



Alineación de Empresas Polar y su fundación

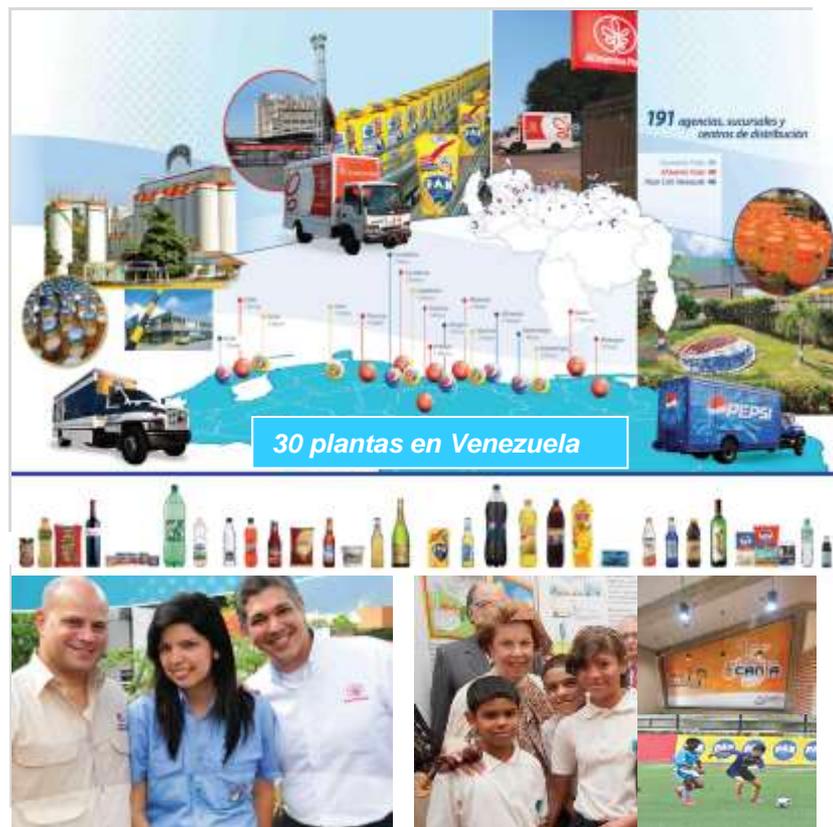
Alicia Pimentel
Empresas Polar – Fundación Empresas Polar
Caracas - Venezuela
24 de abril 2014

www.firsantiago2014.cl



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Descripción de la empresa y el negocio



Empresas Polar es una corporación industrial de capital privado venezolano creada en el año 1941, cuyas actividades productivas están centradas en el sector de alimentos y bebidas. Está constituida por tres negocios medulares: Cervecería Polar (CP), Alimentos Polar Comercial (APC) y Pepsi-Cola Venezuela (PCV).

31.593

empleos directos

3,03%

del PIB no petrolero

3,83%

Contribución Fiscal

18%

productos de la canasta alimentaria



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Motivaciones



1. Principios y valores de la corporación
2. Plan estratégico corporativo
3. Contexto país – Reducir riesgos
4. Fortalecer vínculos
5. Contribuir con el desarrollo local
6. Contribuir con la reputación de la Corporación



1. Principios y valores de la corporación
2. Rol de asesor: reto y oportunidad
3. Transferencia de una nueva forma de gestión
4. Sinergia con la Empresa
5. Alcance nacional con foco territorial
6. Contribuir con el desarrollo local



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Modelo de Gobierno

Se conformó un **comité de transición** (Comité de Gestión Social) para lograr la operacionalización de la integración.

En ese comité se tomaron decisiones importantes como:

1. **Cambios de imagen** de ambas instituciones
2. Definir los **focos de actuación** de la fundación
3. Solicitud a la fundación de la **conceptualización de un programa de Voluntariado Corporativo**
4. **Construcción de un reporte de compromiso social y de desarrollo sustentable** de la corporación.



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Estrategia de alineación

Políticas

- Declaración de **esenciales culturales y código de ética**
- **Niveles de compromiso** con nuestros grupos relacionados:
 1. Cumplimiento de obligaciones
 2. La respuesta por los efectos de nuestra interacción con la sociedad
 3. Compromiso solidario actuando en busca del logro de bien de cada una de las partes y del todo



Procesos y Procedimientos

1. **Entendimiento y reconocimiento** de las fortalezas y debilidades de la empresa y la fundación
2. **Definición de los roles y alcance** de actuación de la empresa y la fundación
3. **Sensibilización y capacitación** estándar en RSE para personal de los negocios y la fundación
4. Diseño, priorización e implementación de **iniciativas para lograr la alineación**. Por ejemplo:
 - Definición de lineamientos de inversión social y comunicación a líderes de las operaciones (plantas y áreas comerciales)
 - Diseño de los planes de acompañamiento a las comunidades



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Rol de la empresa y la fundación



1. Identificar los **impactos de la operación**
2. Implementar mejoras inmediatas vinculadas al impacto de la operación
3. Co-diseñar con fundación un “**plan de acompañamiento y acercamiento a las comunidades**” por planta y por negocio
4. Co-ejecutar con fundación el plan a través de la conformación de equipos de trabajo (EP-FEP)
5. Consolidar su **posición** como la empresa líder en el tema de **Compromiso Social**



1. Diagnosticar las **necesidades de la comunidad**
2. Co-diseñar y co-ejecutar el “**plan de acompañamiento y acercamiento a las comunidades**” por planta y por negocio
3. Construir un **portafolio adecuado a los objetivos** de la empresa y a los focos de fundación
4. Crear **formas innovadoras** para satisfacer las necesidades de las áreas foco (salud, educación y desarrollo comunitario)
5. Participar activamente en los **comités de entorno local**
6. Medir **impacto a largo plazo**
7. Velar por el cumplimiento de las políticas, principios, metodologías y sistema de evaluación en materia de **Compromiso Social en la organización**



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

El enfoque de desarrollo de base como elemento conductor

1. Visión de la empresa: Ser un actor de desarrollo sustentable
2. Pilar estratégico: instalación de capacidades

Acciones

1. Incorporación de la fundación como miembro del Comité de Negocio de la empresa
2. Comunicación del Presidente a los trabajadores del nuevo rol de la fundación como **asesor y mejor aliado** para los temas sociales
3. **Concepto de entorno y focalización** de la estrategia: de “acercamiento” a “relacionamiento” y finalmente en “acompañamiento”.
4. Incorporación del tema como un nuevo pilar estratégico en los negocios
5. Creación de los **Comités de Entorno** Local como modelo de atención al entorno y establecimiento de sinergia entre distintas áreas de la empresa
6. Cambio de la **estructura interna de FEP** incorporando seis coordinaciones territoriales
7. Realización de **diagnósticos de las comunidades** cercanas a los centros de producción
8. Espacios de **diálogo y negociación** con Gerentes de Plantas para la construcción conjunta de un “plan de acompañamiento y acercamiento a las comunidades” por negocio.



ALINEACIÓN DE EMPRESAS POLAR Y SU FUNDACIÓN

Resultados



1. Empresa **sensibilizada** a sus aportes **sociales, ambientales y económicos**, más allá de su Fundación
2. Situaciones e incidencias del entorno que afectan la **continuidad operativa** de los negocios solventadas gracias a la vinculación y relacionamiento con las comunidades cercanas a los centros de producción
3. **Reporte de Compromiso Social y Desarrollo Sustentable** 2010 y 2012 con un modelo propio que incorpora estándares de RSE como la ISO 26000 y el GRI e indicadores propios
4. **Programa de Voluntariado Corporativo**, estructurado y con un portafolio sistematizado que se ejecuta a través de 132 “Comités Locales de Voluntariado”



1. Mayor **alcance geográfico** y poblacional
2. Logo alineado 100% al de la empresa.
3. **Transferencia de formas de gestión:** sistema de medición y registro de indicadores, innovador y único en el país, uso más efectivo de los recursos financieros de la inversión social, innovación en el uso de herramientas tecnológicas, entre otros
4. **Posicionamiento interno** dentro de la organización, al ser considerada con el mismo nivel de relevancia como cualquier unidad de negocio que está dentro de la empresa





FIN DE LA PRESENTACIÓN

www.firsantiago2014.cl

