucedan. En el Encuentro Empresarial Iberoamericano se debe entrar en la reflexión de cómo cambiar las formas de comunicar y acercarse más a la sociedad, ser realmente un actor de debates, sino, se está en riesgo de quedar relegados.

Diana Chávez: Propongan la frase que les gustaría ver plasmada en el documento que se les entregará a los Jefes de Estado:

Fermín Acosta: El sector empresarial Iberoamericano apuesta por el logro de las metas trazadas en los ODS.

Clara Bazán: El sector empresarial como agente de transformación y cambio económico y social, como ciudadano corporativo.

Diana Chávez: Le queda a Francisco López la parte de la comunicación que es fundamental.

Francisco López: Se tiene que motivar a que más empresas y empresarios participen, no solo unos cuantos. En el caso de México, hay 2 millones de unidades económicas y COPARMEX tiene como 5 mil empresas. Si todos los emprendedores y empresarios participan y son activos con el público se puede tener mayor fuerza.

(La frase) La participación activa y organizada de los empresarios y empresarias como factor de futuro.

Diana Chávez: El nombre del juego es trabajo en equipo.

1.2 PANEL II:

El Comercio y la inversión como elementos de prosperidad y desarrollo

- América Latina y los obstáculos al comercio.
- Facilitación al comercio en Centro América: retos de futuro.
- La inversión en innovación como factor de productividad.
- Inversión y emprendimiento como motor de crecimiento.

Panelistas:

Manuel Estuardo Roldán, Viceministro de Relaciones Exteriores, Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala (MINEX).

Carlos Melo, Representante de país, Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Moderador:

Fermín Acosta, Confederación Patronal de la República Dominicana (COPARDOM).

El panel es interesantísimo porque recoge algunos conceptos que todos de una u otra forma creen y señalan. El comercio y la inversión generan crecimiento y que el crecimiento a su vez es un motor de la prosperidad, desarrollo e inversión.

En este panel Manuel Estuardo Roldán, Viceministro de Relaciones Exteriores, Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala (MINEX) y Carlos Melo, Representante de país, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), serán los expositores. A través de ellos se ve cómo la articulación comercial de Centroamérica, genera oportunidades que se convierten en desarrollo. Cuáles son los retos que presenta Latinoamérica en términos de crecimiento y de desarrollo. Se espera ver cómo la inversión y el emprendimiento se convierten en motores de la productividad y el crecimiento con desarrollo inclusivo.

Al final, se esperan respuestas de cómo articular las políticas públicas en el comercio y la inversión para generar crecimiento.

Manuel Estuardo Roldán: El tema Promoción del comercio y la atracción de inversiones, Guatemala para la prosperidad y el desarrollo. Es relevante visualizar que uno de los retos más importante que presenta Guatemala en su inversión es la generación de fuentes de trabajo. De acuerdo a algunas estimaciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), para el año 2032, Guatemala contará con 22 millones de habitantes, los cuales estarán principalmente en áreas urbanas y se estará frente a una población joven en edad productiva. La Política Nacional de Competitividad 2016-2032, presentada en febrero de 2018, busca precisamente generar desarrollo, calidad de vida y propiciar crecimiento económico, generando así oportunidades laborales a los guatemaltecos especialmente

a los jóvenes.

Esta política alinea los ejes nacionales con los 12 pilares del Foro Económico Mundial, lo que constituye un plazo decisivo para incluir en la atracción de las inversiones a Guatemala. Las instituciones involucradas en la temática continúan trabajando para construir una imagen de un país competitivo, mediante la formulación y puesta en marcha de una política agresiva en materia del comercio exterior y atracción de inversiones. Esta construcción se realiza tomando en cuenta los objetivos compartidos en las distintas instituciones públicas, privadas, academia y sociedad civil y hemos tomado como referencia los territorios con mayor potencial para propiciar la revitalización económica del país.

Guatemala es conocida como la metrópoli más dinámica de la región y el motor económico más grande de Centro América, en términos de intercambio comercial según datos de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Guatemala ha aportado en 2018 más del 25% de las exportaciones a la región durante el primer semestre por un monto de 2 mil 20 millones de dólares. Además, en el comercio intrarregional es el mayor exportador con un 32.9 de participación. Adicionalmente, representa el 29% de Producto Interno Bruto regional, siendo uno de los tres países a nivel latinoamericano que ha crecido económicamente durante los últimos 30 años. En esta región la economía guatemalteca se caracteriza por ser la menos volátil, de acuerdo con datos del Fondo Monetario Internacional (FMI). Se proyecta que 2018-22, Guatemala estará dentro de los cinco países con mejor perspectiva de crecimiento en Latinoamérica, donde presenta una plataforma atractiva para la inversión.

En lo que corresponde a la fuerza laboral, hay una población estimada de 16.9 millones de habitantes y una Población Económicamente Activa de 6.7 millones de personas, lo que representa a nivel latinoamericano la novena fuerza laboral más grande y la número uno en Centroamérica. El sistema económico es fuerte y estable. Panamá, Bolivia y Guatemala son los países latinoamericanos que no han decrecido en los últimos 20 años y se proyecta mayor dinamismo en los próximos años. El país refleja el índice de deuda pública interna más baja, no solo en Centroamérica sino a nivel latinoamericano. Global Compact Report 2016 y 2017, del Foro Económico Mundial, ha calificado a Guatemala entre los 10 países más competitivos Latinoamérica y el Caribe.

Guatemala exporta más de 4 mil 200 productos a nivel mundial a 149 diferentes países y ha logrado una diversificación en más de 17 países en 10 años, tiempo en el que ha demostrado el crecimiento del 74% en sus exportaciones. El café guatemalteco está dentro del Top 10 del mundo, el cacao es considerado de las mejores calidades para la industria. Productos como la melaza, preparaciones para salsas, hortalizas, aceite de palma, melón, cardamomo, entre otros productos, han crecido durante los últimos tres años, agregando diversificación al producto exportable.

El sector agroindustrial ha exportado durante los últimos cinco años un promedio de 5 mil millones de dólares anuales. Guatemala posee un alto compromiso hacia el mejoramiento continuo para el incremento de las exportaciones por lo que es importante resaltar que las ventas al exterior lo han sostenido alrededor de los 10 mil millones de dólares desde el año 2013, lo que ha reflejado que el monto total de las exportaciones del comercio general al año 2017 se sitúe en 11 mil 215 millones de dólares.

Dentro los principales sectores pujantes se encuentra la agroindustria, el sector de manufacturas que ha representado el 2.5% del PIB, logrando una generación de 2 mil 600 millones de dólares en exportaciones. El destino de las exportaciones guatemaltecas ha sido prioritariamente a Estados Unidos y a la misma región centroamericana, posicionando a la región como su segundo socio comercial.

Un sector que ha crecido en los últimos años ha sido el de servicios. Representa un valor de 750 millones de dólares. Las ventas al exterior se han sostenido durante el 2013. Los pujantes agroindustria, generando alrededor de 42 mil 600 empleos. El sector de energía en el cual Guatemala es el principal exportador en la región centroamericana. Las exportaciones en definitiva han cambiado la estructura productiva del país, llegando a tener un 74% de productos no tradicionales y un 26% de productos tradicionales en 148 mercados a nivel global.

Para continuar el fortalecimiento de una plataforma exportadora del país, tanto las entidades gubernamentales como las privadas, se encuentran trabajando una estrategia interna que fortalezca la competencia económica, que impulse el mercado interno y promueva la innovación y adopción de nuevas tecnologías en las empresas nacionales.

El fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa, es vital para el fortalecimiento de la cadena de la plataforma exportadora en aras de identificar las opciones que el país ofrece para llegar a otros mercados. El marco jurídico vigente en la estructura legal de Guatemala, contempla decretos y regulaciones que fortalecen la certeza jurídica y fomenta la inversión, incluyendo por ejemplo, la Ley de Zonas Francas (Decreto 65-89) y la Ley Emergente para la Conservación del Empleo (Decreto 19-2016).

La inversión extranjera directa entre 2000-2017 fue de 1,146.7 millones de dólares de acuerdo a los datos del Banco de Guatemala. Se destaca que Estados Unidos fue uno de los inversionistas directos más importante en el país, con una participación del 19% del total recibido por concepto de inversión extranjera directa. Dentro de las empresas estadounidenses con más inversión y que generan empleo en el país están los call centers. En los sectores donde se recibe mayor inversión están el comercio con 259.3 millones de dólares; la industria manufacturera con 251.7 millones de dólares; electricidad con 189.4 millones de dólares; bancos y aseguradores con 147 millones, telecomunicaciones con 120.2 millones de dólares, agricultura, petróleo minas y canteras con 61.3 millones de dólares, entre otros.

Actualmente se cuenta con dos acuerdos comerciales entre Tratados de Libre Comercio y Acuerdos de alcance parcial, que han permitido reducir y hasta eliminar en algunos casos las barreras arancelarias y no arancelarias de comercio, contribuyendo a mejorar la competitividad de las empresas, facilitando el incremento de flujo de inversión extranjera, al otorgar sentido de estabilidad en el tiempo a los inversionistas, a través de los acuerdos indicados se generan el 80% de las exportaciones nacionales.

La facilitación comercial en los procesos de comercio exterior, ha permitido que las condiciones mejoren, por ejemplo, se pueden citar casos de éxito como la Ventanilla Única para las Exportaciones que agiliza los trámites en permisos de exportación en coordinación con las instituciones involucradas, permite que estos procesos sean más eficientes y que reduzcan los costos de las operaciones. Para Guatemala, Estados Unidos ha sido uno de los socios más importantes con la entrada en vigencia del DR CAFTA, el cual permitió la consolidación de la participación con este país sobre las exportaciones y exportaciones con Guatemala.

En lo que concierne al crecimiento económico incluyente y sostenible se trabaja para mejorar la calidad de la vida de los guatemaltecos, permitiendo establecer una economía incluyente, sostenible, territorial, innovadora y global que promueva el empleo de jóvenes, la sostenibilidad económica, social y ambiental y la dinamización de economía territorial, para reducir la pobreza y lograr una economía en la que todos puedan participar.

Una de las acciones radica en la dinamización de la economía local, siendo un acercamiento de autoridades políticas, empresariales y de sociedad civil de municipios claves, para el desarrollo de ciudades intermedias, que

diversifican los focos comerciales del país, como se indica en el [Plan de Desarrollo, K'atun, Nuestra Guatemala 2032](#).

Hasta el momento los municipios priorizados entre ellos Chiquimula, Retalhuleu, Quetzaltenango, Cobán, Petén, Puerto Barrios, Escuintla, Huehuetenango y Antigua, convergen en diálogos para establecer proyectos de desarrollo social específicos para aprovechar los sectores potenciales de sus economías particulares.

En el Índice de Competitividad Global 2016-2017 del Foro Económico Mundial, Guatemala se posicionó en el puesto 78 de 140 países, destacando su fortaleza en el mercado financiero, de bienes, la sofisticación de los negocios y la estabilidad macroeconómica. A nivel general la calificación del país se encuentra por encima del promedio mundial en cuanto a libertad económica. Donde ocupa el puesto 74 entre 180 países, lo que lo respalda como un lugar atractivo para la inversión.

Las acciones emprendidas por el Ministerio de Relaciones Exteriores ha sido la consolidación de un Portafolio de Proyectos de Inversión y Cooperación. Es un aporte completo para ubicar al país destino de inversión y también para procurar apoyo de la cooperación internacional, con la intervención de otros actores estatales. Dentro de las principales acciones del plan de gobierno actual se encuentra la promoción de proyectos de impacto en áreas de inversión, cooperación, comercio y turismo. El Ministerio de Relaciones Exteriores lleva a cabo la reunión de coordinación interinstitucional para la preparación de un Portafolio de Proyectos enfocados a la inversión y Cooperación en Guatemala, como primer ejercicio para delimitar las necesidades de la población guatemalteca.

El Portafolio de Proyectos se consolidó en base a las prioridades establecidas en la política general de Gobierno, en la cual se delimitan cinco ejes principales: Transparencia, salud, educación, desarrollo y seguridad. Esta temática se encuentra contenida en el Plan Katún 2032, así como en la Agenda de Desarrollo Sostenible.

En la primera fase de construcción del Portafolio participaron 11 instituciones del Estado, este es un proceso abierto e incluyente donde la Cancillería continuará con una segunda fase en la que se sistematizara información de otras entidades del Estado.

De los 44 proyectos, 34 responden al Eje de desarrollo y se orientan a aportar en la consecución 5 objetivos de desarrollo 8, 9, 10, 11 y 12. Se tienen 4 proyectos que responden al Eje de salud y se alinean con el ODS 3. Cuatro proyectos que se destinan al Eje de seguridad, se alinean con el ODS 16, finalmente, se presentan dos proyectos que se enmarcan en el Eje de Educación, alineándose con el ODS 9.

El Portafolio se constituye con 44 proyectos, de los cuales 9 son proyectos de inversión priorizados; 11 proyectos de inversión propuestos en base de estudios y 24 proyectos de cooperación internacional. Los proyectos de inversión pretenden impulsar la infraestructura vial así como la modernización portuaria, la construcción de un nuevo aeropuerto, la construcción de un centro de investigación marino-costero y oceanográfico, promueven la consolidación de zonas de desarrollo económico y reconstrucción del servicio postal.

Los 24 proyectos de cooperación internacional persiguen impulsar equipamiento para la institución tecnológica,

el fortalecimiento de capacidad de Policía Nacional Civil, implementación de unidades de riego, equipos solares, curso de seguridad alimentaria y nutricional, finalmente, el fortalecimiento de capacidades de producción y comercialización de productos agrícolas y aviares. Con la identificación de proyectos de inversión y cooperación se busca beneficiar a quince departamentos del territorio nacional con una identificación de los municipios que serán beneficiados con los proyectos del portafolio.

Este ejercicio constituye la primera fase donde Cancillería con el apoyo de la institucionalidad pública está realizando un levantado de la demanda de proyectos de inversión y cooperación, los cuales responden a prioridades estratégicas del gobierno, además de alinearse a la Agenda internacional de desarrollo.

La unión aduanera significa para Centroamérica un gran avance, ya que el 80% del comercio bilateral gozará de libre tránsito, gracias a la armonización arancelaria homologada, próximamente se verán más productos de la región en cada uno de los países, consolidando un mercado común más atractivo, plural y competitivo.

Con la adhesión de la República de El Salvador, se establece una unión aduanera del Triángulo Norte, entre Guatemala, Honduras y El Salvador, representando aproximadamente 32 millones de personas, lo que equivale a un 67% de la población centroamericana y en términos económicos corresponde al 48% del Producto Interno Bruto de la región y un 69% de comercio, consolidándose como la 8ª. Economía de Latinoamérica. La unión aduanera propicia la libre locomoción de bienes y servicios, mediante la agilización de los pasos en frontera y la ubicación de aduanas periféricas, acortando los tiempos de traslados de mercancías y dándoles más eficiencia al mercado entre las naciones. Centroamérica ahora está a la puerta de nuevas oportunidades para nuestros pueblos, apostando el aumento del comercio, crecimiento de cadenas productivas y el acceso más inmediato de la oferta de productos entre los países.

La agilización de movimiento de productos entre mercancías ha reducido entre el 21 y 25% los costos logísticos, gracias a la factura y declaración única centroamericana que ha permitido un impulso a las exportaciones según datos del Banco Mundial. Los trámites que tardaban entre 6 y 55 horas en las fronteras ahora se ha reducido a 15 , lo que ha generado un aumento del Producto Interno Bruto de los países, facilitando el acceso a mercancías de las micro, pequeñas y medianas empresas de la región. Este proceso contribuirá de manera sustantiva a mejorar los índices de competitividad y será un paso importante en el desarrollo de empresas y el aumento de la productividad.

Guatemala se caracteriza por un entorno físico moderno que incluye una infraestructura entre comunicaciones desarrolladas, mano de obra altamente calificada, tecnología y recursos que permiten que los negocios respondan a la demanda global de productos y servicios. Cuenta con una riqueza natural, diversas oportunidades de inversión, particularmente en sectores como centros de atención al cliente, turismo, agroindustria, manufacturas livianas, vestuario y textiles, sectores que han sido catalogados como potenciales por el crecimiento económico incluyente y sostenible de acuerdo a la política económica 2016-2021. El trabajo conjunto permitirá continuar construyendo una Guatemala próspera inclusiva y sostenible.

Fermín Acosta: Guatemala tiene una economía que ha crecido continuamente durante los últimos 20 años, presenta una tendencia ascendente en cuanto a empleo e inversión, ha formado alianzas-público privadas para mejorar las condiciones de vida de su población, la sostenibilidad ambiental, el empleo joven y la mejora de las economías locales. Además de tener en carpeta proyectos alineados a los ODS.

¿Cómo se articula comercio e inversión con prosperidad y desarrollo?

Carlos Melo: Representante de país del Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Este es uno de los temas más importantes a nivel económico en la región y encontrar motores que ayuden, reactiven y nos permitan colocarnos a nivel de otras regiones del planeta en cuanto a crecimiento y a la prosperidad, es importante.

Hay mantener presente la interdependencia. El comercio y la inversión tienen una interdependencia grande, también la que hay entre crecimiento, inversión y productividad. En muchos casos se ha encontrado que hubo inversión pero ha faltado la productividad y, con la productividad, se hubiera impulsado el crecimiento con más fuerza traduciéndolo en bienestar de la población. Esta lección aprendida es que países como Guatemala ha mantenido un conjunto de indicadores macroeconómicos que le ha permitido pasar por momentos difíciles que vivió en los últimos años con más tranquilidad que otros países. A su vez, tiene que aprovechar esos indicadores porque puede generar mayor crecimiento. El crecimiento está por encima de lo que ha sido América Latina, en ese sentido son buenas noticias si se compara 2016 con 2017 de 7 países que había en recesión en 2016 se ha pasado a tener solamente 3 en 2017. El crecimiento promedio para el 2018 llegará casi a un 2 lo que los saca de donde estaban. Hay mucho espacio para crecer, muchas oportunidades.

El tema de la inversión extranjera y el comercio el BID lo ve como una interdependencia muy grande y tienen la capacidad de regenerar un ambiente de crecimiento y de bienestar para la población.

Los *commodities* con buenos precios que se tuvieron han caído, unos más que otros, se han afectado algunos países más que otros, pero se ha estado aprendiendo a vivir con esta nueva normalidad, ahí es donde hay que enfocarse en este momento. Llegar a los niveles o a los precios que se tenían de *commodities* anteriormente, se ve como algo muy difícil. Ahora el ejercicio de potencializar nuevos motores de enriquecimiento es muy importante.

La inversión extranjera directa tiene una capacidad de contribuir al desarrollo económico de nuestros países. Tiene el potencial de mejorar la productividad, genera divisas frescas, ayuda a hacer frente a la macro factura de importación, la balanza comercial de bienes y servicios, sobre todo, la cuenta corriente. Algo importante que se ha observado en la capacidad de generar empleos de calidad. El empleo que genera la inversión extranjera puede tener una remuneración hasta 25% superior a lo que tiene el mercado local, ese es un efecto colateral que ha sido demostrado y que se debe aprovechar para lo que se está buscando, el aumento de las exportaciones.

Otro tema importante de empleo es fomentar los encadenamientos. Es un mundo donde se tiene que ser consciente de cómo las cadenas de valor tienen un significado e impacto muy grande, la inversión extranjera tiene la capacidad de subir la vara con relación a los jugadores locales que tienen que enfrentarse a ese desafío que exige la inversión extranjera, el área de comodidad en la cual estaban empieza a apretar y hacen un esfuerzo adicional que terminando resulta de impacto general muy importante.

Existe la idea de que la inversión extranjera directa ha disminuido en la región, indudablemente, una es la baja en los precios de los *commodities* y la otra, cómo se ha estado contabilizando. Si se ve la inversión extranjera directa como los flujos de recursos transfronterizos frescos, se puede ver como la reinversión de las utilidades es lo que se está buscando en la región, pero también están las inversiones intercorporativas, en el mundo contable no se han incluido más, han caído los números, pero la buena noticia es que en general no han declinado, no han estado en los niveles que se habían visto en algunos países, los *commodities* han afectado.

No hay duda, la región tiene que hacer muchos esfuerzos para atraer la inversión extranjera directa. Es muy importante leer las diferentes señales de lo que está ocurriendo en el mundo, por ejemplo, en Estados Unidos se han generado algunas ventajas impositivas que puede hacer que muchos inversores prefieran quedarse en

cierto ámbito y no salir a tomar riesgos. Hay varias alternativas en el mundo, la Unión Europea es un lugar donde se puede encontrar apoyo, no se descarta la inversión interregional porque ha dado dando varios ejemplos de buenos resultados en la región centroamericana, hay que estimularla y promover más. China también siempre está, aparece como oferta y algunos dicen que no es tan fácil pero se tiene que mantener presente y hacer una lectura clara de dónde estamos.

¿Cómo promover la inversión extranjera directa? Mejorando el clima de negocios. Seguir trabajando en las exigencias de operación y sin descuidar los marcos regulatorios, mantenerse actualizados, hay sistemas tecnológicos que ayudarían en este proceso de innovación y liberación de los modelos anticuados con los que a veces se está trabajando.

Es muy importante la simplificación y estabilidad regulatoria, porque a veces el inversor no quiere que le estén cambiando las reglas pues es lo que le permite hacer sus proyecciones. La estabilidad macroeconómica es un componente muy fuerte y se tiene que entender que el inversionista cuanto más débiles ve esos factores más va a querer mantenerse fuera de riesgo, lo que afecta tasas de interés, capacitación de la mano de obra, infraestructura, donde se tiene una tarea pendiente muy fuerte porque aunque hay simetrías entre los países hay mucha inversión por hacer en temas de infraestructura.

En cuanto a la conectividad, la banda ancha hasta hace algunos años los marcos regulatorios no lo preveían, hoy día es otra brecha de desarrollo que cuanto antes los países lo puedan incorporar será mejor.

La red de apoyo comerciales y la protección de inversiones tienen que tener un balance. Algunas veces hay muchos acuerdos comerciales y cuando el inversor llega al país le cuesta entender.

Otro tema en el que algunos países ya han tomado la iniciativa es en la creación de agencias de atracción de inversiones que sirven para promover sectores estratégicos y mejorar la imagen del país. Las recetas tradicionales de la participación en ferias han dado muchos resultados. Hay que seguir actualizándose, buscando herramientas que los vuelvan efectivos, buscar donde están la principales dificultades que tienen los inversionistas en su pre y en su post establecimiento. Los inversionistas quieren tener claro cómo es el tema y si tienen apoyo en distintos temas, por ejemplo, cómo van a reinvertir su ganancia y otros desafíos que pueden tener; si hay una agencia especializada que entiende el lenguaje y la problemática del inversor le va a quedar una predisposición mucho mayor y se nota la diferencia donde hay y donde no.

Para buscar una mayor apertura comercial la política se ha concentrado en la eliminación de barreras comerciales sin dedicarle la atención suficiente a cuáles son otros costos que tiene eso. Las liberaciones exitosas pueden llegar a generarnos con efectos colaterales otras complicaciones, las reglas de origen muchas veces inhiben el intercambio comercial.

En el tema de infraestructura, los costos crecientes de logística. El inversor que quiere estar a largo plazo los toma en cuenta y los mete dentro de su ecuación. Se puede reaccionar de manera concreta y específica sobre el tema del transporte en América Latina, hacemos comparaciones con los tiempos que toman los trayectos, no solo en las aduanas sino los que toman muchas veces en trayectos de la mercadería, de competitividad, las debilidades que se tienen en conectividad, por ejemplo, el tema de la banda ancha y muchos otros. En eso podemos influenciar y otorgar como un producto importante.

Se tiene que ser muy consciente de que se está en un ambiente muy competitivo y cada vez más competitivo. En esa carrera de la competitividad el tema del financiamiento se ha detectado como otra de las pequeñas barreras, especialmente en las exportaciones, se ha trabajado en varias líneas y el resultado que hay especialmente para las pymes es donde hay que enfocarse para encontrar las tecnologías financieras más eficientes, para llegar a las pymes que tienen aspiraciones para la exportación. Las pymes son una fuente de trabajo extraordinaria en la región pero tienen la capacidad, muchas veces, de reaccionar de una manera muy ágil pero tienen algunos cuellos de botella fuertes.

En este un nuevo mundo de las industrias disruptivas de crecimiento exponencial en Guatemala ya hay un ejemplo en Cuatro Grados Norte, donde hay un crecimiento de industrias de innovación fuerte está ocurriendo paralelamente, muchas veces sin que se den cuenta que el crecimiento de ese sector es mucho mayor de lo que se piensa. Este sector está condicionado a lo que se llama las 3F, *family, friends and food*. Es interesante porque, por ejemplo, cuando se habla con este tipo de empresarios tienen un concepto sobre la quiebra que no lo tiene el empresario tradicional. Ellos lo ven cuando tienen 4 o 5 ideas funcionando y a alguna le pegan y le pegan en serio, por eso se han visto acciones en la bolsa de valores.

La región puede aportar mucho y hay un gran componente para mostrar a la inversión extranjera. El Banco Interamericano de Desarrollo está convencido de que la apertura económica y la integración, si bien son condicionantes, no son exclusivas de este tema, los aspectos de debilidades educacionales de la región hay que fortalecerlos, se debe tomar especial atención a la política pública y cómo se está manejando. Hay que tener una actualización de las destrezas que está demandando el mercado. Hay muchos temas pero hay que tener capacidad de reducir a fórmulas muy concretas y encontrar cuáles son los elementos esenciales para poder alimentar la discusión del comercio y la inversión.

La tarea es mucha pero hay espacio para seguir contribuyendo y el BID está comprometido en eso, la región tiene mucho que aportar y aprender. En ese trabajo de sinergias y en los encuentros de foros, concientizar a la clase emergente de dónde están y las oportunidades que se tienen. Se puede contar con el BID para continuar con la cruzada y que de este encuentro preparatorio salgan los desafíos importantes para presentar en la Cumbre.

Fermín Acosta: En los acuerdos de libre comercio que firmó Guatemala ¿cuáles han sido los defectos en balanzas comerciales y de pago, han sido positivos o negativos?

Manuel Estuardo Roldán: El efecto ha sido positivo, en términos centroamericanos –Guatemala, Honduras y El Salvador-. En el tema CAFTA RD también ha sido positivo, entendemos que hay ciclos en el comercio, en términos generales han sido positivos.

Fermín Acosta: ¿Han tomado medidas específicas en temas puntuales para lograr resultados positivos?, porque en caso de República Dominicana ha sido todo lo contrario.

Manuel Estuardo Roldán: Los acuerdos de libre comercio tienen efectos positivos y negativos, algunas veces se

ha escuchado la frase del “daño aceptable” al referirse a esos temas, hay algunas empresas que con la liberalización del comercio sucumben ante una competencia mucho mayor, efectivamente el bien jurídico tutelado permite la libertad comercial. Guatemala tiene una economía que se ha adaptado a los cambios, hemos querido diversificar algunos sectores encontrándonos con algún acierto o con alguna complicación pero el bien que se ha querido tutelar es la libertad.

Fermín Acosta: ¿Tiene Guatemala identificada alguna política pública concreta alineada al cumplimiento de los ODS?

Manuel Estuardo Roldán: En el Plan Nacional de Desarrollo K'atun: nuestra Guatemala 2032, varios ODS están incluidos y proyectados, es un gran valor que se tiene porque es un plan que no se diseñó para un gobierno, es un plan que ha venido siendo perfeccionado en donde los ODS son la base de muchas de las actividades.

Fermín Acosta: ¿El BID ha documentado alguna buena práctica de algún país que ha logrado incrementar su crecimiento económico e incrementar sus inversiones al mismo tiempo?

Carlos Melo: Un ejemplo de cómo ha funcionado en un contexto muy complejo por el tamaño y el contexto de su economía es Brasil, ha pasado en los últimos años el efecto que todos conocemos, pero durante años se pudo ver cómo tuvo impacto en la incorporación de más de 40 millones de personas. Sí hay casos, cada país tiene sus propias características y desafíos de competitividad, tiene incluso mercados externos que los afectan. A veces nos cansamos de comentar Chile que es otro ejemplo. Aplicando ciertas variables en la ecuación se van a tener ciertos resultados, no hay recetas, cada uno tiene sus propias condiciones.

Fermín Acosta: ¿Con qué frase les gustaría que este panel en el Encuentro Empresarial de noviembre resumiera: comercio, inversión, prosperidad y desarrollo?

Manuel Estuardo Roldán: La inversión, la innovación y la productividad son la fórmula para el desarrollo que todos necesitamos.

Carlos Melo: Una frase que utilizada es que, cada vez que atrasamos una inversión, estamos atrasado nuestro desarrollo que tiene impacto en el bienestar de nuestra población.

1.3 PANEL III: Mujer y Poder Económico

- El empoderamiento económico de las mujeres en la Agenda 2030.
- Retos para la igualdad de género en el sector privado.
- Igualdad de género y gobierno corporativo.
- Experiencias exitosas para la promoción de la igualdad de género en la empresa.

Panelistas:

Fanny de Estrada, Fundadora de la [Asociación Guatemalteca de Exportadores de Guatemala \(AGEXPORT\)](#).

Andrea Castaño De la Torre, Asesora Global del [Programa de Sellos de Igualdad de Género, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo \(PNUD\)](#).

Andrea Castaño: Abrir el espacio de discusión del sector privado y la libertad de género es fundamental para el avance en cualquier de los temas que se tengan que tocar en la Agenda 2030. Más que presentar datos y

proyectos específicos estamos construyendo con estas intervenciones, si queremos que de aquí salgan elementos concretos para la Agenda.

Trabajo en un proyecto de género muy particular que es el Sello de Igualdad de Género. ¿Qué se entiende por mujer y poder económico y los retos y oportunidades que tienen mujeres y hombres dentro de la Agenda 2030?

Cómo la Agenda 2030 aborda el enfoque de género, cuando dicen igualdad de género y ODS, se piensa en el ODS 5, pero en realidad la Agenda es tan audaz y moderna que invita a reconocer la problemática, por ejemplo, la existencia de esas brechas de género y por eso se necesita un ODS en particular para poder cerrar brechas entre hombres y mujeres en temas específicos, pero también, tenemos que tener una mirada más global y universal, y saber que la desigualdad está en las distintas ODS.

La Agenda Global 2030 hace énfasis en que el cierre de brechas es fundamental, no solamente para el abordaje del ODS 5 sino para el abordaje de múltiples ODS. La igualdad es vista como un elemento acelerador, en Naciones Unidas los aceleradores son aquellos elementos en donde al trabajar específicamente en una problemática, no solamente se logran metas de esa problemática en sí, sino que le pegan a otros objetivos de manera efectiva y completa.

Cuando se ve cada una de las metas de los ODS se identifica que 12 de los 17 ODS, tienen metas específicas de género. Eso significa que son elementos desagregados entre hombres y mujeres, por ejemplo en educación, dice que va a trabajar con niños y niñas, en la cuestión de paridad en educación en cuanto a la relación secundaria y terciaria, hombres y mujeres. Si se habla de elementos de salud, se ve salud sexual y reproductiva que tiene un elemento fundamental dentro del proceso de crecimiento de ciclo de vida de las mujeres. 12 de esos 17 ODS tienen metas específicas desagregadas por sexo. De 231 indicadores que se tienen dentro de la Agenda, 53 indicadores hacen referencia de forma explícita a mujeres y niñas. Cuando se ven todos los indicadores se ve que hay algunos que están explícitamente vinculados a mujeres y otros que si bien no están explícitamente vinculados, generan condiciones necesarias para que esa igualdad de género se logre. La igualdad de género es transversal a toda la agenda ODS.

Cuando se habla de desarrollo humano y de progreso multidimensional, también se hace una relación gigante para conocer las exclusiones duras que afectan el progreso multidimensional.

En América Latina y el Caribe se ha tenido un avance muy grande en cuando a desarrollo económico. Se está reduciendo la pobreza de ingresos de una manera sustancial, pero ¿cómo se está llevando a nuestras poblaciones a vivir un desarrollo realmente sostenible y quiénes se están quedando atrás? La Agenda 2030 nos pone en un principio fundamental que es no dejar a nadie atrás. Primero, hay que reconocer cuáles son esas exclusiones que, si bien no se pueden superar aun cuando se tenga muchísimo dinero y muchísimo desarrollo económico, estas exclusiones tienen que ver con las prácticas y expectativas de género, tienen que ver con la clase social, etnia, raza, presencia de personas con discapacidad dentro del mercado laboral, religión, nacionalidad, zona de residencia -si las personas viven en lo urbano o lo rural-, y si hay un común denominador de todas las categorías que nos identifican con las poblaciones que se están quedando atrás. Ese común denominador son las relaciones de poder desigualdades, construidas a través de los roles que culturalmente hemos generado dentro de las sociedades, eso es lo que se debe superar para dejar a todos en la misma línea y competir bajo las mismas circunstancias y, poder lograr dentro de nuestras organizaciones, un mercado realmente equitativo.

¿Cómo se están manejando las relaciones de poder y si están siendo iguales con algunas de estas poblaciones en particular? Para aplicar cómo no dejar a nadie atrás, habrá que ponerse las “gafas de género”, qué significan: Entender qué es género, hablar de hombres y mujeres. Cuando se habla de equidad de género no se habla solo de implementar políticas afirmativas, exclusivas para mujeres, no se está hablando de una empresa de un sector masculinizado y como se está buscando equidad de género necesita una paridad, sacar a 50% de hombre y meter 50% de mujeres, eso no es género. Lo que se hace con la identidad de género es identificar cuáles son las potencialidades de cada una de las personas que están dentro de la empresa y cómo se puede lograr que las condiciones de política, culturales, las condiciones estructurales de nuestras organizaciones traten a todos de forma igualitaria, exactamente las mismas oportunidades de entrada, capacitación, desarrollo profesional y ejercicio de liderazgos. Eso es lo que se quiere.

Al ponerse las gafas de género habrá que identificar que las categorías de análisis no son binarias, no se habla de

hombres y mujeres, hay muchos tipos de hombres y mujeres que la Agenda 2030 nos invita a identificar, cuáles son las diversidades en cuanto a hombres y mujeres y cuáles las diversidades internas dentro de las organizaciones.

¿Cómo se aborda la igualdad de género dentro de la Agenda 2030 y en este caso particular en el mercado laboral? ¿Cuáles son los retos que se tienen en materia de igualdad de género? Cuando se hizo el cierre de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la primera pregunta fue si ha habido avances en cuanto al mercado educativo y laboral, y aun así, cuando se va a las empresas se pregunta por qué las mujeres no están en equidad o en una situación igualitaria dentro de las organizaciones. La primera respuesta del sector privado respecto a las mujeres es que no están suficientemente educadas, hay problemas para encontrar mujeres dentro de los sectores económicos, al ir a los datos, efectivamente, lo que se ve es que hay paridad en educación primaria, fue un logro fundamental dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, pero en la educación secundaria y terciaria hay más mujeres que hombres educados.

En América Latina y el Caribe al 2017, por cada 5 mujeres con título universitario, había 4 hombres con título universitario. Es un problema de educación o es un problema de pertinencia en la educación.

¿En qué se está educando a las mujeres? En un sector de servicios, en un sector que replica roles de género y que las hace ser segregadas en ciertas labores de cuidado que son menos valoradas por el mercado. Dentro de la teoría económica neoclásica, uno de los puntos importantes es que, el hogar es una unidad de consumo y el trabajo o el mercado laboral es una de producción y la producción es la que da el valor agregado, es lo que pone valor agregado a los elementos y es lo que se remunera, es lo que se valora, en cambio el consumo, no tanto.

Hay una nueva visión de la economía donde no solamente las labores productivas son las que dan valor a la economía sino también las labores reproductivas. ¿Qué pasa si se tuviera una marcha de brazos caídos donde ninguna mujer hiciera labores de cuidado durante un mes? Las empresas tampoco funcionarían, habría un caos, problemas que afectarían directamente el sistema reproductivo y el sistema productivo.

¿En qué se están educando las mujeres? Aun cuando se están educando más ellas, siguen teniendo una tasa de desempleo más alta. Las mujeres en América Latina tienen una tasa de desempleo de 8.6%, mientras que los hombres tienen una tasa de 6.6%, es una brecha de 2 puntos porcentuales y cuando entran al mercado laboral el hecho de que ellas estén siendo aún las responsables, casi exclusivas, de las labores de cuidado, hace que necesiten unas condiciones de flexibilidad muy importante al momento de balancear sus tareas reproductivas y productivas.

Tenemos un mundo en donde después de la revolución industrial se negociaron las posiciones de la mujer dentro del sector productivo, ahora hombres y mujeres estamos dentro del sector laboral pero en realidad los roles reproductivos nunca se negociaron. Esta necesidad de flexibilidad hace que las mujeres entren en mayor medida al sector informal. En América Latina el sector informal es de 47%; el de informalidad femenina es del 54%, mientras que la informalidad masculina es del 48%. Los mercados laborales informales redundan sustancialmente en la calidad del empleo y en la calidad de vida de las personas y se busca con los ODS el logro de un empleo decente. No se pueden dejar a un lado la disminución de las tasas de informalidad en nuestros países.

Cuando las mujeres están ya en el mercado laboral, a veces en el mercado laboral informal, cuando están adentro, por el desarrollo del mismo trabajo aún no están recibiendo la misma remuneración que los hombres. Mundialmente las mujeres ganan 23% menos que los hombres por el desarrollo de un trabajo similar, no es por el desarrollo de un trabajo de igual valor, porque esas mediciones son bastante difíciles de realizar, en promedio

están ganando 23% menos que los hombres. En América Latina este porcentaje hasta 2016 era 16%, ahora se tiene un repique y estamos entre el 17, 18%, según cifras de la CEPAL.

En Guatemala tenemos un porcentaje de brecha salarial del 27.2%. Este es un país de América Latina que tiene unas brechas salariales más altas, esto no ocurre en lo urbano, ocurre en promedio. Cuando nos ponemos esas gafas de género y vemos qué está pasando con los hombres y las mujeres en lo rural, vemos que esas brechas pueden aumentar a 50, 53% dependiendo de los países de América Latina que se estén analizando.

En realidad qué podemos hacer desde las empresas para ver cómo se están asignando los salarios, porque las personas de recursos humanos de las compañías no se sientan a verlo. Hay unas asociaciones específicas de roles de género de manera inconsciente que están produciendo esas brechas de género en ciertas poblaciones. Un elemento es la carga de responsabilidades de cuidado, el hecho de que se piense que las labores de reproducción son exclusivamente femeninas o predominantemente femeninas, hace ver la función del trabajo no solamente como trabajo remunerado y no remunerado, las mujeres están trabajando en ese momento 10.8 horas más a la semana que los hombres, eso significa que mientras los hombres trabajan 4 semanas en un mes, si se suman esos trabajos, las mujeres trabajan 5 o 6 semanas en un mes, pero están ganando 23% menos en el mundo o 17% menos en América Latina y el Caribe.

En el mundo tenemos que las mujeres dedican 4 horas 30 minutos a labores de cuidado al día, mientras que los hombres dedican una hora y 20 minutos. En América Latina la brecha es un poco más amplia, las mujeres dedican alrededor de 5 horas a las labores de cuidado al día y los hombres una hora. Son roles de género que no nos permiten un balance en nuestra vida personal y por ende, no permiten tener un balance en la vida laboral. Uno de los retos que se tienen que trabajar en el mercado laboral es la presencia de las mujeres en posiciones de liderazgo. 57% de las empresas en América Latina tienen menos del 30% de mujeres en alta gerencia, en teoría dicen que Colombia es uno de los países con mayor número de mujeres dentro de los puestos directivos.

¿Qué es lo que está pasando en la región? Esto cambia en algunos países con notas legislativas, pero ¿en realidad es sostenible? Es una pregunta que el sector privado debe hacerse, todos debiésemos preguntarnos, es sostenible estas medidas afirmativas o es necesario trabajar desde el comienzo en la relación entre nuestros hijos e hijas y en el desarrollo de capacidades reales y en la apertura de caminos de desarrollo laboral sostenibles. Es una versión a largo plazo de lo que se podría hacer con cuotas específicas.

Al ritmo actual, si no dejáramos nada, si nos quedáramos en el statu quo, tomaría 217 años cerrar la brecha económica de género. Es interesante en el sentido en que a veces hay personas que 217 no es mucho, pero váyanse 200 años atrás y pregúntenle a una mujer que no podía votar o educarse ¿va a esperar 217 años para tener las mismas condiciones que el resto de la población?

¿Cómo se traduce esto en una empresa, por qué es importante y por qué se habla en el marco de este Encuentro? Primero hay que identificar y entender que cualquier país que no incorpore a más del 50% de su población en igualdad de condiciones no va a tener una economía sostenible, no va a lograr ninguna de las metas que se tienen entre la Agenda 2030.

Cuando estudiamos las correlaciones en el Índice de Desarrollo Humano y el [Índice de Brechas de Género](#), tienen los mayores índices de desarrollo humano y adicional, cuando hacemos la correlación entre el Índice de Competitividad Global y el Índice de Brechas de Género vemos sorprendentemente que aquellos que tienen menos brechas de género y tienen mayor competitividad, es decir que la correlación entre el desarrollo económico y los resultados económicos del tratamiento igualitario de la población, son evidentes.

Hay un estudio muy importante que presentó el Informe Global sobre la brecha de Género en el 2017 que dice que el poder del mercado de las mujeres en billones de dólares está incrementando sustancialmente, cuando el ingreso de las mujeres aumenta, el consumo y la demanda de bienes en distintos sectores aumenta sustancialmente. El 65% de las decisiones de consumo en un hogar lo manejan las mujeres y se espera que para el 2018, el 65% crezca a un 85%. El 85% de decisiones de consumo de los hogares lo van a manejar las mujeres.

No solamente es que se entienda qué es la diversidad al interior de las compañías sino qué pasa con quienes están comprando nuestros productos. Por los dos lados es importante tratar de empoderar el crecimiento económico de la mujer.

¿Es la igualdad de género un buen negocio para la empresa? La respuesta es sí. No solamente porque es algo que se debe hacer, que es lo correcto en materia de derechos, sino porque está comprobado que una empresa que tiene una política de igualdad de género y de escucha activa a sus trabajadores y trabajadoras, va a generar una disminución en los costos asociados de rotación, ausentismo y aumento de productividad.

Se dice que el costo de productividad, reemplazar el personal puede costar entre 6 y 9 meses de salario de esa persona. Si los costos de rotación en una empresa son sustancialmente altos y cuando se tienen políticas de igualdad de género las trabajadoras y trabajadores se sienten escuchados y le dan un sentido de pertenencia importante dentro la compañía, se reducen los índices de rotación en más o menos un 30% en las empresas estudiadas.

Es cierto que los equipos altamente comprometidos reportan incrementos del 20% en su productividad y no solamente es por el hecho de ser equipos diversos, sino también, es por las mejoras en el ambiente laboral y por el incremento en los procesos de innovación. El ausentismo se reduce en un 41% con equipos altamente comprometidos y ese compromiso es estimulado por las políticas de diversidad e inclusión y equidad de género. Las empresas con equipos directivos más diversos son comprobadas de ser empresas más innovadoras, *The Boston Consulting Group* hizo estudio con 1,700 empresas, en 8 países distintos. Estas 1,700 empresas tuvieron un desarrollo económico importante, cambiaron sus políticas de diversidad e incrementaron la participación de mujeres, personas de diferentes nacionalidades, personas de diferentes industrias y personas reclutadas en líneas de carreras distintas. Hicieron una mezcla importante de sus elementos. No importante en materia porcentual pero sí en materia de orígenes de las personas que participaron dentro de los grupos directivos. En promedio se aumentó un 26% en ingresos de productos y servicios, pero las empresas que aumentaban más de los porcentajes, incrementaban en 2.5% la presencia de mujeres, en 1.5% de personas de distintas nacionalidades, 2% en personas de distintas industrias y 3% en personas con línea de carrera diferentes. Tuvieron un aumento de 45% en el ingreso de las ventas en los últimos tres años desde que implementaron esas políticas de diversificación

dentro de sus juntas directivas. Efectivamente, hay una correlación directa entre la diversidad y los procesos de innovación que tiene una mejor redundancia dentro del desempeño financiero.

Hay estudios que analizan las Juntas Directivas diversas y los retornos de inversión, la mayoría de estudios muestran efectos estadísticamente significativos y positivos sobre cualquiera de las dimensiones de los retornos financieros de las compañías. Está muy relacionado con tener un consumidor más inteligente y personas que están exigiendo más del sector privado y público, pero más del sector privado que aquellas empresas que de manera explícita están haciendo un trabajo en materia de equidad de género, van a tener un efecto positivo sobre su reconocimiento de marca.

[McKinsey Company](#) en el 2012 hizo un trabajo de investigación con 235 empresas europeas y las encuestó, el 58% tenía programas de diversidad y ese 58% reportó tener un personal más motivado que redundó en mejor servicio, mejor atención al cliente, clientes más satisfechos 57%, eso a su vez, redundó en un mejor reconocimiento de marca, 69% de las empresas. En definitiva, aquellas empresas que tienen explícitamente un trabajo en equidad de género y en diversidad van a tener un efecto positivo sobre sus clientes y sobre el reconocimiento de marca.

Hay un estudio interesante que hizo Haití, donde se vio cuál era la disponibilidad a pagar de los clientes que reconocían visiblemente las buenas prácticas dentro de la compañía en materia de igualdad. Se les preguntó a los consumidores qué tanto estarían dispuestos a pagar demás por exactamente el mismo producto -una libra de café-, de una empresa que puede asegurar, trabaja con condiciones de empleo decente de igualdad de género y, por exactamente la misma libra café, que está hecho por no trabajo decente y explotación laboral. La respuesta fue que el consumidor estaría dispuesto a pagar 17% más, únicamente por identificar que esa empresa tiene elementos de Responsabilidad Social Empresarial, igualdad de género y diversidad, entonces tiene un efecto importante sobre la disponibilidad a pagar de los consumidores.

Las empresas con más mujeres en cuerpos directivos también tienen un mejor gobierno corporativo. *Universal Business School* dice que la Juntas con balance de género dedican más esfuerzo a los procesos de monitoreo organizacional. Cuando se evalúa qué está pasando en la compañía, la mayor cantidad de empresas que tienen política de monitoreo están asociadas a empresas que tienen mayor diversidad de presencia de mujeres y hombres entre sus Juntas Directivas.

Las empresas con al menos una mujer en su Junta Directiva pueden reducir el riesgo de quiebra en 20%, esto está asociado también a la mayor presencia de esquemas de monitoreo o evaluación de las políticas organizacionales. La composición ideal para que en un grupo de 10 personas se escuche la voz de todos es 30-70, es decir, cuando tenemos un grupo de 10 hombres e incorporamos a una mujer, en esa Junta Directiva la tasa de escucha de esa mujer es muy baja, la mujer puede hablar, gritar, puede hacer un montón de cosas pero que en la realidad la opinión de esa mujer quede dentro de la cabeza de los hombres de la Junta Directiva y dentro de las decisiones organizacionales, es muy poca.

Cuando hay 3 mujeres en un grupo de 10 hombres, es decir, si tenemos una composición de 30-70 o, al contrario, cuando son 3 hombres y 7 mujeres, los balances de poder comienzan a equilibrarse y ahí es donde podemos tener realmente decisiones incluyentes donde se vean las perspectivas de los demás estructuradas y como resultado en decisiones finales dentro de la organización.

El estudio muestra que la decisión de las mujeres en las empresas con dirección ejecutiva con posición 30-70, tienen menor riesgo de insolvencia y, que las juntas directivas con al menos 3 mujeres, tienen mayor responsabilidad en

asuntos corporativos, en comparación con aquellas que tienen juntas completamente masculinizadas.

En resumen, después de tener todos estos datos y ver por qué la equidad de género es necesaria, es importante aclarar por qué el trabajo con sectores predominantemente masculinos, en donde la presencia en las Juntas Directivas con hombres profundamente feministas, ha tenido un efecto importante con los elementos de conciencia de igualdad de género que permite lograr esos procesos de diversidad inclusión y sostenibilidad, más allá de presencia de mujeres que algún momento podrían también reproducir ciertos roles masculinos.

En resumen: La equidad de género dentro del mercado laboral va a mejorar la competitividad y promover la innovación, porque habrá más formas de pensamiento, análisis de los problemas, resolución de conflictos y de manejo de recursos escasos que nos va a permitir potenciar nuestros procesos de innovación.

Se tendrá un ambiente de trabajo igualitario que maximiza las capacidades de todo el personal y mejora el ambiente de trabajo al reducir la rotación, reducción de costos, capacitación y a retener el mejor talento. Hay fuga de cerebros de nuestros países, las organizaciones nacionales están teniendo una pérdida de capacidad y cerebros importantes que está reduciendo la competitividad.

Mejorar la imagen corporativa tiene un efecto positivo en la reputación.

¿Qué se puede hacer como empresas? Transformar el ADN organizacional, ver qué está pasando y cuáles son los roles para que organización tome las decisiones que está tomando. No es que se estén tomando decisiones incorrectas, se están tomando decisiones permeadas por el cerebro inconsciente.

Erick Kandel, de la Universidad de Columbia, hizo un estudio donde identificó que el cerebro funciona con un cerebro consciente y otro inconsciente. El inconsciente es lo que funciona instintivamente, por ejemplo, quién cuida a los hijos, la mujer; ahora, si ya se piensa en estas generaciones, no solo las mujeres cuidan a los hijos, también los hombres, pero eso después de hacer una reflexión más cuidadosa donde ya entra el cerebro consciente. Eso pasa con cualquier elemento que tenga que ver con roles que nuestra cultura ha alimentado y nos dice, así es como debieran ser las cosas instintivamente.

Del 80 al 90% de las decisiones que tomamos como seres humanos lo hacemos con el cerebro inconsciente. Erick Kandel dice que para que el cerebro desaprenda cosas que históricamente han estado grabadas dentro de los patrones comportamentales, culturales, dentro del ADN, para que el cerebro desaprenda, es casi imposible. Hay que agarrarse de ese “casi” porque se ha visto que las políticas que hacen llamado al desaprendizaje cultural, son efectivas y sostenibles en el tiempo. Son de largo plazo porque hacer un cambio cultural es mucho más difícil que hacer un cambio organizacional o un cambio estructural, pero son más sostenibles.

Uno de los ejemplos efectivos en Colombia fue la política de Cero Tabaco, antes la gente salía de rumba y en restaurantes o discotecas se fumaba adentro y todos olían a cigarrillo; dos años y medio después de que esa política fue implementada en Bogotá, ni una sola persona, sin tener consecuencias coercitivas, puede fumar dentro de los espacios cerrados, en discotecas y restaurantes nadie va oliendo a cigarrillo. Esa fue una política de cambio cultural.

Básicamente, a eso es lo que el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo ha decidido llegar, a las transformaciones culturales individuales a través del sector privado. No hay un agente más efectivo en la transformación cultural individual de los ciudadanos que en la empresa privada. Tratar como Gobierno de cambiar la cabeza de cada uno de sus ciudadanos y ciudadanas es muy difícil, toma muchísimos años. Cuando se tiene una sombrilla más grande en materia cultural, de esa cultura organizacional y se cambia esa sombrilla cultural, permea más fácil el cambio de esas sombrillitas culturales individuales.

Hay que revisar cómo está estructurada la cultura organizacional en materia de diversidad, inclusión, tolerancia, igualdad de género y modificar ese ADN en la cultura organizacional para poder transformar las culturas individuales de los ciudadanos. Sí se puede cambiar la cultura.

Las preguntas claves para identificar las brechas con indicadores y una metodología serían: ¿Hay ocupaciones masculinizadas o feminizadas dentro de la empresa? ¿Se tienen ocupaciones que solamente sean realizadas por hombres o mujeres? ¿Tenemos hombres y mujeres que están ganando lo mismo por el desarrollo del mismo trabajo? ¿Se tienen las mismas oportunidades para hombres y mujeres en materia de balance de la vida familiar y laboral?

Una anécdota. Una empresa en República Dominicana daba teletrabajo, es una actividad popular en materia de flexibilización laboral, pero resulta que ese teletrabajo está concentrado solamente en las mujeres y no a los hombres. Decían el teletrabajo no funciona, en teoría es más eficiente y efectivo pero la mayoría de teletrabajadoras no están siendo efectivas. Problema sustancial en la materia, lo que pasaba es que las personas que utilizaban el teletrabajo en realidad eran mujeres que tenían tareas de casa al mismo tiempo y no estaban implementando la flexibilidad como debía implementarse.

Hay que tener cuidado con las medidas de flexibilización: 1. Quién toma las medidas de flexibilización; 2. Qué está pasando con las personas que tienen personal a cargo, directivos, líderes organizacionales. Normalmente son las personas que más necesitan procesos de flexibilización, las que necesitan cumplir con horarios taxativos, los que necesitan como hombres, tener una paternidad activa, esas son las personas que están ejerciendo cargos de liderazgo. Muchas mujeres no asumen cargos de liderazgo porque no sienten que van a tener las condiciones de flexibilidad que les permita hacer ese balance de cuidar y producir. Cómo se está ofreciendo ese balance como líderes, directores de la organización, lo están tomando, se está logrando que hombres y mujeres logren disfrutar de una parentalidad activa y no solo hombres y mujeres de una parentalidad, sino también personales. Ahora hay una relación de *millennials* muy importante porque quienes no tienen hijos tienen un gato y un perro.

Qué es lo que está pasando con las medidas de recursos humanos, se tienen licencias de paternidad o maternidad pero no de necesidades individuales, hay una conciliación de la vida familiar y laboral que se debieran tener en cuenta para generar esa pertenencia con las organizaciones.

Cómo se premia a hombres y mujeres por una situación personal dentro de la entrevista de trabajo. Por ejemplo, se tiene una hoja con las mismas preguntas y los profesionales con las mismas características, experiencia laboral, etc., antes de comenzar la entrevista, no sexista, pero para romper el hielo se hace una primera pregunta ¿Victoria, cuéntame, eres casada y tienes hijos? Responde que sí es casada, que tiene 2 hijos uno de 5 y otro de 2 años, el entrevistador puede pensar, es joven, puede tener otro hijo, mentalmente asume que ella va a cuidar a sus hijos, que tiene una carga gigante y que no va a estar disponible al 100% para la organización y eso para una organización significa que no está comprometida y la falta de compromiso organizacional puede influir en quien no ha empezado la entrevista dejarla instintivamente entre el 80 y 90% del cerebro inconsciente.

Ahora bien, si fuera un hombre ¿Pedro, tiene esposa e hijos? Sí, con 2 hijos, uno de 5 y otro de 3 años y esposa

embarazada. El empresario se convence de que Pedro es el indicado porque asume que él tiene responsabilidades de proveedor y va a estar completamente comprometido con la empresa. Antes de empezar a contratar ya inconscientemente e instintivamente se colocó en desventaja a la mujer porque tiene una vida familiar activa. Eso se va a traducir en falta de compromiso hacia la organización. Mientras que de los hombres se espera que tengan una vida familiar y una paternidad activa y eso se convierte en mayor compromiso organizacional.

Ese tipo de cosas se tienen que hablar y se solucionan haciéndolas visibles. Muchos de recursos humanos ni saben que lo están haciendo, eso ha sesgado las decisiones organizacionales.

Cuál es el nivel de participación de hombres y mujeres en el consejo de dirección, en posiciones de gerencia media, en toda la plantilla. Cómo se están abriendo las vacantes en la organización, muchas veces es el lenguaje incluyente con el que inconscientemente se invita a ciertos segmentos de la población a participar dentro del mercado laboral y es importante que se haga explícito. Ciertos trabajos que históricamente han sido solo para hombres o para mujeres, están abiertos tanto para hombres como para mujeres.

El compromiso del sector privado con los ODS es innegable, pero cuando se llega al cómo, ahí es donde existen algunas dudas. Existen herramientas o no para lograr una estructura organizacional incluyente y es la herramienta desde el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Sello de Igualdad de Género. Es una metodología específica que le permite a la organización identificar qué es lo que está pasando dentro de la estructura y cuáles son las brechas existentes entre hombres y mujeres y cómo hacemos para solucionarlas. Es un programa voluntario que establece unos estándares con unas prácticas de medidas y dimensiones para el cierre de brechas. Sigue la estructura de un sistema de gestión que desarrolla estrategia organizacional y que permite incorporar dentro del ADN organizacional el enfoque de género. Es un esfuerzo colectivo para implementar en conjunto medidas que promuevan la igualdad de género. Lo que se está tratando de hacer es generar una transformación social a través del desarrollo de transformaciones operacionales de los procesos organizacionales, igual que transformaciones dentro de las programas de la empresa. Se pretenden transformar valores, culturas y creencias y tratar de desaprender lo que antes pensábamos que era normal para hombres y mujeres.

Las áreas de trabajo en las que PNUD se centra son 6 de manera específica: 1. Eliminar las brechas salariales entre hombres y mujeres; 2. Promoción de mujeres en más puestos de alta dirección o de toma de decisiones; 3. Mejorar el balance vida-trabajo haciendo un énfasis importante en la protección de paternidades activas y de parentalidad; 4. Hay muchos hombres en los puestos altos de las pirámides organizacionales y allí hay que poner énfasis en las políticas de flexibilidad y de conciliación; 5. Más mujeres y hombres en puestos no tradicionales. En aquellos sectores que son predominantemente masculinos o femeninos incluir hombres en los sectores femeninos y mujeres en los masculinos; 6. La erradicación del acoso sexual en el trabajo y el uso de una comunicación inclusiva y no sexista. Tiene que ver con comunicación y en cómo se le habla al público reproduciendo roles dentro de los procesos de marketing y publicidad.

En este momento el Sello de Género está presente en 14 países de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, El Salvador, Honduras, Jamaica, México, Panamá, Uruguay y Ecuador. El sistema de gestión se está implementando en algunos países, en caso de El Salvador, Panamá y Ecuador se está comenzando con el desarrollo de la política. Algunos países pioneros en América Latina fueron Chile y México y hay más de 600 empresas certificadas con 1,700 centros de trabajo, algunos países hacen los procesos de certificación con la sede específica y algunos otros países hacen los procesos de certificación un poco más amplios.

En este momento el PNUD está haciendo procesos de globalización del Sello de Género y está presente en 15 países en África, Asia Pacífico, Europa Oriental y el Oriente Medio, iniciando los procesos de construcción. América Latina es la región pionera en materia de incorporación efectiva del enfoque de género en el mercado laboral y lo que se ve ahora es la necesidad de construir un modelo para las multinacionales donde se permita lograr esos avances que se han tenido a nivel local en lo global, para hacer las certificaciones necesarias y los procesos de cambio cultural desde las multinacionales.

Cómo funciona el Sello con un sistema de gestión y los HPA -Asesores Profesionales Destacados-, planear, hacer, verificar y actuar. Comenzando con un diagnóstico organizacional que se hace a través de una plataforma virtual, luego la generación de un plan de acción, la política de igualdad de género. La implementación del plan de acción va a depender de cada uno de los países. Se hace un seguimiento periódico y una evaluación externa por un tercero para verificar si las empresas han cumplido o no con los éxitos específicos que se tengan del sistema de gestión y las metas planteadas en el plan de acción.

Es un ciclo de mejora continua donde los procesos de rectificación son válidos. En promedio en América Latina por dos años y los procesos de recertificación se han visto ser efectivos para el cierre de brechas real de género. Cada país tiene su propio sello y cada país identifica distintos niveles de certificación.

En términos generales se tienen empresas que tienen un Sello bronce si cumplen los requisitos de voluntad de trabajo por la equidad de género, desarrollo de políticas y transformaciones un poco más procedimentales.

Un Sello plata, que dice que la empresa efectivamente ha hecho las modificaciones procedimentales y de política y que avanza en cierre de brechas.

El Sello oro, cuando una empresa efectivamente cerró las brechas y está implementando acciones por la igualdad de género de manera sostenible. Son niveles de compromiso, acciones y cierre de brechas efectivas.

La invitación general es a ponerse las Gafas de Género, hacer análisis de las estructuras organizacionales y políticas organizacionales, eso va a permitir innovar y probar nuevas formas de trabajo y lograr el alcance al ODS 5, además del resto de ODS dentro de la agenda 2030.

¿Cómo se hace? Hay muchos detalles al respecto de este sistema de gestión y están al alcance de todos.

Fanny de Estrada: La política que Naciones Unidas lleva en materia de género es un ejemplo práctico de cómo el liderazgo de las mujeres ha provocado cambios en un país como Guatemala.

En mi caso, dirijo una institución que tiene poco más de 30 años y que nació para cambiar la forma de hacer los negocios de hace 30 años. Guatemala es un país de economía pequeña y en aquella época era la tendencia de

sustitución de importaciones que fue conocida en América Latina. Se decidió darle vuelta y llevar la actividad económica de Guatemala al mundo, totalmente fuera del país y de Centroamérica. Ese grupo de empresarios muy pequeños, propuso cambios en políticas públicas y en la forma de hacer los negocios y producir tratando de ser mejores entre los mejores. De las 5 que iniciaron hoy llegan a ser 1,300 empresas. La actividad económica y productiva que es la exportación de productos, hoy de servicios, la han hecho crecer 11 veces. Lo importante de esos cambios es que se transformó completamente la estructura productiva del país.

Como era característico en aquellos tiempos, muchos de los países de la región, basaban su economía en 5 o 6 productos, tanto que hasta se denominaban, bananeros. Guatemala lo que tenía era café, azúcar, banano, carne. Lo que representaba el 80% hoy representa un 23%. Ha surgido un 72% de ese grupo de líderes de productos completamente nuevos para exportar.

No solo se transformó la estructura productiva del país, sino también se amplió el número de empresas que decidieron lanzarse a luchar en el mercado mundial y se transformó el número de lugares a los que se está llegando. En aquel tiempo quizá eran unas 250 empresas y hoy se tienen 4 mil que se desempeñan en el mundo entero. Esta experiencia demuestra que cuando hay un grupo de personas líderes y dentro de ellas mujeres, las cosas se pueden cambiar y se puede cambiar estructuralmente. El número de mercados a los que se estaba llegando se transformó de 8 a 140. La cantidad de productos que se exportan hoy en día es 4 mil.

¿Dónde entran las mujeres en este tema? Las mujeres manejan 26 juntas directivas, una es la Junta Directiva de los que fabrican ropa, otra la exporta camarones, aguacate, muebles, software, servicios médicos hospitalarios, eso significa que tenemos 10 líderes en cada Junta Directiva, o sea 260 líderes y de esos, tenemos 29% de mujeres. Son 76 mujeres y de ellas varias que son presidentas de las juntas directivas. Están con la Organización Mundial del Comercio (OMC), impulsando una certificación para que las empresas pasen fácilmente las aduanas del mundo, se llama el Operador Económico Autorizado (OEA), quien logra esa certificación tiene que hacer un cumplimiento de requisitos muy estrictos en materia de transparencia, cumplimiento fiscal y aduanero.

Quien está dirigiendo el evento en Guatemala es una de estas mujeres empresarias, Connie de Paiz, vicepresidenta de Agexport, una empresaria que exporta pan a 42 a países. Desde Guatemala sale el pan de McDonald's que se comen en muchos de estos 42 países. No es un producto fácil de exportar, no es una gran innovación, es uno de los productos de consumo alimentario, de una empresa liderada por una mujer que, además, es una de las dos mujeres de la Junta Directiva de CACIF.

Otra tremenda líder y pionera que empezó el abordaje del mercado europeo hace unos 32 años con exportación mangos y ahora, producto de la transformación que se ha hecho en el área rural del país, es exportadora de vegetales de tipo gourmet, son vegetales de alta calidad. Tanto ella como el resto de productores guatemaltecos mandan sus productos a varios países europeos y asiáticos.

En el desarrollo de la transformación de productos que van a los mercados mundiales, en el caso de Guatemala, hay una fuerte incorporación del área rural. De los 11 mil millones de dólares que se envían al exterior, el 67% viene del interior del país. Eso significa trabajar con muy pequeños productores que tienen poquita tierra, sin embargo, hay grandes e increíbles experiencias de incorporación de mujeres. Ha sido una política institucional.

Dentro de las empresas exportadoras más grandes del país se sacan 400 contenedores al año, contenedores que diariamente salen llenos de vegetales. Una de esas empresas es la Cooperativa Cuatro Pinos, quien recientemente contó su experiencia en España. La cooperativa era de hombres, las mujeres no entraban y estuvieron pidiendo

por varios años que les permitieran entrar a ser socias, como se no pudo, decidieron crear su propia cooperativa. Hay una enorme diferencia entre la productividad de la cooperativa de mujeres que incluso generó conflictos serios, porque ellas producían más y ganaban más dinero que la cooperativa de los hombres. Hoy día esta cooperativa ha integrado a 400 mujeres. Uno de los líderes de la cooperativa que ha sido miembro de las Juntas Directivas de Agexport, ha tenido que jugar un rol de mediador porque la cooperativa de las mujeres ha salido más exitosa que una extraordinaria cooperativa de hombres.

Sobre esas líderes en particular, escribí la columna: **Aguerridas dirigentes exportadoras**¹: *“Pues quiero contarles que me acabo de llevar una gran sorpresa cuando me preguntaron si conocía a mujeres guatemaltecas que estuvieran en las Juntas Directivas del gremio Exportador, solicitando a la vez, si podía listarlas. Encontramos nada menos que 54 mujeres que además de dirigir sus empresas exportadoras, ocupan posiciones en las Juntas Directivas de sus sectores. Es decir, que además de la tarea de dirigir y sacar adelante sus propias empresas, dedican tiempo, talento y recursos para impulsar a otras empresas de su mismo ramo para coordinarse, formar grupo y unir fuerzas para llevar luchas internas contra los obstáculos dentro del país o bien fuera de él y de esa cuenta crecer juntos y ocupar mejores posiciones en los mercados internacionales.*

Estas presidentas, vicepresidentas o Directoras son de los gremios de alimentos, químicos, productos plásticos, turismo, medicina, industrias creativas, flores, vegetales, logística y pesca. Por supuesto, también hay que darles su mérito a los caballeros porque de los 208 miembros de Juntas Directivas de Agexport, 54 son mujeres y los demás son hombres. Pero sin duda, el dato es para despertar el orgullo de la dirigencia empresarial pues es una muestra de modernidad. Todo el crédito a estas 54 guerreras que le hacen frente a una tarea nada fácil, convirtiéndose en ejemplo para esta sociedad que tanto necesita de personas que se involucren y que lo que desean para Guatemala, lo hacen realidad no solo para ellas, sino también para los demás.”

No es fácil ser exportador porque se tienen que cumplir regulaciones muy estrictas. Un director decía que “en el mercado no hay agujeros, hay que ir a codear a alguien para poderse posicionar”, solo llegan allí los mejores del mundo con toda clase de certificaciones, el exportador tiene que cumplir altísimos estándares de inocuidad y fitosanidad si está exportando alimentos, si es un producto industrial tiene que llenar infinidad de requisitos de los diferentes ISOS de calidad que existen, si es un exportador de artesanías debe llevar un sello que no está usando colorantes azoicos, si es un exportador de software o está en el área de la tecnología tiene que cumplir con sellos de seguridad en el uso de datos, si es exportador de turismo médico, esos hospitales tienen que llenar una de certificaciones para merecer entrar en la lista de hospitales de seguros mundiales, esas son certificaciones para productos y servicios específicos pero también se tienen que llenar certificaciones laborales, de cumplimiento ambiental, de propiedad intelectual, de responsabilidad social y seguramente, certificaciones de género en el futuro.

Las 79 mujeres líderes empresarias son personas que tienen que llevar adelante esos enormes retos, para poder llevar adelante la actividad exportadora. Están en las juntas directivas, ya lograron llegar allí. Agexport tiene algunas políticas institucionales dirigidas por Connie de Paiz y cada vez más se están incorporando más mujeres.

El crecimiento de Agexport ha sido enorme con la llegada cada vez más de líderes, no son solo las mujeres en las juntas directivas, hay otras que llevan adelante sus empresas y son muchas.

La herramienta clave no es solo sacar su empresa adelante y llevarla exitosamente en la sostenibilidad sino que arrastran atrás de ellas a otros empresarios hombres y empresarias mujeres. El éxito ha sido el liderazgo.

El nivel de educación de las mujeres en Latinoamérica ha ido aumentando, por ejemplo, en la universidad estaba

1 Prensa Libre (11 de octubre 2016): *“Aguerridas dirigentes exportadoras”* - <https://www.prensalibre.com/economia/economia/aguerridas-dirigentes-exportadoras> [Consultado: 11/09/2018].

en las clases colectivas de los que iban a ingeniería, economía, marketing y negocios, en la clase generalizada eran 100 y solo habíamos 5 mujeres. Hoy día, en muchas de las universidades ya están 50 y 50 hombres y mujeres, en algunas otras, muchas más mujeres. Eso también tiene que ver con las carreras, pero si el nivel de educación es el mismo y el nivel de oportunidades de tantos negocios que van a competir a los mercados mundiales también, entonces la clave es el liderazgo. La formación de líderes y desarrollar las capacidades de éstos es determinante.

En Agexport las capacitaciones son fuertes, el trabajo de las Juntas Directivas que tienen que mantenerse en los mercados mundiales es intenso, trabajan muy duro y se agotan, siempre se necesitan personas y se está constantemente formando líderes para renovarlos, no solo por el agotamiento sino por las nuevas ideas. Las Juntas directivas tienen que estar renovándose constantemente. Un componente de formación de liderazgo es determinante. Quien tiene liderazgo es capaz de arrastrar detrás de él a mucha más gente, es capaz de provocar cambios fuertes y en los países latinoamericanos eso es complejo. Las características de esas líderes que ha ido desarrollando es la clave de ese éxito.

Narciso Casado: Desde CEOE se ha puesto en marcha un programa desde España que se llama **Producir** y consiste en numerosos incentivos fiscales para los inversionistas extranjeros. Es un programa que se hace en colaboración con el Gobierno, donde formamos en prácticas el nivel de presidente o CEO. Está formación está dando resultados impresionantes y es algo que queremos traer y poner a disposición. Esas iniciativas se replican rápido con el compromiso que al año la persona se ha formado en esas habilidades.

Andrea Castaño: La experiencia de esas iniciativas específicas nos permiten avanzar en ese cierre de brechas. Permiten generar capacidades de liderazgo y poner mujeres en espacios de toma de decisiones en puesto directivos. Generar ruedas de colaboración en empresas que ya hayan estado implementando el Sello de Género y en países que estén echando a andar políticas públicas que permitan esta escalada de mujeres en posiciones directivas.

Miguel Castro: Escuchar cómo se está trabajando sobre la equidad de género para poder mejorar las estadísticas y al ver la evidencia y estadísticas presentadas, lleva a concluir que es importante hacerlo, no solo por la equidad social si no por alguna empresa que quiera ser más productiva o competitiva.

Si hay tanta evidencia que justifica el hecho de pasar estas políticas ¿Por qué no existe mayor progreso en ese aspecto? Aunque se respondió un poco que es una cuestión cultural y no importa cuanta estadística o evidencia se presente, si la cultura no cambia se pueden agregar 30 mil estadísticas más y la cultura no va a cambiar. Es importante hacer el énfasis en la educación para llegar a esos cambios culturales y no solo es educar a la mujer sino educar al hombre a entender mejor lo que es el equilibrio social y familiar.

El sector privado también tiene algo que aportar, la mayoría de directivos que podrían beneficiarse de esas políticas y no lo hacen; ahí es donde puede entrar el sector privado, a educar a sus directivos hombres, a entender el valor de lo que se acaba de descubrir para de esa manera lograr el cambio cultural que hace falta.

En Canadá por ejemplo, es rotundamente ilegal si se recibe alguna pregunta personal sobre hijos, matrimonio, etc., nadie puede hacer ese tipo de preguntas y es algo que tanto el sector privado puede implementarlo como empresa y como gobierno, lanzar reglamentos que prohíban y protejan para que ese tipo de situaciones no se dé.

Es súper interesante lo de las certificaciones pero la mayoría de trabajos en la región son aportados por las pymes. Si las empresas multinacionales adoptan eso hay que buscar el camino. Las certificaciones que las empresas están usando tienen un valor que puede traducirse en términos reales, si a una pyme le viene esa certificación, lo primero que preguntará es de dónde saca el capital para poder invertir.

Andrea Castaño: Absolutamente acertado el comentario. Es una transformación cultural la que necesitamos, pero las transformaciones culturales comenzaron hace mucho tiempo en materia de igualdad de género, pero se está tratando de masificar esa transformación cultural individual y se hace mucho más rápido cuando sombrillas mucho más grandes de cultura como la organizacional, se modifican.

Las pymes no se escaparon del radar, es uno de los elementos más importantes dentro de la generación de empleo de América Latina y el Caribe y otras regiones en donde está PNUD. Este modelo es dirigido a empresas y no se dividen entre empresas grandes y pequeñas como generalmente se hace, este es un modelo dirigido a empresas maduras en materia de sistemas de información, porque se necesita tener un diagnóstico organizacional que permita tener registro de datos, de procedimientos, de políticas, etc.

¿Qué se está haciendo con empresas más pequeñas? Cuando una empresa quiere alcanzar el Sello de Género uno de los elementos fundamentales es la vinculación y la transferencia de sensibilizaciones en materia de igualdad de género a toda su cadena de valor. Atar a pequeñas y medianas empresas dentro de las cadenas de valor a empresas más grandes que son sensibles al género, ha funcionado muy bien.

Para las empresas de economía solidaria también existen modelos que no son tan robustos en materia de información o de sistemas de gestión pero que sí trabajan con estas dimensiones, a la par con organizaciones de gobierno locales en materia de educación, formación, haciendo énfasis en prevención de acoso sexual y laboral, formación y generación de liderazgos comunales. Esta herramienta es muy útil para las empresas de escala un poco más grande que pueden jalonar el desarrollo económico y social a través de esos cánones de valor.

Fanny de Estrada: Una manera de acortar el largo camino de la transformación cultural es el empoderamiento de las personas. El empoderamiento de una persona lo lleva a ejercer un liderazgo y los líderes empoderados transforman las cosas. En la experiencia que me ha tocado siempre quedan grabadas imágenes, hay una en particular; fue en un gran hotel en Guatemala donde 32 líderes campesinos, entre hombres y mujeres, recibían su certificación de [Global Gap Europa](#) -norma de reconocimiento internacional para la producción agropecuaria-. Una certificación de Global Gap es llenar estándares estrictos en materia de cómo cultivar, cómo plantar, las prácticas de post cosecha, controles de temperatura, entre otros. Los procedimientos que se siguen para que una hortaliza pueda llegar a una mesa en Suiza. 32 líderes de las regiones más deprimidas económicamente de Guatemala, que venían de las montañas, recibieron su certificación. Un líder empoderado es capaz de cambiar el mundo, por supuesto, fue financiado por componentes de cooperación con programas de soporte atrás.

(VER LA FOTO PARA CONFIRMAR EL NOMBRE) El sector privado en los temas que se están hablando de igualdad de género ya está trabajando. Hay una exigencia social que hace que las empresas estén trabajando. Se van incorporando otros elementos al debate, no solo en igualdad de género, sino en orientación sexual, modelos familiares diferentes. Las alianzas son necesarias.

En el tema de las pymes, no siempre hay situaciones fáciles para los sectores. El concepto de la conciencia de igualdad es un plus, ese intercambio me parece importante.

Helui Castillo Hung: En el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), se tiene un Comité de Género que es bastante fuerte dentro de la Junta Directiva, han trabajado en alianza con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y ya se tiene una guía de gestión de recursos humanos con enfoque de género. Tomando en consideración algunas cosas que compartía Andrea de cómo tratar a la persona que se está entrevistando para que no haya ese tipo de juzgamientos mentales y que se vean todas esas buenas prácticas de la gestión de

los recursos humanos para promover la igualdad de género en el empleo. Compartir estas experiencias como organizaciones y empresas del sector privado es bastante productivo. COHEP pone a disposición la información que tiene su Comité de Género y las guías que ya tiene elaboradas.

Andrea Castaño: El panel ha dejado comentarios valiosos y es fundamental reconocer que el sector privado tiene la camiseta puesta. Programas como el de igualdad de género pretenden visibilizar cuáles son las acciones que se han hecho. Se ha encontrado en los diagnósticos que hay muchísimas más buenas las prácticas que las que las empresas mismas reconocen y hay muchas prácticas de recursos humanos que se implementan con enfoque de género sin saber que son con enfoque de género. Esa identificación de lo que ya se está haciendo como sector privado para el alcance de los ODS es importante visibilizarlo.

Los programas de certificación permiten tener métricas para cuantificar lo cuantitativo que piden los ODS. Los diagnósticos organizacionales siempre han ido al sector privado, estadísticas y mediciones importantes que permiten reportar los avances que se tienen en materia de desarrollo económico, reducción de violencia, igualdad de género, posicionamiento de mujeres en cargos directivos, muchos elementos que antes solo se podían reportar de manera cualitativa, ahora tienen indicadores y menciones específicas que dicen cuál es el cierre de brechas y avances, lo que falta y lo que está por hacerse para lograr el cierre de brechas efectivo.

Para el PNUD ha sido una experiencia positiva y el sector privado tiene los brazos abiertos. Los sectores que se pensaba serían los más difíciles masculinizados o feminizados, tienen una inversión gigante en materia de compromiso, hay acciones que son más costosas que otras dependiendo del alcance de cada una de las empresas, pero hay acciones que son realmente representativas, que no tienen costo financiero pero sí impactos en cambios culturales significativos que se pueden medir y reportar como avances efectivos en los ODS.

Como conclusión se puede decir que existen metodologías efectivas para lograr identificación de brechas, generación de planes y acciones para el cierre de brechas efectiva, reporte del avance de los ODS. Es importante hacer un llamado al sector público para que acompañe al sector privado en la implementación de políticas efectivas de educación, apertura de mercados, fortalecimiento de pymes, fortalecimiento de programas de vinculación y cadenas de valor productivo, pertinentes para mujeres y hombres y que logre hacer que el esfuerzo que se hace en el sector privado, se potencie y se haga efectivo el cierre de brechas de manera rápida. Si no se tiene un sector público alineado el efecto va a ser mínimo comparado con el que podría ser, de tener a los Jefes de Estado sincronizados con esas fuerzas y con las camisetas que ya el sector privado se puso en el tema de igualdad de género.

1.4 PANEL IV:

La Sostenibilidad como elemento clave en la estrategia de ciudadanía corporativa.

- Creación de valor a través de prácticas empresariales sostenibles.
- Gobierno corporativo en la estrategia de responsabilidad social.
- Responsabilidad social y sostenibilidad: lecciones aprendidas en prácticas de referencia empresarial.
- Sostenibilidad y Responsabilidad Sociales Empresarial como factor de ventaja comparativa en los mercados globales.

Panelistas:

Juan Pablo Morataya, Gerente General, Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (CENTRARSE).

Jorge Abraham Estrada, Gerente de Relaciones Institucionales, [Grupo HAME](#), Guatemala.

Moderadora:

Diana Chávez Varela, Directora Ejecutiva, Centro Regional del Sector Privado en apoyo a los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas.

Uno de los temas que se ha visto como eje transversal de este encuentro es el sector empresarial como un ciudadano corporativo, con defectos y con virtudes. Desde la oficina –CEO– recién se lanzó el [Índice de Gobierno Corporativo 2018](#), donde el tema en América Latina 2014-2015 ha tomado fuerza. Hay elementos claves para el Gobierno Corporativo en la región, uno de los retos es la selección de consejeros independientes, sobre todo aquellas empresas que están pasando de familiares, yendo a los mercados globales, etc.

Juan Pablo Morataya: Comparte 7 elementos clave. Es importante reconocer que CENTRARSE desde el lanzamiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible incorporó los ODS, tanto así que se ven reflejados en el logotipo. Se está entendiendo que la Responsabilidad Social Empresarial dejó de ser un objetivo como tal, no es el fin sino el medio por el cual las empresas pueden hablar de sostenibilidad y sostenibilidad económica en el largo plazo, un mundo sostenible, son básicamente manejos de equilibrios en nuestro comportamiento.

La Responsabilidad Social también ha revolucionado, en CENTRARSE han sido juiciosos y rigurosos en no permitir que la RSE sea un mecanismo para maquillar porque no es caridad ni filantropía, es una cultura de negocios, cómo se hacen negocios, cómo gestionar basados en tres pilares fundamentales:

1. Estricto cumplimiento de la ley: se puede tener cinco fundaciones y miles de proyectos pero si no se están pagando salarios dignos, no se cumplen leyes ambientales, se es parte de estructuras que corrompen el sistema con sobornos y demás, no se puede bajo ningún punto de vista, ni sostenible ni responsable.

2. La ética es un valor que cada vez hace más falta. Es un componente de una nueva iniciativa de ciudadanía corporativa, antes de ser empresario se tiene que reconocer como ciudadano. La misma actitud y comportamiento ético que se quiere de los gobernantes se debe demostrar como ciudadano individual y también como ciudadano corporativo. Hoy las empresas tienen que tomar la decisión, o son parte del problema o de la solución de la corrupción, del impacto ambiental y demás. Reconocer a la empresa como actor clave y fundamental. Hay empresas con 5 mil colaboradores o una pyme con 15 colaboradores que, a través de su cultura organizacional, todos los días puede educar a alguien en el valor de la puntualidad, en muchas más, hoy la empresa debe verse mucho más allá de lo que tradicionalmente es. No ha sido un proceso fácil hablar en un sistema y una sociedad que está dispuesta o que ha hecho negocios así y que pareciera que todo se permite, la cultura de la legalidad es un punto fundamental en la responsabilidad social y la sostenibilidad.

CENTRARSE es la organización promotora de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, con 15 años de experiencia, no lucrativa, privada, autónoma, de carácter asociativa, apolítica, extra-gremial. Liderada por empresarios visionarios e impulsada por un equipo de profesionales comprometidos a trabajar con todos los sectores y empresas acompañándoles para la implementación de RSE como herramienta para la sostenibilidad.

Representamos al Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, Alianza del Sector Privado para Sociedades resilientes ante Desastres, CSR360 *Global Partner Network*, adheridos como organización empresarial al Pacto Global. A nivel de la región se trabaja con diferentes empresas desde una plataforma que se llama INTEGRARSE donde se comparte la misma mística, la misma forma de entender la RSE.

Por la promoción de liderazgo y normativas voluntarias han sido certificados en guías de responsabilidad social, ISO 26000; sistemas de gestión lucha contra el soborno, ISO 37001; sistemas de gestión de *compliance*, ISO 19600, e ISO 20400 para adquisiciones sostenibles. En lo que se refiere a gobierno corporativo en estos 15 años de trabajo se han dado cuenta que si los dueños de la empresa y las directivas no creen y no lo viven la responsabilidad social eso no va a bajar. El esfuerzo enorme de provocar cultura de gobierno corporativo sana es el primer paso, de lo contrario, es difícil provocar transformaciones.

Para el evento de noviembre esa es una de las metas que se debieran proponer, poner a los CEO o a los tomadores de decisiones de la empresa con estos temas sobre la mesa, ahí es donde se tiene que generar esas transformaciones. Directivos, ejecutivos, de gestión, a lo interno de las empresas que sienten y viven ese tema son muchos, pero se necesitan a más CEO tomadores de decisión para que esta transformación tenga impacto.

Se lideran varias normativas voluntarias en Guatemala que hoy ya son ley, la ISO 26000, la 7001 anticorrupción, tan pertinente hoy día, la de gobierno corporativo, que justamente en noviembre van a Australia a representar al país en la discusión de esta nueva ISO de cultura de gobierno corporativo, no se puede estar a medias tintas, hay que apuntarle a las regulaciones de los sistemas de gestión más estrictos para poder cumplir, exportar y adelantar en esta agenda.

La representatividad de los sectores con los que se está trabajando: empresas de la construcción, comunicaciones, servicios, pymes, comercio, banca y seguros, energía e hidrocarburos, industrial, extractiva, agroindustrias, entre otros. Para CENTRARSE la cadena de valor con quienes trabajan y cómo hacer para que impacte a la pequeña y mediana empresa es el reto. Cómo hacer que impacte en el 80% de la economía que está en la informalidad, donde se ven prácticas de trabajo infantil, incumplimiento laboral y muchas cosas más, la informalidad es un reto. Pero para la pequeña y mediana empresa, el reto es la oportunidad de las grandes empresas a través del

concepto de cadena de valor. Por ejemplo, un ingenio azucarero le vende a Pepsi cola y Coca cola que tienen indicaciones y estándares altísimos de cumplimiento, y luego empieza a exigir ese mismo modelo al proveedor de caña de azúcar y esa medida al pequeño productor y se hacen cadenas responsables. Han acompañado muy de cerca el acuerdo de asociación con la Unión Europea, lo que elevó mucho los estándares de cómo deberían estar abordando estos temas.

En una reunión que se tuvo en Guatemala con la OCDE y la OIT, en temas de trabajo infantil, ODS 8, fue interesante ver que ese slider económico la potencia que puede tener en una gran empresa, en la cultura y generar esos cambios en la cadena es probablemente el único vehículo que, sin menospreciar el trabajo que los gobiernos puedan hacer, a veces no tienen esa capacidad de poder abordar a las empresas. Las cadenas de valor tienen ese privilegio.

Hay más de 100 empresas que integran CENTRARSE y más de 20 sectores y subsectores, muchas de ellas representadas en el Encuentro, empresas que están liderando el movimiento en la región y documentando mejores prácticas responsables y sostenibles.

CENTRARSE no certifica y no está en contra de certificaciones específicas pero certificar a una empresa socialmente responsable les parece que es una irresponsabilidad suya porque serían juez y parte, las empresas se adhieren a CENTRARSE y ellos promueven el tema y provocan que haya otro tipo de certificaciones.

Tienen muchas alianzas público-privadas porque consideran que ese es el camino, tienen una con el gobierno de Guatemala, específicamente con el Ministerio de Trabajo para el tema de empresas inclusivas, el tema de género es una de las categorías, personas con discapacidad, grupos vulnerables y muchos movimientos, al final es sumar, porque la suma genera transformación.

Cuentan con una estrategia de 5 años, el marco en el que están trabajando son los ODS y el esfuerzo que hicieron fue el de poder alivianar un poco a las empresas de Desarrollo Sostenible en 5P en una Agenda Nacional y centroamericana, desde la sostenibilidad en ODS.

El paraguas es la ética empresarial y derechos humanos. Se está construyendo en Guatemala un Plan Nacional sobre derechos humanos para presentarlo en noviembre en Ginebra. Lo que se ha hecho en tres dimensiones de la sostenibilidad es una priorización de los temas de gestión empresarial que una empresa debería de considerar y a la par, los ODS a la que la empresa está contribuyendo y debería trabajar. La idea es tener una herramienta de diagnóstico donde la empresa puede identificar cuáles son sus impactos negativos y positivos y en base a esos impactos desarrollar soluciones empresariales que es lo que la empresa sabe hacer: reducción de uso de agua, si el impacto es en temas ambientales, el uso excesivo de agua, trabajar el tema de agua. Si fuera en temas laborales, fortalecer el tema de cumplimiento laboral. No hay que trabajar en los 17 objetivos, lo que sí es cierto es que hay que comprometerse con ellos y saber identificar en donde hay un impacto negativo para mitigar, reducir o la

medida según sea el caso y en donde tiene un impacto positivo para multiplicar y seguir avanzando.

CENTRARSE está lanzando el modelo de Ciudadanía Corporativa que es el nuevo rol del empresario que debe comprometerse como ciudadano y con la sociedad y qué transformaciones puede hacer. La propuesta está contemplada en 5 principios con una estrategia de largo plazo. Los apoya Bernardo Toro quien es quien filosóficamente lo está construyendo de Fundación Avina y expertos que plantean cuál es ese empresario como actor en 5 capacidades básicas:

1. Bien común: pasar de lo personal e individual al bien común.
2. Cumplir con la ley: que el marco de la ley sea la norma de hacer negocios.
3. Liderazgo ético: una ética aplicada, de tercera generación y hacia la sostenibilidad.
4. Diálogo sostenible y participación: en Guatemala, por ejemplo, la polarización es tal que la necesidad de dialogar entre los actores es fundamental para hablar de desarrollo y de liderazgo.
5. Desarrollo sostenible y RSE: poner una agenda que es el desarrollo sostenible como un fin. Que la RSE y las empresas sean el medio para poder impactar en una agenda global de ODS y que los esfuerzos vayan desde ahí.

Diana Chávez: De una organización que tiene un trabajo muy sólido en Guatemala pasamos a una empresa que desde nuestra oficina, hemos aprendido el hacer empresa día a día, sobre todo con unos marcos jurídicos tan dinámicos que no son necesariamente estables en muchas ocasiones y cómo la empresa mantiene su actividad y su razón de ser.

Jorge Estrada, Gerente de Relaciones Institucionales de Grupo HAME. A la pregunta ¿Cómo están viviendo la sostenibilidad y las lecciones aprendidas? Algunas positivas y otras que nos hacen reflexionar.

Grupo HAME se dedica a la exportación de aceite de palma y banano. Cuentan en la actualidad con 30 mil colaboradores en Guatemala, aparte de tener operaciones en México y Costa Rica. Los elementos considerados como parte de la sostenibilidad, ahora que la sostenibilidad lo es todo porque no hay negocio que pueda llevarse a cabo sin observar los distintos elementos que componen la sostenibilidad y son los que los distinguen de sus competidores. En Guatemala y el resto del mundo hay quienes producen banano y aceite de palma y el factor de diferenciación es qué hacemos para poder hacer sostenible la producción tomando en cuenta el cambio climático, el crecimiento poblacional y otros elementos.

Lo que la experiencia ha construido es la confianza y el diálogo, conviviendo en el campo con distintas comunidades y los colaboradores vienen de esas comunidades, la construcción de confianza y el diálogo son básicos para poder operar. Toda la construcción de diálogo se ve reflejada en políticas empresariales, no en letra muerta sino con las cuales se pueda construir y llevarlas a cabo haciendo que la producción sea sostenible con los elementos ambientales, sociales y con pertinencia cultural y lingüística.

Hay diferencia entre producir en el campo y en la ciudad, en el campo, sobre todo en Guatemala, la complejidad es alta, una situación que se considera y se refleja en las políticas. Se tienen que hacer inversiones estratégicas y planes de trabajo para poder compartir lisímetro de alimentación de los grupos interétnicos, mecanismos de verificación de lo que es está haciendo y mejora continua.

La formación de confianza da una apertura que permite dialogar, incluso con grupos y organizaciones de pensamiento diferente, es bonito juntarse con los que piensan igual y decir que todo se está haciendo bien,

pero eso no construye. Las diferencias de criterio y poderse sentar con grupos de sociedad civil, con grupos de interés que piensan distinto, los hace construir y mejorar, tomando acciones que, aunque no sean muchas, éstas deben ser profundas para poderse enfocar y eso coincide con los 17 ODS. No tenemos que apuntarle a los 17, sino tomar los que en esencia puedan contribuir a la sostenibilidad de las operaciones y entonces hacer acciones profundas que tengan impacto en el medio en el que se conocen. Es importante comunicar adecuadamente lo que se hace porque si no, no existe. En el sector privado hay un defecto, se hace muchas cosas pero se comunica muy poco. Simplemente, sino se comunica lo que se hace, no existe.

Las políticas empresariales no solo deben ser enunciados bonitos sino claros, con indicadores verificables, que puedan demostrar las acciones que se llevan a cabo y los aspectos que se han identificado que deben cubrir son: derechos humanos, derechos comunitarios, ambiental y la transparencia. En el mundo una empresa o sociedad que no es transparente, no es competitiva. La transparencia se debe impulsar a nivel regional y debe ser parte del valor agregado de las empresas para poder contribuir al desarrollo.

Hacer inversiones estratégicas con enfoque de apoyo y no de paternalismo. Primero mitigar los impactos por las operaciones que se tienen, no hay operación de empresa que no tenga un impacto, es una obligación gestionar esos impactos, además, tener alianzas con los órganos rectores en los temas, no sustituir al Estado sino contribuir con fortalecerlo, cada vez que una empresa viene y toma el papel del Estado lo debilita y se necesita que los Estados sean fuertes y los entes rectores en materia también sean fuertes. Las alianzas estratégicas con los entes rectores en los temas deberá tener debida pertinencia y el enfoque del apoyo no debe ser paternalista sino apoyar la productividad de las comunidades. Las comunidades puedan salir adelante con la contribución empresarial, pero las empresas tienen un límite en el crecimiento, la población sigue creciendo y se debe apoyar para que las comunidades generen su propio desarrollo, no ser beneficiarias sino protagonistas de su desarrollo.

El círculo virtuoso de la mejora continua comienza con los grupos de interés de lo que se hace, recibir la retroalimentación de los mismos, implementar las recomendaciones válidas y comunicar adecuadamente. Si se mantiene ese círculo se irá mejorando y apoyando el cumplimiento de los ODS.

De lo aprendido: 1. El diálogo es el camino para la construcción de cambios cualitativos. Los cambios se construyen no se imponen, como modelos de desarrollo deben convenirse con las comunidades y las autoridades. Las inversiones sociales deben ser estratégicas. Los mecanismos de verificación son necesarios para una debida gestión. HAME en su gestión tiene un mecanismo de quejas y consultas, donde se recibe retroalimentación de las comunidades y de los propios colaboradores, eso les sirve para verificar que sus políticas no sean letra muerta sino se estén cumpliendo y mejorarlas. El intercambio con organizaciones sociales, es un elemento que puede hacer la diferencia en el éxito de cualquier iniciativa social empresarial.

Diana Chávez: En Guatemala hay una cultura lingüística de 22 dialectos mayas y una de las reflexiones es hacer el balance de convivir con esa realidad en terreno y operar en mercados globales, sobre todo con un producto que no es fácil, como el aceite de palma. La tendencia a nivel global de la no producción de aceite de palma, la no producción de carbono, pero al final son productos que existen y forman parte de una cadena. Tener en terreno a empresas con una participación tan importante en América Latina como REPSOL y MAPFRE y que como latinos se les puedan transmitir estas realidades pero cuando llegan a los corporativos o las Juntas Directivas, muchas veces no se entiende.

Rosa María Ángel de Frade, Directora de Asuntos Corporativos, *Central America Botting Corporation (CBC)* y también, Presidenta de la Red Local del Pacto Global de Naciones Unidas. Para la situación de Guatemala hay

grandes desafíos no solo es el trabajo de fortalecimiento de los mecanismos de sostenibilidad que cumplir en sus propias compañías sino también se tiene un entorno de corrupción en el Estado muy fuerte y que debe tener en consideración. Para fortalecer las propias capacidades se debe continuar contribuyendo al desarrollo del país, los gobiernos van cambiando, pero es una demanda de la ciudadanía y de las compañías la transparencia y rendición de cuentas y el cumplimiento de los planes de gobierno que están orientados a la reducción de la pobreza, la construcción de una nueva sociedad, procurando el bienestar común, pero teniendo en cuenta los indicadores de país que son sumamente graves en términos de educación y salud pública, para la competitividad elementos que tienen que ver con la infraestructura, con mecanismos de certeza jurídica, el desafío es fuerte y estamos lejos de ser el país ideal que aspiramos. Hay que estar conscientes y para la reunión de noviembre el sector privado tiene que levantar fuerte la voz en función de tener metas comunes basadas en los ODS y empezar a construir las bases para una nueva sociedad en democracia y con la participación de los diferentes sectores. Es un desafío que se comparte tanto con Jorge Estrada como con Juan Pablo Morataya, no es fácil. Ver lo que se ha hecho en otros países, esas prácticas de referencia son valiosas.

El sector privado está llamado a perseverar, a tener posiciones sólidas y contundentes no solo en el tema de la lucha contra la corrupción, sino también en cuáles son las metas que nos proponemos como sociedad y como países para alcanzar los ODS.

Es importante compartir las buenas prácticas de empresas como HAME, indudablemente, se tiene que hacer el esfuerzo de atender a la experiencia particular para pasar a acción la colectiva como sector privado.

Francisco López: La petición hacia afuera de qué queremos que los gobiernos hagan, pero también el sector privado tiene que poner el ejemplo y ser cabeza de un cambio en las organizaciones. En México se hizo un ejercicio previo a la elección presidencial con base en alianzas y sinergias con otras tres organizaciones, la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM) y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y COPARMEX, fue la [Declaración del Compromiso Social de los empresarios](#) y se expusieron cuatro ejes: 1. la actuación ética como manera de cerrarle el paso al engaño y la corrupción; 2. La calidad de vida con la persona al centro de la empresa; 3. Cuidado del medio ambiente equilibrando el desarrollo económico y la producción sustentable; 4. La vinculación con la comunidad para contribuir a reducir la pobreza y desigualdad. Se compartió el Manifiesto México, usando los mismos ejes del manifiesto pero ya con el compromiso de las empresas. Más y mejores empleos, los sectores productivos una nueva propuesta salarial basada en la capacitación, flexibilidad laboral, salarios de mejor calidad y bonos de productividad. Es hacer un compromiso hacia adentro. En el tema fiscal, todos en la formalidad, respetando estrictamente el Estado de Derecho, asumiendo un código de ética público y su adaptación en otras empresas y sin participar en la reproducción. Para ser parte de las organizaciones se está pidiendo que asuman los compromisos, será una práctica constante de cumplimiento de buenas prácticas y de hacer las cosas bien. Se puede pedir y tener congruencia de decir.

El compromiso tiene la frase *“desarrollar empresas altamente productivas, plenamente humanas y socialmente responsables”*.

Diana Chávez: El panorama que se ve en lo político-económico y haciendo una prospectiva será bastante interesante a la luz de los cambios políticos que se están viendo no solo en América Latina sino en el multilateralismo a nivel global.

Fermín Acosta: Cuando supe que el grupo HAME cuenta con 30 mil colaboradores y cómo están estructurando a todos los sectores desde el punto de vista económico y haciendo un aporte importante en la RSE, pero en el

país 97% de las empresas son pequeñas y medianas, todo el mundo anda por esos mismos índices es mucho más difícil para las empresas pequeñas y medianas tener un aporte importante de la RSE, entonces ¿Con qué pueden contar esas pequeñas y medianas empresas para poder hacer efectivo, qué apoyo se le está dando? Porque si son ese 97% tienen que hacer algún aporte para la RSE.

Diana Chávez, Es una realidad latinoamericana la informalidad, hay países donde solo el 10% de los ciudadanos pagan impuestos, lo caro que está saliendo a la sociedad.

Julio Sánchez, INDRA Sistemas: La RSE lleva organizada más de 20 años, trasciende, no es un patrimonio exclusivo de la empresa, es una demanda de la sociedad. Fundamentalmente trabajamos con gente en capacitación, innovación y liderazgo, preparamos profesionales de alta calidad, la compañía nos demanda más profesionales de carrera y les demanda visión y vinculación de la empresa con sociedad. El rol de las empresas en este momento, evidentemente, continúa siendo ya no tanto de liderazgo, sino servir de catalizadores y canalizadores que la sociedad solicita, transparencia, vinculación social, voluntariado. Un monto de implicaciones y preparar profesionales se debe vigilar

Francisco López: Siguiendo con el comentario que hizo Jorge Estrada, la transparencia quiere decir valor agregado y competitividad, es un mensaje muy importante. Habló de la comunicación interna y externa ¿Cómo se comunica ese mensaje o cómo se demuestra la veracidad de esa frase a los directivos de una empresa como HAME? En general, para que entiendan la importancia de esas iniciativas para volverse más productivos y más competitivos.

Diana Chávez: ¿Las pequeñas y medianas empresas qué pueden esperar de una organización como CENTRARSE o una empresa como HAME?

Juan Pablo Morataya: Se empezó con empresas grandes cuando el término de Responsabilidad Social se entendía como filantropía o inversión social y es lógico que solo las grandes empresas pudieran destinar un presupuesto para ese tipo de acciones. En el transcurso del tiempo se logró demostrar con datos que pagar los impuestos, tener contratos de trabajo y cumplir con la ley es rentable -porque luego no hay que estar gastando en abogados por persecuciones de incumplimiento legal y ese tipo de cosas-, es un factor determinante para la competitividad y a la pyme le hace total sentido porque es un tema de reducción de costos, se ha visto eficiencia en una pyme en la reducción de costos tiene un impacto completo en su capacidad y competitividad y en poder incorporarse a una cadena de valor, de poder trabajar y vender con los grandes donde definitivamente le genera un valor que le permite entrar a otra línea de inversión.

Hay muchas herramientas, por ejemplo, Eficacia Pyme está basada en la ISO 26000 y es una herramienta de diagnóstico verificable para las pymes, para poder identificar en dónde de las 7 materias tienen la oportunidad de mejorar.

Se tienen proyectos de encadenamiento, hay una experiencia valiosa a nivel de Centroamérica con el apoyo de la Embajada del Reino de los Países Bajos, Holanda, se desarrolló un protocolo, una línea manual para acompañar a pequeños proveedores de la agroindustria azucarera en la región centroamericana, participaron más de 250 pequeños proveedores en un proceso de acompañamiento de 18 meses y se logró elevar su nivel de cumplimiento y las empresas grandes lograron presentar sus reportes bajo metodología D.R.I. 4, fortaleciendo el tema que para ellos era crítico frente a sus compradores en Europa.

Hay que generar procesos y el Viceministerio de Economía en Guatemala ha tratado de diseñar programas para fortalecer el cumplimiento de las pymes. No cumplen porque no quieren, sino porque los procesos de

cumplimiento de la ley a veces no son tan fáciles.

¿Cómo ayudar a la Pymes para que cumplan? Esa puede ser una primera labor de RSE. Llevarlas a un nivel de cumplimiento básico en temas legales e ir incorporando elementos de sostenibilidad.

Jorge Estrada: Se ha analizado con varias empresas en Guatemala que no es posible que el primer producto de exportación que se tiene sea la gente, la gente que viene y emigra a Estados Unidos para poder sostener a su familia en Guatemala. HAME tiene operaciones en la Costa Sur -área de frontera con México- y en Petén. Dos casos: Petén, donde el 95% de la población es de la etnia *q'eqchi'*, con un crecimiento poblacional aproximado del 5% que hace numerosas a las familias, se ha empezado primero con formar capacidades, se tiene una escuela de campo agroambiental donde nos enfocamos en capacitar a jóvenes y mujeres, esposas de los colaboradores del área. Se han capacitado anualmente entre 600 y 800 personas, primero con quienes tienen tierra para que siembren sus propios alimentos. En el caso de los jóvenes, para que puedan llevar a cabo sus labores.

Ahora va una segunda fase con quienes han llevado mejor el programa, formándolos para la siembra de cacao pues tiene mucha demanda mundial. Se están capacitando 180 productores de cacao a quienes se les da desde la semilla hasta la asistencia técnica. Para sobrevivir ellos tienen otros cultivos de corto plazo mientras el cacao llega a un nivel donde puedan tener mejor calidad de vida. De forma conjunta se hacen alianzas para el encadenamiento productivo y la exportación. Hay también otros cultivos en los que se toman medidas para incluirlos en la cadena de valor, pues aparte de aceite de palma y banano, hay una línea de productos alimenticios que pueden ser incluidos en la línea.

En la frontera de San Marcos colindante con México, se tiene una alianza con el sacerdote Ademar Barilli, de la [Casa del Migrante](#). Es un programa para formar a las personas y que no emigren al Norte sino para que se queden en Guatemala generando sus propios emprendimientos. Se han formado 200 personas, identificando primero la necesidad que hay de algunos oficios, por ejemplo, electricistas, plomeros, etc., para que hagan primero la práctica y luego con el apoyo del [Instituto Técnico de Capacitación y Productividad \(INTECAP\)](#), hagan sus planes de negocio.

No todos nacen para ser empresarios, algunos lo han hecho en grupo y otros de forma individual, desarrollan sus planes de emprendimiento para poner sus pequeñas empresas de manera formal y no engrosar la informalidad. Algunos que por capacidad o habilidad no se han decidido por un emprendimiento, se han quedado laborando en donde realizan la práctica.

No hay una fórmula mágica, depende de las características de la región pero las empresas pueden hacer mucho en su región y provocar cambios.

En cuanto a la forma de demostrar a la Junta Directiva que ser transparente es positivo, hay que reconocer primero que el mercado es el mundo y las certificaciones que se tengan, sobre todo para el aceite de palma, les exige demostrar que tienen un manejo adecuado de los impactos, de verificación, aparte de las múltiples auditorías internas y externas por esas certificaciones, un sistema de consultas y quejas para monitorear si se están haciendo bien las cosas o si se puede mejorar algo.

Adicionalmente, se tienen alianzas estratégicas, por ejemplo, un convenio con [Acción Ciudadana](#) que en Guatemala es el Capítulo de Transparencia Internacional, que apoya con capacitación y acompañamiento en las acciones que se llevan a cabo con los grupos de interés. Acción Ciudadana ayuda a dar fe de la transparencia con la que se conducen las operaciones. También se trabaja en un sistema de cumplimiento siendo parte y promoviendo los

10 principios del Pacto Mundial.

Hay varias formas de demostrar que ser transparente abre puertas de negocios. Nadie quiere hacer negocios con alguien de quien haya duda de su transparencia. Esa es la tendencia mundial y si se quiere seguir en el mercado, hay que cumplirla. El mejor mecanismo de verificación es que el cliente diga que está tranquilo haciendo negocios con la empresa.

Diana Chávez: El representante de **INDRA** dijo que la empresa puede ser un catalizador. Uno de los grandes retos que tienen las empresas que operan en mercados y realidades como las de América Latina es vencer la tentación de suplir el pasivo histórico que hay en la región y sería estratégico transmitírselo a los Jefes de Estado en la Cumbre. Como dijo Jorge Estrada de Grupo HAME, estamos en Guatemala pero nuestro mercado es el mundo.

¿Cuál sería la frase de cierre?

Juan Pablo Morataya: El mundo está demandado nuevos liderazgos y nuevos comportamientos, en todos los sectores y en todos los actores. La Responsabilidad Social Empresarial y la sostenibilidad invita que se pueda hablar sobre el rol positivo del empresario como ciudadano en primer lugar. El empresario no está por encima de la sociedad ni es el todopoderoso al que económicamente tienen acceso pero puede aportar más allá de dinero, innovación. Si conseguimos eso con ética, con la realidad, se podrán hacer aportes importantes.

El mensaje: El nuevo rol del empresario como ciudadano. Si se consigue eso, los ODS pasan.

Jorge Estrada: Seamos actores del desarrollo con transparencia.

Diana Chávez: Lo que se rescata también es el tema migratorio. No puede ser que en América Latina el principal producto de exportación sea la mano de obra, al final todos somos migrantes, es lindo cuando se escoge ser migrante por gusto pero no por necesidad.

Otro tema serían las pymes, a principios de año la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), convocaron a un panel muy interesante en Madrid.

Por último, la veracidad en la comunicación hacia la Junta Directiva y hacia la ciudadanía.

Pablo Adrián Hardy: Los participantes tendrán que enviar 5 ideas cortas para elaborar los documentos.

1.5 PANEL V:

El Ecosistema digital: pilar estratégico para el crecimiento económico

- Digitalización y productividad: del internet de consumo al internet de la producción.
- Infraestructura de telecomunicaciones para la economía digital.
- Innovación y emprendimiento: competencia en servicios y plataformas
- Factores críticos para el desarrollo digital: formación de recursos humanos.

Panelistas:

Renata Dutra, Gerente de Asuntos Públicos, [Telefónica Latinoamericana, S.A.](#)

Eduardo Chomali, Director Regional para los Países Andinos, [Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones \(ASIET\)](#).

Renata Dutra: Expondremos nuestra propuesta de ideas y políticas públicas para la región, ver el estado del arte en la región y hacer una propuesta a los Jefes de Estado.

Eduardo Chomali: ASIET es la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones, una asociación que existe desde hace más de 35 años en América Latina y que tiene como objetivo fundamental impulsar el diálogo público-privado para favorecer el sistema de las telecomunicaciones en toda la región. Con el afán de ir generando conocimiento e impulso de mejores políticas públicas y aportando un poco el conocimiento para el sector, en 2015 lanzó el [Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina](#), una iniciativa con la idea de generar un ciclo de estudios, si bien habían estudios en la región con anterioridad, el objetivo es generar un plan mucho más ambicioso de estudios, entre 3 y 5 estudios relevantes al año sobre las tendencias del sector y siempre enfocadas en América Latina. Una rama académica donde se trabaja con las 50 principales universidades de la región y con consultores, eso contribuye a tener un escenario útil.

¿Por qué es relevante hablar de digitalización? Es un tema que impacta a todos por igual. El crecimiento de América Latina para los próximos años depende fundamentalmente de su capacidad de avanzar en materia de productividad. América Latina ha incrementado su crecimiento en la explotación y exportación de *commodities*, hay un ciclo que no es favorable porque los precios no son los mismos que a inicios de década sino un repunte, pero nos ponen en cuenta de una gran sensibilidad que tiene la región, no se puede seguir dependiendo únicamente de la explotación de recursos naturales, muchos de ellos no renovables.

En materia de productividad, es decir, cuánto se produce y con qué eficiencia, desafortunadamente se tiene un caso, es la región del mundo que menos ha crecido en materia de productividad. Mientras América Latina crece en materia de productividad un 0.6 al año, otros países desarrollados o en vías de desarrollo están creciendo 4%. Esto quiere decir que si no somos capaces de dar un salto en materia productiva en la región, posiblemente no se alcancen las cuotas de crecimiento que necesitamos.

Incorporar incisivamente las tecnologías de la información en la industrialización y la producción, impacta a toda

la cadena de valor. Una cifra interesante de Wood Mackenzie, un estudio reciente dice que si no somos capaces como región de avanzar decididamente en materia de productividad, muy probablemente en los próximos 15 años, las tasas de crecimiento serán 40 o 50% inferiores a las actuales. El desafío es sumamente relevante.

La contribución general del ecosistema digital al desarrollo económico de la región se dice que es más del 5%, variable de país a país, algunos países como Colombia va un poco más de 6, otros como Perú donde es un poco menos, pero en promedio un 5%, que es superior a otros sectores que también son relevantes, transporte terrestre, crudo, energía eléctrica, logística, etc., lo que se ve es la capacidad del ecosistema digital que tiene efectos e impactos indirectos en las actividades que tenemos que tener en cuenta y por eso la relevancia.

En América Latina hay un caso de éxito en la medida que se va logrando ir cerrando brechas en relación con los países más avanzados. En un muy corto periodo de tiempo se está avanzado mucho en materia de conectividad y acceso pero siguen muy atrasados en innovación y aprovechamiento de la digitalización para avanzar hacia mayor productividad.

¿Cuáles son los dos retos que se tienen como región? Por un lado, si se compara con países más avanzados con referencia en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se avanza en materia de conectividad pero hay atraso en digitalización de los procesos productivos. Dos aspectos importantes: la necesidad de avanzar hacia mayor productividad y hacia una economía digital pujante.

La región viene cerrando brechas en materia de conectividad con los países más avanzados, se ve en materia de servicios de internet, básicamente en los últimos 10 años las tasas de digitalización han aumentado un 40%. En el caso de la telefonía móvil, cuando básicamente tener celular era un lujo ahora se tiene un acceso universal con cuotas superadas al 100% en algunos países, se ha avanzado muchísimo en mayor capacidad, ancho de banda y velocidad, en los últimos años es la región que más ha crecido en acceso de internet.

También se ha avanzado muchísimo en asequibilidad. Hace unos seis años eran aún muy costosos los servicios. A partir de que Naciones Unidas puso un indicador se vio que solo el 5% del ingreso per cápita podía, ahora es asequible a todos los países un poco más grandes de la región como Colombia, México, Perú, Chile, Argentina y Panamá, ya todos están en indicadores cerca del 1%.

En Centroamérica la cifra está también debajo del 5%. Al día de hoy son los países que más han ido avanzando en materia de conectividad. Se van cerrando brechas con los países de la OCDE y también en la adopción de banda ancha. Todo ha sido posible gracias a importantes inversiones de la industria, fundamentalmente provenientes del sector privado, una industria que ha invertido en los últimos siete años más de 250 mil millones de dólares y que ha fusionado la infraestructura de telecomunicaciones como la más relevante en la región, esto de acuerdo al Foro Económico Mundial, si se compara versus calidad de carreteras, industria ferroviaria, portuaria, transporte aéreo, pues se encuentra que siempre la tecnología está mejor puntuado.

Esto tiene que ver con un dato interesante, hace 10 años cuando se hablaba de nuevas tecnologías América Latina siempre entraba con 3 a 4 años de retraso. Al día de hoy el 4G, 5G, empieza a entrar en simultaneidad, evidentemente hay retrasos pendiente en función de espectro y otras variables pero es una región que acompaña de forma más cercana el desarrollo de los países más avanzados.

El desafío pendiente es que 1 de cada 50 latinoamericanos aún no usa internet. Desafortunadamente tiene que ver con las brechas que hay entre lo urbano y lo rural con diferencias interesantes, muestras de un 50% entre unas zonas y otras, se profundizan mucho más a nivel de municipalidades, pero también ese avance desigual a nivel de

la región. Hay países muy avanzados como el caso de Chile, Costa Rica, Uruguay, Argentina.

También van surgiendo nuevas brechas, no solamente es la conectividad, también el acceso a dispositivos que ha sido fundamental cuando se habla del internet de las cosas, un indicador clave es el indicador del número de dispositivos per cápita y la región está rezagada. De acuerdo a Syscom las previsiones son que en 2020 habrá 3 dispositivos conectados per cápita en América Latina, mientras que en Europa se habla de 9 y en Estados Unidos de 14.

A qué se debe la brecha, aparte de la cobertura de los servicios, es una brecha de ingresos. Si bien se ha avanzado en el tema de accesibilidad, desafortunadamente para las personas de menos recursos, los servicios de comunicación pueden suponer un 5% del ingreso del hogar. Es una variable importante que impulsa a tener un escenario de mayor dinamismo del mercado y por otra parte, un mayor apoyo gubernamental a través de un servicio eficiente, universal, de un marco que permita innovar y de ciertas reducciones en materia fiscal. Si no se logran superar esos desafíos es imposible que se logre conectar al 50% restante.

Otro desafío importante es cómo está creciendo el tráfico de datos en la región. Al 2021 [Syscom](#) prevé que los datos móviles en general se multiplicarán hasta seis veces. Hay un uso cada vez más intensivo de internet y está muy vinculado al entretenimiento y consumo de video y que exige cada vez muchas más inversiones en un entorno que desafortunadamente para la región no es el más favorable para la industria. Los nuevos patrones de consumo vienen estacando un poco los ingresos en servicios más tradicionales, viendo como gana cada vez más espacio el uso de los datos.

Los usuarios de la región son de los más bajos del mundo. Si se compara el retorno que tiene un operador móvil en América Latina está cercano a los 7 y 9 dólares dependiendo del país, en cambio en Europa es de 32 dólares y en Estados Unidos, cerca de los 50 dólares. Es un desafío seguir acompañando una revolución digital con infraestructura de clase mundial con retornos muy bajos, eso sin duda requiere un nuevo acuerdo en cuanto a las inversiones a través de entornos mucho más favorables, reducción de cargas fiscales, desafortunadamente en América Latina el sector de comunicaciones está cargado 3 veces más del promedio per sectorial, lo que es mala noticia. En algunos países esas inversiones son consideradas como un lujo, en caso de Panamá, Ecuador, en el caso de Colombia con una reforma tributaria que lo que hizo fue cargar un impuesto adicional al consumo de servicios móviles, es lamentable, porque lo que se encuentra es que no se está atendiendo la tecnología como una fuente de desarrollo sino solo como una fuente de recaudación.

Más allá de la conectividad la región avanza hacia la producción de contenidos digitales que logren hacer que la región consiga agregar valor a su economía, saltar del internet de consumo al de la producción. El inconveniente es que es la región del mundo más atrasada en los contenidos locales, si se ven los rankings de sitios de las aplicaciones más destacados, desafortunadamente de los 100 primeros solo 26 son latinoamericanos, principalmente, portales de noticias, e-commerce, lo cual deja un margen interesante y una gran oportunidad de crecimiento.

La región de alguna forma tiene ciertos valores e idiosincrasia común, un idioma en común, un mercado potencial muy relevante que requiere cerrar muchas brechas y barreras para que puedan abrir flujos e intercambio de este tipo de servicio.

La región evidencia mucho tráfico de internet versus Estados Unidos. Más del 60% del tráfico de la región va hacia Estados Unidos, se tienen muchas oportunidades de crecer, pero desafortunadamente en vez de crear riqueza para la región, se transfiere a los grandes jugadores de internet, principalmente en Estados Unidos.

En la disponibilidad de capital de riesgo también hay un retraso importante. Mientras que en América Latina se invierte en capital de riesgo cerca de USD\$1.50 por habitante en Estados Unidos esa cifra es de más de 400 dólares y el caso de Europa, USD\$37. Qué está pasando en políticas públicas, qué está pasando con la industria, si bien hay un aporte importante del sector privado, está abierto el canal con una oportunidad enorme de inversión.

Este ecosistema capaz de crear e innovar también tiene que ver con cómo está la capacidad del capital humano, con las restricciones que se tienen hay un estancamiento en el capital humano porque América Latina no cuenta con una capa de profesionales que sean capaces de responder a las nuevas demandas, por ejemplo, en 2015, mientras América Latina generó cerca de 6 mil ingenieros en Estados Unidos la cifra se triplicaba. Cerca del 30% de las principales empresas de la región ven dificultad para contratar profesionales con esa formación. Según [International Data Corporation](#) hay una brecha de más de 500 mil profesionales en el área de redes de comunicación, cuando se ve el global del ecosistema laboral en la región 2 de cada 3 latinoamericanos no están preparados para cumplir con el desafío.

Los desafíos son muy relevantes:

1. Cambiar el paradigma de la región con modelos de carreras más cortas, romper la barrera cultural que se tiene que estudiar una ingeniera es poco glamuroso respecto de ser médico o abogado, economista.
2. Mejorar el vínculo de la universidad con las empresas para transmitir cuáles son las necesidades de este nuevo entorno.

América tiene gran una oportunidad para acelerar el desarrollo digital, para crear más riqueza, mayor inclusión e igualdad de oportunidades. Sin duda el desafío es ver la pobreza en la región, pasa necesariamente por avanzar en la economía digital no solamente por los impactos decididos que hay en materia de gestión.

Hay un estudio con evidencia muy clara, por cada 1% que se avanza en materia de digitalización es un reto automáticamente de 0,3% de crecimiento económico. Si se quiere cerrar la brecha digital al 2030 con, por ejemplo, los países de la OCDE, se hicieron unos cálculos que básicamente se traducen en que por cada 1% en materia de digitalización, se generaría un ecosistema de 700 mil empleos anuales nuevos y eso generaría que en 10 años habría un retorno de un 2% o probablemente un 5%.

Hay necesidad de complementar la explotación y exportación de los recursos naturales, muchos de ellos no renovables, con una economía de innovación y emprendimiento. Cuando se ven los rankings de las empresas más prestigiosas del mundo, el ecosistema ha cambiado radicalmente, por ejemplo, ya no se tiene a los principales fabricantes de automotores, ya han sido reemplazados por empresas digitales, Amazon, Google, Facebook, Microsoft. El mensaje es claro, si no se avanza hacia un internet de la producción que genere valor, que también se acompañe del nivel cultural y de conocimiento que permita seguir creciendo a nivel interno y cultural, será difícil y se seguirá dependiendo de los vaivenes del mercado internacional. La clave es generar desarrollo del sistema digital.

La SEGIB es clave porque ASIET trabaja de la mano en todos los espacios multilaterales posibles y todos están de acuerdo en la conclusión que la digitalización es el camino. Han hecho el diagnóstico y consideran que ahí es donde SEGIB puede aportar decisivamente, por un lado, coordinando esfuerzos políticos y alcanzando acuerdos formales. En ASIET ven tres objetivos claves:

1. Cerrar la brecha digital. Conectar al 50% de latinoamericanos en el uso de la red. Ya se tienen los diagnósticos para lograrlo pero desafortunadamente no hay un compromiso político para abordarlo.

2. Introducirlo a la estructura mundial, ya se tiene la señal 5G, se necesita un nuevo sistema pero no se ven avances y tampoco facilidades.
3. El salto en materia de innovación y emprendimiento y no es solamente el emprendimiento digital por parte de la ciudadanía sino también del propio gobierno que se empodera de la tecnología para cambiar sus procesos. Se habla de Gobierno Electrónico creyendo que la solución es solamente implementar trámites en línea, pero cuál es el funcionamiento real del gobierno si sigue basado en papel.

Hay un salto importante que dar y la SEGIB puede brindar con un amplio paraguas. Falta la perspectiva intraindustrial porque están centrados en telecomunicaciones pero desafortunadamente falta estrategia industrial y en materia de capital humano, cómo mejorar los procesos y cómo se puede contribuir a hacer una agenda integral.

Hay que ir de la mano con Ministerios y centros de formación es un debate que se tiene que hacer a lo largo de toda la cadena, Ministerio de Finanzas, de Trabajo, etc. En América Latina hay una demanda de teletrabajo, si se quiere contratar como empleador a un buen trabajador no puede porque el marco legal no lo permite.

Llevar acciones para llegar a compromisos políticos muy claros. En el punto de vista gerencial, el rol que tiene aprovechando las dinámicas que pueden generar sinergias tanto España como Portugal como aliados clave, ya sea entre Unión Europea que están involucrados en proyectos relevantes mercado digital y avanzan en el debate de políticas públicas como la confianza de la ciberseguridad. La fiscalidad que hay que resolver y sin duda el apoyo es muy importante.

Renata Dutra: ASIET es la que hace los estudios de diagnóstico desde la región y, desde Telefónica, desde hace un par de años y a raíz de esos estudios que se hicieron sobre el análisis del ecosistema digital, se vieron las iniciativas a nivel político en la región y que la plataforma de instancia política institucional de SEGIB y las Cumbres eran necesarias para conseguir mayor compromiso de los gobiernos.

Se ha trabajado en las agendas digitales como instrumentos de políticas públicas en cada país y una propuesta de cómo en este momento el canal político y la promoción de SEGIB con los países y gobiernos puede empezar a hacer una acción programática. El fin último es llevar los temas y problemas a una declaración final.

Telefónica está en 14 países de la región y en Centroamérica está en cinco: Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá y Costa Rica. Está por grupos, hay una Unidad Europa, España, Brasil y en Hispanoamérica está Centroamérica, México, Ecuador, Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Uruguay y Argentina. No está en Bolivia y Paraguay.

Telefónica es un agente articulador de redes. Una red social, una de giro productivo de origen empresarial porque el impacto que tiene el negocio de Telefónica con los empleos directos e indirectos y proveedores, es muy corta.

En la región coexisten muchas agendas digitales de distinto nivel y visión estratégica: Agenda nacional, supranacional y regional y una visión estratégica para llegar a una economía digital sostenible. Desde inicios de los años 2000 empezaron los planes nacionales de banda ancha basados en infraestructura. El objetivo es llegar a un ecosistema y a una economía digital sostenible para la región.

A nivel supranacional UNASUR tuvo un intento y hoy hay más iniciativas en MERCOSUR, ALIANZA DEL PACIFICO, y a nivel regional está el sistema liderado por la Cumbre de las Américas que tienen algunas iniciativas recientes. La clase empresarial empezó a reunirse e intercambiar información entre prácticas y problemas de

los diagnósticos. Luego con [eLAC](#) que es lo que lidera la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) para América Latina, está liderando desde el año 2000 la agenda digital.

El mapa de lo que existe en la región, no son pocos pero han avanzado y no son suficientes ni están preparados para llegar a un planteamiento de política pública de economía digital sostenible.

A lo largo de los años el sector ha evolucionado, es una historia de éxito, sin embargo, se tiene que dar un salto e ir más allá y en ese momento estamos. Hay historias de buenas prácticas pero hay que ser más osados, ambiciosos y dar ese salto cualitativo y tener un impacto en la economía digital en beneficio de la sociedad.

Las agendas digitales tienen un elemento básico y es el desarrollo de infraestructura, gobierno electrónico, pymes, educación, con un menú de temas que siempre se escuchan y que va desde objetivos y metas muy tangibles hasta plazos.

Se necesita infraestructura de conectividad. El gobierno electrónico es una meta porque el sector público es el tejido social y la sociedad en sí misma. La parte de las tecnologías de la información y la educación es como crear estabilidad digital hasta llegar a la innovación digital.

El entorno digital no se hace solo con los operadores de telecomunicaciones sino también con toda la nueva innovación tecnológica que existe alrededor. Las empresas van modernizándose, los negocios son tecnológicos, digitales, la creación del ecosistema es ingresar a la innovación digital.

Hay ejemplos en Chile, Colombia y Brasil. Chile es un país pionero en la región. La agenda digital 2020 fue lanzada en 2015, con 5 ejes estratégicos, 13 líneas de acción y 63 medidas: Derechos para el desarrollo digital, conectividad digital, medidas con gobierno, economía y competencias. Con respecto a la conectividad digital se prioriza la fibra óptica.

El gobierno digital es importante implementarlo con oferta de valor para la ciudadanía. La agenda digital fue creada para dar seguimiento a las políticas de desarrollo digital creadas en 1999. Chile fue uno de los primeros países que se abrió hacia la sociedad de información.

La dinámica es que son 63 medidas, 41 en proceso y 22 cumplidas. En la dinámica de seguimiento los gobiernos de la región van cumpliendo metas, por ejemplo, no se trata de digitalizar las escuelas públicas, se trata de empoderar a la sociedad de toda la tecnología y de esa transformación digital necesita la región para mejorar su economía.

[Vive Digital 2.0 en Colombia](#), fue del año 2010 al 2014, en 2014 se relanzó y ahora es interesante que el presidente Iván Duke, en el evento [ANDICOM](#), expuso su posicionamiento público y de gobierno oficial, indicando que dará un paso adelante en lo que necesita la sociedad colombiana para tener esa transformación digital. Es novedoso porque fue el primer descuerdo temático sectorial que el gobierno ha contado y da la esperanza de que una vez más, Colombia será una referencia en la región en cuanto a establecer políticas públicas.

Las líneas estratégicas están enfocadas en la sociedad, en los ciudadanos, pero pasando por el gobierno digital, educación, emprendimiento, capacitación, ciudades y región, porque las ciudades son laboratorios de la realización de la transformación digital. El entorno es donde primero se actúa y se trabaja en la transformación digital para obtener esos resultados. Se promueve mucho el teletrabajo, desde la conciliación hasta la calidad de vida y lo que es el empleo.

[e-Digital](#): Brasil tardó un poco más, estaba desestructurado en cuanto a institucionalidad, finalmente se han

unificado los ministerios y con el gobierno de Michel Temer lanzó una estrategia de transformación digital en marzo pasado. Entre los problemas que tiene Brasil, el que el gobierno haya lanzado una estrategia coherente y más unificada en ese sector, alegra. Tiene una coherencia de lo que se quiere llevar a cabo.

La estrategia está contenida en cuatro ejes de transformación digital, economía basada en datos, es la primera agenda digital de la región que nombra, menciona y pone a nivel estratégico el tema de e-data, el mundo conectado, la explosión del internet de las cosas, hay una proyección que para el año 2050 van a ser más de 50 billones de cosas conectadas, es una situación que no hay que perder de vista. Nuevos modelos de negocios nacen en este ecosistema digital.

Tres casos de prácticas interesantes: La Alianza del Pacífico lideró como alianza, como bloque económico comercial bien estructurado y se estableció una mesa de debate dentro del empresariado. Esta reunión preparatoria es una semilla de lo que Alianza del Pacífico está haciendo, estructurando desde el año 2016 un subgrupo de Agenda Digital donde el sector privado da referencias y propuestas para que los cuatro gobiernos establezcan políticas.

MERCOSUR inició un poco más tarde. No es tan estructurado como Alianza del Pacífico, pero hay una iniciativa empresarial desde el 2017 con Agenda Digital. La coordinación internacional es importante, es supranacional, la revolución digital no tiene fronteras, esta unión de países y de liderazgo y complementación es importante.

Hay que ver la capacidad de vinculación y de esas políticas públicas que van a aterrizar en los países. La palabra coexisten no es una hoja en blanco en la región, está por verse la capacidad que van a tener esos países de adoptar lo que se establezca en políticas públicas.

La supranacional es la eLAC, desde hace 18 años avanzando en la sociedad de información bajo liderazgo de CEPAL, pero esos objetivos se fueron alcanzando porque los países reaccionaron con sus políticas nacionales, no necesariamente porque CEPAL haya tenido un mandato vinculante a cada país.

En Telefónica siempre se ha tenido una hoja de ruta, a raíz de ahí se iba conviniendo lo que CEPAL decía como región y lo que los países iban haciendo, unos países más comprometidos que otros, el propio Chile, a raíz de lo que hace CEPAL, la cercanía no abanderó a los demás países, sin embargo, Brasil “pasaba” lo que establecía CEPAL.

e-LAC tiene 7 ejes de acción: infraestructura digital; transformación y economía digital; gobierno digital -se ha avanzado pero no lo suficiente-; cultura, inclusión y habilidades digitales; tecnologías emergentes para el desarrollo sostenible; mercado digital regional; gobernanza para la sociedad de la información.

La visión de Telefónica ha tratado de establecer una clasificación de prioridades de las agendas nacionales de conectividad, la sostenibilidad, ahora por el avance mismo de los negocios se tiene que llegar a establecer una economía digital sostenible en Latinoamérica. Se ha tenido una oportunidad y esta vez otra propuesta de que no se pierda más tiempo, hay que dar un salto para que realmente haya política institucional, que garantice una economía digital sostenible ¿Qué falta para que eso sea de verdad sostenible? Son tres ejes de actuación con bases establecidas para la economía digital, la digitalización de la economía y la sostenibilidad. Cada eje tiene tres líneas de acción propuestas como bases para la economía digital.

Es necesario el restablecimiento de la institucionalidad, pasar de políticas de gobierno a políticas de Estado, grandes pactos de los partidos políticos de los gobiernos para que de verdad se entienda la necesidad de la digitalización de toda la sociedad y la economía. Que no sean peleas de partidos políticos según gobiernos que estén sino que

ocurra una armonización de funciones y competencias, la hubo en Argentina, Chile y Brasil, que ayudan a tener una visión integral, una unificación de presupuestos, planes estratégicos para que se dé cumplimiento a lo que cada país debe hacer.

Después de la institucionalidad, el capital humano. Formación y empleo, habilidades digitales de los ciudadanos para sacar adelante la adopción de esa tecnología y se transforme en una sociedad totalmente digital.

La conectividad digital, que no deja de existir: acceso, asequibilidad y uso. Banda ancha, las nuevas tecnologías, 5G, problemas de espectro, no deja de ser una realidad necesaria donde los países tienen que analizar con una base en primera instancia para la economía digital sostenible.

Un paso más adelante es la digitalización de la economía: es un segundo eje de actuación donde es importante el ecosistema emprendedor e-commerce y servicios digitales, el problema económico de futuro que es una cadena de valor, cotizar, captar semilla e innovación en las ventas tecnológicas.

Recientemente hubo un estudio en Argentina con apoyo del BID, donde se analiza que hay muy poco apoyo de las grandes corporaciones al ecosistema emprendedor de los gobiernos para que se fomente el emprendimiento de corporaciones. Hay que crear un nuevo ecosistema, una nueva red de tejido empresarial digital tecnológico en la región.

La necesidad de cambio de modelos y procesos productivos, la industria 4.0 y el internet industrial. Es importante acelerar la competitividad y el proceso productivo empresarial con la adopción de tecnologías, proceso productivo digital tecnológico.

e-government, el sector público ahora tiene que llevar gobierno en línea y también **Bigdata** como servicio. Telefónica ha definido una estrategia de servicios públicos, las nuevas tecnologías son una oportunidad para la transparencia y una oleada de acciones para que las instituciones públicas puedan ser más eficientes a esos servicios públicos.

Sostenibilidad, deslocalización y extra territorialidad: cuando se traspasan los servicios físicos locales y ahora, ligados a problemas o circunstancias de pérdida de soberanía de los Estados donde está el dato. Hay un debate sobre fiscalidad extraterritorial porque siempre hay una fuerza impositiva muy grande, las telecomunicaciones cargan impuestos a las operadoras para sufragar problemas de seguridad en el país.

¿Por qué son los ciudadanos que están usando teléfonos son los que tienen que pagar los problemas de seguridad que generó un ente del Estado? Hay una distorsión grande en algunos países, no se pueden sobrecargar a las operadoras de telecomunicaciones que son las operadoras establecidas, las que están creando empleo, generando impacto positivo en la economía mientras hay agentes digitales operando en sus distintos países hay un factor impositivo equivocado, una base científica equivocada y desigualdad porque pagan unos y no pagan otros.

Hay un debate de fiscalidad. Se cuestiona la soberanía, la fiscalidad, la protección de usuarios e intereses del Estado, la ciberseguridad, los ataques cibernéticos, habrá que atajar los problemas para que la economía digital sea sostenible.

Por último, el marco normativo que para ser sostenible se debe regular ex antes y ex post con un entorno competitivo igualitario. El mensaje total es que Telefónica ve la necesidad de mejorar las políticas públicas, elevando iniciativas nacionales, supra nacionales y aprovechando la instancia política institucional de SEGIB y de la Cumbre política para enviar mensajes más concretos y conseguir la vinculación que todavía es dudosa o no evidente en

las otras iniciativas supranacionales. El trabajo programático de sumar la voz de estas nuevas necesidades, abrir la atención de los gobernantes y distintas instancias ministeriales ayuda a crear un momento para que la economía digital vaya siendo sostenible.

Telefónica sugiere como propuesta de recomendaciones finales, una necesidad de continuidad de la institucionalidad, continuidad de políticas de gobierno a políticas de Estado. Una visión de país con colaboración público-privada, fomentando las bases de trabajo e innovación abierta. Que haya en la ejecución, coordinación y transmisión de política pública, coordinación entre todas las instancias políticas para que de verdad haya un entorno eficaz y alcanzar esta economía sostenible en la región.

Julio Sánchez: La necesidad de continuar particularmente en la región con muchas y mejores políticas públicas que no solo vea la transformación digital como una oportunidad de desarrollo económico, sino como la política de protección de que toda esa riqueza y toda esa aportación contribuye a cerrar la brecha digital.

La primera tiene que ser la promoción del individuo, tienen que asegurar que nadie se quede atrás. La formación de capacidades digitales tiene tanta importancia hoy como el derecho a la educación, forma parte de los derechos fundamentales de las personas, sino está el riesgo de que en un plazo muy breve 10, 15 años, una parte de la población se quede totalmente fuera del mercado económico y de toda actividad de desarrollo.

La promoción de las organizaciones e instituciones clave en comercio electrónico, gobierno, el desarrollo de la industria TIC de forma decidida y clara por los gobiernos para operar. Campo abierto para el desarrollo, incluso de las pymes que significan la parte cuantitativa con mayor importancia en la región. Consumo de contenido de la región, acceso y protección de usuarios, que se regule el acceso digital como un derecho a los ciudadanos con la confianza de que no va a quedar expuesto.

La importancia del papel del gobierno como catalizador liderando esa transformación de forma transparente y ofreciendo seguridad en las transacciones a sus ciudadanos, regulando los modelos de adquisición gubernamental. El gobierno sigue siendo el principal de los consumidores de tecnología, su comportamiento en la adquisición determina la transparencia y el desarrollo de la industria en otros países. Que exista ese consenso de lo que se quiere, hay que luchar por el establecimiento de un marco homogéneo de medidas.

La SEGIB puede impulsar un marco homogéneo de medidas más eficientes de la agenda 2030 y es que, más allá de mil objetivos, definir indicadores cuantitativos de cumplimiento, aunque existen indicadores de digital basados en número de acceso, número de dispositivos, etc., no hay una metodología homogénea de madurez digital y que es fundamental para que los gobiernos se puedan comparar entre ellas. Determinar cuáles son las políticas públicas y las iniciativas que más contribuyen con el consenso nacional o regional de cada uno de ellos.

Uno de los objetivos de la SEGIB podría ser la definición de indicadores en sí misma como un referente para otras instituciones y de esa forma contribuir de forma directa.

Renata Dutra: En esos tres ejes proponer alguna acción, ahora es el momento de que SEGIB se sume a la defensa de políticas públicas en la región, incluso puede apoderarse de 2 o 3 iniciativas que haga tracción a esto.

Julio Sánchez: La iniciativa que puede moderar la SEGIB es la definición de este marco homogéneo, puede ser el referente que indique cuáles son las fortalezas de cada una de las acciones, gobiernos, instituciones o compañías multinacionales, determinando la madurez digital de cada uno y proponiendo a través de una metodología digital. Como se ha dicho, lo que no se mide no importa.

Renata Dutra: Bases para la economía digital, educación, capacitación, habilidades de digitales para la sociedad, involucrando un tipo de informe PISA de las habilidades y capacidades digitales de los ciudadanos, no solo las capacidades educativas en una línea de acción.

Julio Sánchez: Es uno de los indicadores de capítulo que muestra la madurez digital de la sociedad, la capacidad digital hacia medidas digitales que se concretan en el plan de formación.

Renata Dutra: Fuimos al detalle, hablamos con el equipo del OCDE que hace el informe PISA de educación, se propuso y aquí hay información suficiente para hacer un análisis de las capacidades digitales, el nivel de capacidad digital que tienen en educación, las escuelas, los países, la madurez digital de la ciudadanía, es una medición más concreta.

Eduardo Chomali: Es interesante la contribución que hacen porque sin duda el primer paso para avanzar es medir y comparar para luego ver hacia a dónde ir. La iniciativa desafortunadamente, según el país, el acceso a la información es más limitado, se ve en los últimos años una voluntad de parte por los gobiernos de avanzar en indicadores cada vez más sólidos. El ejercicio más avanzado que se tiene desde la gestión es la iniciativa de CEPAL, con la banda ancha, penetración, beneficios de banda ancha, Pisa, móvil, telefonía, accesibilidad, pero puede ser una medición cada vez más compleja, que verse el pulso de economía digital, cifras de inversión, etc.

Junto a CEPAL y Telefónica y otros que se sumen, hacer un esfuerzo conjunto. Son cifras que quedan 2015, 2016 y que cuesta mucho actualizar. Buscar un mecanismo de compartición de parte de los gobiernos para aportar insumos de forma conjunta puede ser de mayor utilidad.

A partir de esos indicadores ver quienes están más arriba en el ranking, verificar qué es lo que se está haciendo bien. En el caso de Chile, por ejemplo, es el país que más invierte, ver su fiscalidad, porqué está más avanzado pudo desplegar muy favorable, es un modelo, no pagan con dinero sino con desplegar la cobertura a nivel de todo el país versus el caso de Colombia que, por ejemplo, puso un sistema muy impositivo en términos de dinero y el país no ha podido desplegar el 4G más allá del 30% de la población, son variables que son muy importantes de explicar.

Otro es el nivel de institucionalidad, desafortunadamente conocemos el ecosistema digital tenemos un modelo antiguo de telecomunicaciones pero no tenemos la facultad de ver la economía digital en su conjunto, no hay cómo abordar el tema fiscal, no hay cómo meter protección de datos y habrá que redefinir el sentido del sector de telecomunicaciones y a partir de ahí, una agenda concreta para unificar a las autoridades.

Miguel Castro: Uno de los aspectos que ve **PISA** es la capacidad de los estudiantes para manejar cosas digitales, el internet, pero no va de momento, dependiendo la profundidad que el sector quiere ver o analizar, no va a ese grado de granularidad pero es algo que está en la mente del mundo.

En los detalles se decía que el 5% del PIB viene de las telecomunicaciones ¿han realizado investigaciones o cálculo respecto al impacto en la productividad? en los países de la OCDE ha sido difícil hacer esos cálculos, pero hay medidas que han hecho de 0.3% de crecimiento o el valor agregado, quiero saber si han realizado ese tipo de estudios.

Sobre extraterritorialidad es más complejo, en cierta medida, en los países miembros de la OCDE aún no hay consensos sobre cuál es la mejor manera de abordar la extraterritorialidad del sector, por ejemplo, desde el punto de vista fiscal el consenso no existe y por eso la OCDE continua investigando para tratar de llegar a saber

si hay un tipo de mejores prácticas para poder obtener ese consenso que en lo generalmente la OCDE trabaja. Para dejar claro, dentro de los 37 países miembros de la OCDE, en 7 países miembros aún no hay consenso sobre el aspecto de la extraterritorialidad, aunque se reconoce que es algo importante.

Eduardo Chomali: La pregunta sobre productividad es sumamente complejo, pero en marzo se publicaron los números para América Latina donde decía que del 1% de crecimiento en materia de digitalización el 0,3 se traduce en crecimiento económico y también tiene impacto en el 0,2% en productividad laboral.

Renata Dutra: En el tema de fiscalidad y extraterritorialidad no hay un consenso común, las grandes instituciones internacionales como la OMC, OCDE, Alianza del Pacífico, por ejemplo, no hay consenso. El objetivo de poner el tema sobre la mesa es crear la necesidad de análisis y de diagnóstico y de reconocer el desequilibrio que hay, por supuesto que entrarán intereses y fuerzas contrarias de lobbys, intereses de países, fiscalidad, pero es un tema que no puede estar oculto sino ponerlo sobre la mesa. El objetivo es que la SEGIB sea una más que se dé cuenta de eso y pueda levantar el debate hasta crear el consenso que en el sector todavía no hay.

En unos dos años probablemente llegará una situación en donde todos los agentes económicos, los ministerios o hacienda de los países se pondrán de acuerdo y generarán un consenso, de eso se trata, de la evolución de la transformación digital y es un tema más que hay que abordar.

Renata Dutra: Los aportes sobre el ecosistema digital se llevarán a la reunión de noviembre con las recomendaciones.

Participantes:

Acisclo Valladares, Ministro de Economía, Ministerio de Economía de Guatemala (MINECO).

Antonio Maluf, Director Ejecutivo, Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras de Guatemala (CACIF).

Narciso Casado, Director de Presidencia de CEOE y Secretario Permanente de CEIB.

Pablo Adrián Hardy, Responsable de Economía y empresas de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB).

Moderador:

Ignacio Ayala, Director del Centro de Formación de la Cooperación Española en La Antigua Guatemala.

Antonio Maluf: En La Antigua Guatemala a cualquier lugar que veamos se ve cultura e historia y personas que activamente trabajan desde un comercio, una tienda, un puesto de artesanías o una gran empresa, son ellos los que activan el país, dinamizan la economía y aportan con sus acciones a seguir escribiendo nuestra historia. Aportemos nosotros a la historia de la ciudad colonial y de Iberoamérica entera, acompañando el proceso que inicia con la Reunión Preparatoria, el proceso productivo, dinamización de la economía.

El entusiasmo del sector empresarial organizado de Guatemala es evidente, presido el Comité Organizador del XII Encuentro Empresarial Iberoamericano y garantizo que habrá gratas sorpresas. La meta es proveer el mejor ambiente para desarrollar los paneles de discusión, las reuniones bilaterales y los talleres de los que saldrán las propuestas clave para construir una mejor Iberoamérica. Anhelamos una región próspera e inclusiva y es por ello, que los ejes de cada panel han sido cuidadosamente seleccionados. Se abordará la presencia de la mujer como parte del poder económico, tema que en este Encuentro Preparatorio ha dejado una importante reflexión sobre la posición que las mujeres merecen en los liderazgos empresariales.

Se conversará sobre la sostenibilidad como elemento clave de la estrategia de ciudadana corporativa, se dará continuidad al tema del ecosistema digital, el comercio y la inversión como temas de prosperidad y desarrollo y la contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

La Agenda está constituida con 17 objetivos que buscan combatir la pobreza y desigualdad, y hacer frente al eminente cambio climático, entre otros aspectos. El sector privado está comprometido con la agenda y está consciente del rol protagónico que tienen los empresarios en la consecución de las metas trazadas. Se espera que

este primer acercamiento haya dejado más entusiasmo para el evento de noviembre e invitar a más empresarios. Los aportes en este proceso tienen como objetivo hacer de Iberoamérica un mejor lugar para todos. Hay que seguir trabajando en los objetivos y en las conclusiones que dejó la jornada preparatoria, es el primer paso de este desafiante pero importante camino al futuro. Centroamérica los invita y ya Antigua Guatemala está lista para recibirlos.

Narciso Casado: La implicación de CACIF y el gobierno ha sido modélica, es la primera vez que en la Cumbre iberoamericana hay implicación entre la parte pública y el sector privado. Cuando se diseñó, las reuniones preparatorias parecían un sueño, se llevan importantes ponencias y diálogos, y ver la forma de trasladarlo a los gobiernos. Hay que hacer la labor de promoción para que la Cumbre de Guatemala sea un éxito más en las Cumbres iberoamericanas.

Pablo Adrián Hardy: La reunión va a ayudar muchísimo sobre todo en la parte temática. Los jefes de estado por ayudar en el proceso, ayudar en las ponencias y ayuda prestada.

Acisclo Valladares: El Encuentro es de suma importancia para el gobierno de Guatemala. Se apuesta por una Iberoamérica fuerte en la que el sector privado tome el liderazgo y ese espacio que necesita tomar para hacer las transformaciones, no solo de la región sino a nivel mundial. En un mundo que cada vez presenta más complejidad, Iberoamérica debe mantenerse unida. No cabe duda que el Encuentro Empresarial Iberoamericano será exitoso porque con las reuniones preparatorias se asegura que así sea. Que vengan muchos empresarios y que se compartan las oportunidades, ponencias y conferencias y que los Jefes de Estado hagan lo propio en los temas políticos para consolidar una Iberoamérica más fuerte tanto en el sector público como en el privado y que trabajen siempre de la mano. Es importante la reunión preparatoria para que la de noviembre sea todo un éxito. En una reunión con los ministros de Economía de Centroamérica, con el mismo formato y con el mismo seguimiento de parte del sector público, va bien el trabajo, en una hoja de ruta para apostarle a una Iberoamérica fuerte e incluyente y que se desarrolle para todos.

ANEXO I: PROGRAMA

Coordinadora

Beatriz Haspo, Conservadora senior de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos y Directora Ejecutiva de APOYOnline

Ponentes

Alan Haley, Especialista en preservación de colecciones en soporte de papel y conservación preventiva. Biblioteca del Congreso de Estados Unidos.

Mario Omar Fernández, Científico de la conservación de patrimonio cultural, ingeniero químico. Universidad de los Andes. Colombia

David Cohen, Profesional independiente en conservación patrimonial del exterior.

José Luis Pedersoli, Consultora, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. FAO

Debra Hess Norris, Decana y Profesora de la Cátedra de Bellas Artes Henry Francis DuPont, Directora del Programa de Conservación de Arte de Winterthur/Universidad de Delaware

Beatriz Haspo, Conservadora jefe de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos

Objetivos

Compartir conocimientos sobre cómo evaluar los diferentes tipos de riesgos a los cuales están expuestas las instituciones patrimoniales, a través de procedimientos para la elaboración de planes de emergencia y estrategias de mitigación de los efectos de los desastres naturales o causados por el hombre en las instituciones que resguardan el patrimonio cultural, como museos, bibliotecas, archivos y sitios arqueológicos.

MIÉRCOLES 05 DE SEPTIEMBRE DE 2018

Acto de Inauguración

09:00-09:30

- **D. Pablo Tejera**, Embajador en Funciones, Embajada de España en Guatemala.
- **D. Jairo Estrada**, Viceministro de Relaciones Exteriores, Ministerio de Relaciones Exteriores (MINEX) Guatemala.
- **D. Narciso Casado**, Director de Presidencia, Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y Secretario Permanente de Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)
- **D. Marco Augusto García**, Presidente, Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras de Guatemala (CACIF)
- **D. Pablo Adrián Hardy**, Responsable de Economía y Empresas, Secretaria General Iberoamericana (SEGIB)

PANEL I: Contribución del sector privado a la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible

09:30-11:00

- El sector privado como agente de desarrollo: retos y oportunidades.
- Los ODS como oportunidad de negocio para las empresas.
- Trabajo decente y crecimiento económico inclusivo.
- Sector privado e inclusión social: innovación social en los sectores tradicionales de producción.

Panelistas:

- **Clara Bazán**, Directora de Responsabilidad Social y Reputación, Mutualidad de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España (MAPFRE)
- **Fermín Acosta Javier**, Presidente, Confederación Patronal de la República Dominicana (COPARDOM)
- **Francisco López**, Director General, Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)

PANEL II: El Comercio y la inversión como elementos de prosperidad y desarrollo.

11:30-13:00

- América latina y los obstáculos al comercio.
- Facilitación al comercio en Centro América: retos de futuro.
- La inversión en innovación como factor de productividad.
- Inversión y emprendimiento como motor de crecimiento

Panelistas:

- **Jairo Estrada**, Viceministro de Relaciones Exteriores, Ministerio de Relaciones Exteriores (MINEX)
- **Carlos Melo**, Representante de país, Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

PANEL III: Mujer y poder económico

- - El empoderamiento económico de las mujeres en la Agenda 2030.
- - Retos para la igualdad de género en el sector privado.
- - Igualdad de género y gobierno corporativo.
- - Experiencias exitosas para la promoción de la igualdad de género en la empresa.

14:30-16:00

Panelistas:

- **Andrea Castaño**, Asesora Global del Programa de Sellos de Igualdad de Género, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- **Connie de Paiz**, Vicepresidenta, Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT)

PANEL IV: La Sostenibilidad como elemento clave en la estrategia de ciudadanía corporativa

- Creación de valor a través de prácticas empresariales sostenibles.
- Gobierno corporativo en la estrategia de responsabilidad social.
- Responsabilidad social y sostenibilidad: lecciones aprendidas en prácticas de referencia empresarial.
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como factor de ventaja comparativa en los mercados globales.

16:30-18:00

Panelistas:

- **Diana Chávez Varela**, Directora Ejecutiva, Centro Regional del Sector Privado en apoyo a los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas.
- **Juan Pablo Morataya**, Gerente General, Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial (CentraRSE)
- **Jorge Abraham Estrada**, Gerente de Relaciones Institucionales, Grupo HAME, Guatemala.

JUEVES 06 DE SEPTIEMBRE DE 2018

PANEL V: El Ecosistema digital: pilar estratégico para el crecimiento económico

- Digitalización y productividad: del internet de consumo al internet de la producción.
- Infraestructura de telecomunicaciones para la economía digital.
- Innovación y emprendimiento: competencia en servicios y plataformas.
- Factores críticos para el desarrollo digital: formación de recursos humanos.

09:00-10:30

Panelistas:

- **Renata Dutra**, Gerente de Asuntos Públicos, Telefónica Latinoamérica
- **Eduardo Chomali**, Director Regional para los Países Andinos, Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASIET)
- **Jorge Patiño**, Asesor de Nuevas Tecnologías, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Clausura de la actividad

- **D. Acisclo Valladares**, Ministro, Ministerio de Economía de Guatemala
- **D. Antonio Malouf**, Presidente, Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)
- **D. Narciso Casado**, Director de Presidencia, Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y Secretario Permanente de Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB)
- **D. Pablo Adrián Hardy**, Responsable de Economía y Empresas, Secretaria General Iberoamericana (SEGIB)
- **D. Ignacio Ayala**, Director, Centro de Formación de la Cooperación Española en La Antigua Guatemala

10:30-12:00

ANEXO II: RECOMENDACIONES SEGIB-CEIB(DEF)

XII ENCUENTRO EMPRESARIAL IBEROAMERICANO 2018 “Por una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible”



La aprobación de la Agenda 2030 supone un cambio radical con respecto a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, por sus principios de universalidad y responsabilidad compartida en la lucha contra la pobreza.

Representa un cambio de enfoque significativo con respecto a tiempos anteriores, ya que supone un reconocimiento explícito por parte de la comunidad internacional al importante papel que deben desempeñar las empresas en la consecución de los ambiciosos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El sector privado desempeña un papel crucial en el desarrollo sostenible y la prosperidad del planeta. Emplea a nueve de cada diez personas en todo el mundo, ofreciendo oportunidades de ingresos, generación de empleo, formación y el desarrollo de carreras profesionales, contribuyendo así a la erradicación de la pobreza y fomentando el crecimiento económico. También estimula la creatividad y la innovación para ayudar a resolver los desafíos del desarrollo sostenible global

Su capacidad de gestión y movilización del talento humano, capital y conocimientos convierten al sector privado en actor imprescindible para el logro de los objetivos y metas de la Agenda 2030, que los estados y las organizaciones no gubernamentales no pueden acometer aisladamente. Sin embargo, es esencial que exista un entorno que sea propicio para responder de forma plena a los ambiciosos objetivos fijados a nivel internacional.

La Agenda 2030 implica oportunidades y desafíos para todas las regiones. En América Latina y el Caribe hay varios frentes en los que se requiere de una acción urgente para poder articular la implementación de la agenda como: la reducción de la desigualdad, el crecimiento económico, el trabajo decente, las ciudades sostenibles, y el cuidado del medio ambiente. En esta región solo un tercio de la participación de las utilidades en el PIB se traduce en inversión, situación que contrasta con el escenario en Asia, donde esa variable alcanza los dos tercios.

En el caso de Iberoamérica, el enfoque que demos al papel que deba jugar la empresa en la Agenda 2030, adquiere

mayor trascendencia, si consideramos la atomización del tejido empresarial y sus problemas de productividad, lastrados, entre otros factores, por el peso de la economía informal. Para hacernos una idea sobre las especificidades de la estructura económica de Latinoamérica y el Caribe, deberíamos recordar que:

- 10 de los 11 millones de unidades económicas de la región son MIYPMES que sólo emplean a un trabajador,
- El 47% de la población activa, es decir, 135 millones de personas, trabajan en el sector informal de la economía,
- La tasa de crecimiento per cápita promedio del PIB real en América Latina y el Caribe fue de un 2,40% al año entre 1960 y 2017, una cifra que sitúa a la región por debajo de Asia emergente, que fue de un 4,86% en ese mismo periodo, e incluso por debajo del resto del mundo, que fue de un 2,60%.
- Es necesario crecer al 5 o al 6% durante los próximos veinte años para reducir la pobreza y permitir que la región dé un salto en los niveles de renta, lo que solo podrá alcanzarse con incrementos sostenibles en la productividad en un contexto de diversificación productiva y comercial.

Por tanto, el nivel de éxito de la Agenda 2030 en la región dependerá de en qué medida seamos capaces de afrontar y superar los problemas que han impedido un mejor desempeño económico de la región en los últimos años, como pueden ser las imperfecciones del mercado financiero, el régimen fiscal desigual, la aplicación defectuosa de las normativas laborales, los altos costes de entrada y otras barreras a la competencia o el déficit de formación e innovación. Tras la Segunda Guerra Mundial, el comercio internacional fue regulado con bases multilaterales y normas equitativas, a través del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que fue suscrito en 1947 y mantuvo su vigencia hasta la creación en 1995 de la Organización Mundial del Comercio (OMC), lo que propició una importante reforma del comercio internacional.

En sucesivas negociaciones internacionales, se mejoraron las condiciones de acceso a los mercados de mercancías basados en los principios de nación más favorecida, trato nacional, no discriminación y transparencia. La OMC creó un marco regulatorio de comercio basado en normas sujetas a la solución de controversias. De igual forma, estableció normas para el comercio de servicios y reguló aspectos de propiedad intelectual relacionados con el comercio.

Más recientemente, los cambios tecnológicos derivados de la cuarta revolución industrial han generado una aceleración del comercio internacional. Las nuevas tecnologías están permitiendo producir con economías de escala a costos más bajos. Asimismo, están impulsando la implementación de nuevas tendencias, la difusión de la información y la publicidad, la adopción de tecnologías que impactan la fuerza productiva y el comercio electrónico.

En este sentido, el comercio y la inversión están teniendo efectos positivos en la estructura productiva en América Latina y El Caribe con la aparición de las “multilatinas”. Esta dinámica ha permitido la coexistencia de sectores intensivos en conocimiento e innovación, que hoy tienen mayor participación en la estructura productiva de los países de la región, con aquellos que impulsan la producción e Inversión Extranjera Directa (IED). De esta manera, la IED de calidad no genera únicamente impactos positivos sobre el conocimiento y las capacidades locales, sino que también permite una contribución significativa al alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Sin embargo, el comercio intrarregional solo supone el 16,8%, cifra que contrasta con las de otras regiones, como Europa y Asia, donde se sitúa entre el 60 y el 70%, y que, en parte, explica que el conjunto de las exportaciones

e importaciones de la región únicamente supongan el 7,12 y el 7,21% sobre el total mundial.

Por ello, es necesario que se profundice en los procesos de integración regional, como el MERCOSUR, la Alianza del Pacífico o el SIECA, al tiempo que se siga impulsando el desarrollo de redes de transporte y centros logísticos regionales, contando con el apoyo de los bancos de desarrollo como actores fundamentales para la financiación de las infraestructuras que precisa la región.

América Latina y el Caribe es la región en la que menos ha crecido la productividad del trabajo en las últimas décadas. Es urgente dar un salto en productividad y competitividad, de lo contrario, de acuerdo con un estudio publicado recientemente por McKinsey, el crecimiento económico de los próximos 15 años puede ser entre un 40-50 por ciento inferior al de los 15 años precedentes. A efectos de evitar el estancamiento de la región, el desarrollo de la digitalización y la automatización de los procesos productivos es fundamental: la región debe promover iniciativas tendientes a fortalecer la economía digital para crear nuevas oportunidades de generación de riqueza y empleo basadas en la innovación, debe asimismo facilitar el acceso de los consumidores y empresas a los bienes y servicios digitales.

A pesar de los grandes avances de los últimos años en la cobertura de internet en América Latina y el Caribe (ALC), 288 millones de personas aún carecen de este servicio. Esto implica que el 46% de la población no tiene acceso a los servicios derivados de la conectividad digital, tales como telemedicina, teleducación, gobierno en línea y banca electrónica, entre otros. Sólo 4 de cada 10 hogares cuenta con una conexión de banda ancha fija y los accesos individuales a internet móvil no superan el 35%. La brecha de acceso también tiene una expresión a nivel de los hogares de bajos ingresos y zonas rurales donde persisten asimetrías importantes en la cobertura y asequibilidad a los servicios digitales.

Si la digitalización de los hogares presenta retos importantes, los desafíos para lograr una mayor digitalización de los procesos de producción, distribución, manufactura, comercialización y operación no son menores. De acuerdo con el Observatorio del Ecosistema y la Economía Digital de CAF, este fenómeno

estaría afectando la productividad de las empresas. La región tiene un índice de digitalización de la producción 24% más bajo que la los países de la OCDE, que exportan 10 veces más servicios TIC. La región no ha logrado aún alcanzar economías de escala para explotar el desarrollo digital, y la ausencia de un mercado digital integrado y de alcance regional implica que cerca del 63% del tráfico de internet necesite interconectarse en EE. UU. encareciendo los costos de acceso a internet para hogares, gobiernos y empresas.

Por ello, es necesario aprovechar al máximo las ventajas sociales y económicas que ofrece la revolución digital. Debemos afrontarla como una gran oportunidad que permita al conjunto de nuestras sociedades dar un salto cualitativo en términos de desarrollo y situar al conjunto de los países iberoamericanos entre los más avanzados del mundo. Ello requiere por parte de nuestras Autoridades Públicas la amplitud de miras necesarias para fijar un entorno favorable que facilite el desarrollo, la difusión y la aplicación de las nuevas tecnologías. Las nuevas tecnologías están permitiendo producir con economías de escala a costos más bajos. Asimismo, están impulsando la implementación de nuevas tendencias, la difusión de la información y la publicidad, la adopción de tecnologías que impactan la fuerza productiva y el comercio electrónico.

Sin embargo, la ausencia de políticas y de mecanismos que faciliten la inversión para el despliegue de redes, las limitadas capacidades de innovación digital y los problemas de coordinación público-privados, están inhibiendo el desarrollo y la sostenibilidad del ecosistema digital de ALC. Es imperativo, entonces, impulsar y promover

fórmulas de mayor conectividad y digitalización de las cadenas de producción de los países, así como asegurar la sostenibilidad de la economía digital fomentando el desarrollo de ecosistemas de emprendimiento tecnológico y un nuevo marco jurídico aplicable a los servicios digitales.

En la última década América Latina ha registrado mejoras importantes en el rendimiento educativo y la equidad. Sin embargo, la región todavía tiene dificultades para preparar a sus jóvenes adecuadamente para el futuro. Incluso si América Latina logra reducir la brecha académica actual, los estudiantes aún no contarán con las habilidades necesarias para el trabajo que las empresas demandan. Acelerar el proceso educativo basándose en el potencial de las innovaciones educativas es una forma de avanzar indiscutible, y hacerlo en coordinación con el sector privado es imprescindible para ajustar al máximo oferta y demanda.

La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se ha constituido como un valor fundamental de las sociedades actuales. Se ha consolidado la visión de que la igualdad de género no es solo un derecho humano fundamental, sino también la base necesaria para conseguir sociedades pacíficas, prósperas y sostenibles. A pesar de los innegables avances, prevalecen obstáculos y desigualdades estructurales que no permiten a las mujeres desarrollarse laboralmente en las mismas condiciones ni en los mismos niveles que los hombres, lo cual perjudica sus derechos y su autonomía económica.

Las empresas que apuestan a la participación de las mujeres son percibidas como socialmente responsables, logran una mayor eficiencia y rentabilidad, un

mayor rendimiento y compromiso del personal, así como, una imagen pública positiva. De acuerdo con múltiples estudios, las compañías que tienen una mayor representación de mujeres en sus juntas directivas tienen un mejor desempeño económico. Igualmente, se observan beneficios en la productividad, la competitividad y la innovación como consecuencia de incorporar la igualdad de género en el lugar de trabajo.

Es evidente que las empresas con más diversidad y con ambientes de trabajo igualitarios tienen mejor reconocimiento de marca. Es necesario llevar a cabo la implementación de políticas de cambio cultural: llegar a las transformaciones culturales personales a través del sector privado. No hay un agente más efectivo en la transformación personal de los individuos que el sector privado. La cultura organizacional influye de manera efectiva en el cambio de las personas. Modificar el ADN de las empresas permite lograr cambiar los roles culturales, transformar valores, culturas y creencias.

La construcción de una Iberoamérica próspera exige generar oportunidades para todos. La región cuenta con 163 millones de jóvenes entre los 15 y 29 años (cuarta parte de la población total). Este número representa a la población juvenil más numerosa, exigente y preparada de la historia. En los últimos 15 años se ha duplicado la matrícula universitaria, alcanzando la mayor expansión a nivel mundial, logrando una cobertura del 43% en 2013 frente al 21%, en el 2001. Sin embargo y a pesar de contar con la población joven con mayor preparación registrada hasta la fecha, la región presenta una desvinculación importante entre las apuestas académicas y las demandas del mercado laboral; situación que la convierte en la región con mayor brecha mundial entre la cualificación laboral y las competencias requeridas por el mercado. Esto se evidencia al comprobar que alrededor de un 50% de las empresas formales de América Latina no logran suplir las vacantes con mano de obra local, viéndose en la obligación de contratar a personal extranjero. La desinversión en la formación de capital humano competitivo pone en riesgo el futuro de las próximas generaciones, aumentando las condiciones de desigualdad e inestabilidad.

Recomendaciones

Agenda 2030

- Fomentar la competitividad empresarial y la productividad sostenible para el cumplimiento de los ODS y alcanzar el desarrollo, generando valor financiero en las dinámicas de inversión ambiental y social de las empresas.
- Promover políticas de largo plazo, uno de los ejes clave de la agenda 2030, respetando marcos regulatorios establecidos a nivel global que las empresas deben observar en el ejercicio de su operación: gobierno corporativo, derechos humanos, medio ambiente y el relacionamiento transparente con los mercados y consumidores.
- Dar respuesta a las exigencias de los marcos normativos por parte de las empresas e implementar de manera conjunta e integrada todas las metas, y esfuerzos por alcanzarlas, a partir de un ejercicio de concertación y planeación multidimensional que permita la articulación institucional a nivel sectorial, local, regional, nacional e internacional.
- Alentar las alianzas entre los Gobiernos y las Instituciones, entre el sector público y privado, pieza esencial para lograr las metas de la Agenda 2030.
- Reconocer al sector empresarial como un agente de transformación y cambio de la sociedad civil, compuesto por actores muy diversos: multinacionales, pymes, micropymes, emprendedores y animar a que todos esos agentes, tengan visibilidad y participen en la consecución de los 17 ODS.
- Impulsar la creación de espacios para la participación del sector privado en las estrategias nacionales.
- Comercio e inversión como elementos de prosperidad y desarrollo
- Fortalecer las bases multilaterales y normas equitativas del comercio internacional y alentar el proceso de apertura comercial basado en reglas compartidas, tanto en el marco de la Organización Mundial del Comercio, mediante una mejor aplicación de las reglas vigentes y la apertura de nuevas negociaciones plurilaterales, como de los procesos de integración regional.
- Alentar el desarrollo de las nuevas tecnologías como instrumento de aceleración del comercio internacional.
- Comprender la interrelación entre la inversión, la innovación y la productividad como la fórmula más adecuada para el desarrollo de América Latina.



- Promover la inversión extranjera directa (IED) y aprovechar su capacidad de contribuir al desarrollo económico de los países, tiene el potencial de mejorar la productividad, crear empleos de calidad y generar mayores niveles de innovación.
- Mejorar el clima de negocios, incrementando la actualización tecnológica, fomentando la innovación, simplificando y otorgando estabilidad regulatoria, generando estabilidad macroeconómica, priorizando la capacitación de mano de obra, mejorando las infraestructuras, apoyando una mayor apertura comercial y de eliminación de barreras comerciales; identificando las tecnologías financieras más eficientes en los países para llegar a las PYMES, prestando especial atención al manejo de políticas públicas en educación, monitoreando las destrezas demandadas por el mercado.
- Concientizar a las clases dirigentes de dónde estamos en materia de desarrollo económico y sus desafíos. Se deben identificar las dificultades que tienen los inversionistas en el pre-establecimiento y durante su establecimiento en el país.

Mujer y poder Económico

- Impulsar el empoderamiento económico de las mujeres para el logro de la igualdad de género tal como lo hacen los diversos compromisos internacionales como la Plataforma de Acción de Beijing, la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW) y la Agenda 2030, que en el Objetivo 5 sobre igualdad de género y el objetivo 8 sobre trabajo decente y crecimiento económico, nos ofrecen la hoja de ruta para contribuir a la igualdad de género, al desarrollo económico y a la reducción de la pobreza.
- Asumir desde el sector privado un rol activo para eliminar las desigualdades de género e impulsar el desarrollo sostenible, implementando normas de igualdad de género dentro de las empresas que garanticen la igualdad de oportunidades para las mujeres y creen ambientes de trabajo inclusivos; eliminando las diferencias salariales entre mujeres y hombres; aumentando las funciones de las mujeres en la toma de decisiones en la gestión de nivel medio y superior; desarrollando e implementando políticas de equilibrio entre el trabajo y la vida personal; promoviendo la participación de las mujeres en industrias tradicionalmente dominadas por hombres y erradicando el acoso sexual en el lugar de trabajo.
- Generar conciencia sobre la importancia del cierre de brechas, la creación de escenarios para el trabajo multisectorial y multidimensional, y el reconocimiento que el Estado necesita de otros agentes para lograr estos objetivos.
- Comprender la igualdad de género como una herramienta de productividad. Los países con menores brechas de género tienen el mayor índice de desarrollo humano, y asimismo, tienen mayor índice de productividad. Los países paritarios son más competitivos. La igualdad de género mejora la competitividad, promueve la innovación y abre las puertas a nuevas formas de pensamiento.
- Dar a conocer el impacto positivo de las políticas de igualdad de género en cuanto a la reducción de los costes asociados a la rotación de una empresa y la reducción del absentismo laboral aumentando la productividad. Las empresas con equipos directivos más diversos son más innovadoras.

Sostenibilidad como elemento clave en la estrategia de ciudadanía corporativa

- Apoyar y desarrollar soluciones de partenariado público-privadas, involucrando a todos los agentes que desempeñan un rol esencial en el desarrollo de competitividad: entidades multilaterales, financieras, gobiernos regionales y locales y entidades privadas empresariales.
- Promover la innovación con nuevos modelos de empresa que incorporen tanto la tecnología de punta, como soluciones efectivas a algunos de los desafíos de los países de nuestra comunidad. Fenómenos como el desarrollo de los startups, que están creando y desarrollando nuevos modelos de negocio basados en ideas disruptivas, integrándose en las cadenas globales de valor a través de prácticas de innovación abierta.
- Acompañar el desarrollo de nuevas empresas mejorando los marcos normativos que simplifiquen tramites y alienten la financiación directa a emprendedores a través del fomento de herramientas de capital emprendedor y fondos de Venture capital corporativos, estableciendo regímenes fiscales favorables.
- Interconectar los ecosistemas emprendedores del espacio iberoamericano, alentando la movilidad emprendedora y desarrollando una red de red de incubadoras, aceleradoras y medios de innovación.
- Promulgar la transparencia en las acciones de las empresas en materia de responsabilidad social corporativa, apoyándolas en el diálogo y la construcción de confianza. Para ello, debe estar sujeta a monitoreo y mecanismos de verificación. La RSE debe trascender de los actores económicos. No es sólo una demanda para las empresas, es una demanda social. Las empresas tienen el papel de catalizadores y canalizadores de esa responsabilidad para la sociedad.
- Alentar la migración hacia una economía circular ante la escasez de recursos y el aumento del crecimiento demográfico para los próximos años, produciendo de bienes y servicios al tiempo que se reduce el consumo y el desperdicio de materias primas, agua y fuentes de energía, facilitando el camino hacia la sostenibilidad de la economía y la preservación del medio ambiente.
- Impulsar desde los gobiernos la implementación los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, que establecen claramente cuáles son las obligaciones de los Gobiernos y cuál es la responsabilidad de las empresas.
- Finalmente, es necesario combatir la corrupción y la informalidad de la economía. Es fundamental contribuir y fortalecer los sistemas de integridad en los países e infundir al sistema global de valores la transparencia y la rendición de cuentas como normas públicamente reconocidas. Es muy relevante fortalecer el marco político y legal de los negocios internacionales. Es importante dotar a las Instituciones públicas y privadas de mecanismos de control interno y programas o medidas de ética y cumplimiento de normas apropiados para prevenir y detectar actos de corrupción.

El Ecosistema digital como pilar estratégico para el crecimiento económico

- Debemos promover la simplificación y digitalización de la administración pública con la apertura de datos en línea para aumentar la participación, transparencia, rendición de cuentas y análisis de impacto de proyectos públicos.
- Priorizar el proceso de digitalización de la economía y las sociedades estableciendo un diseño institucional

para los organismos y agencias responsables de las políticas digitales, que refleje la prioridad política de la Agenda Digital al más alto nivel de la estructura de gobiernos, y favorezca así la coherencia y coordinación de las iniciativas de las distintas entidades administrativas.

- Promover fórmulas de mayor conectividad y digitalización de las cadenas de producción de los países, así como asegurar la sostenibilidad de la economía digital fomentando el desarrollo de ecosistemas de emprendimiento tecnológico y un nuevo marco jurídico aplicable a los servicios digitales. La tecnología de las comunicaciones es una fuente de desarrollo y se deben crear las condiciones necesarias para reducir la brecha digital.
- Es necesario invertir en educación en innovación digital, reduciendo la desigualdad y pobreza. Del mismo modo, en la difusión de las TIC.
- Debemos generar las condiciones regulatorias adecuadas para fomentar el despliegue de infraestructura y expansión de la conectividad de Internet a las zonas rurales con el fin de conectar la población.
- Para el desarrollo de la infraestructura digital, será fundamental promover la coordinación entre la inversión pública y la inversión privada y el papel que les corresponde a los bancos de desarrollo para resolver brechas de inversión.
- Impulsar y definir programas de gobierno para la aplicación de las tecnologías digitales a los procesos productivos a los negocios para potenciar la mejora de productividad de las empresas, el surgimiento de nuevos modelos de negocio y el aprovechamiento de estos desarrollos para la optimización de la producción, haciendo énfasis en las MIPYMES.
- Para el desarrollo digital será necesario convocar a la Red Iberoamericana de Política Fiscal para evaluar los desafíos tributarios derivados de la economía digital, con el objetivo de redefinir una política fiscal aplicable a los nuevos servicios y agentes digitales, repensando el marco tributario de manera que se establezca incentivos positivos a la innovación y promueva el crecimiento del ecosistema digital y facilite el desarrollo de la competencia entre actores.

Tendencias a futuro de la filantropía: la inversión de impacto social y el capital humano

- Reconocer el rol esencial que debe tomar el sector privado en el desarrollo y fortalecimiento del capital humano en los países iberoamericanos y acometer una inversión orientada a una fuerza de trabajo capacitada y sintonizada con las necesidades del mercado, teniendo en cuenta el impacto que la cuarta revolución industrial está teniendo sobre el empleo y la exigencia de versatilidad, flexibilidad y de desarrollo de capacidades complejas que impone la revolución digital.
- Identificar al sector filantrópico como un actor determinante. En la última década, la inversión de impacto ha sustituido a la concepción tradicional de la filantropía, entendida fundamentalmente como donación, promoviendo inversiones sostenibles, escalables y medibles. Este giro ha puesto en evidencia que es posible conciliar las ganancias económicas con el beneficio social.

Agradecimientos muy especiales a las siguientes entidades que han venido trabajando en estos temas y contribuyeron a estas recomendaciones.

- SEGIB
- CACIF
- CEOE, CEIB
- OCDE
- PNUD
- ASIET
- BID
- FECAEXCA
- PACTO MUNDIAL CENTRO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA Y CARIBE
- TELEFÓNICA
- REPSOL
- MAPFRE
- INDRA
- COPARDOM
- CENTRARSE
- COPARMEX
- COHEP
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS DE INDUSTRIAS DEL ECUADOR



EMBAJADA
DE ESPAÑA
EN GUATEMALA



aecid



Cooperación
Española
CONOCIMIENTO/ LA ANTIGUA