

Certificación de café

Un colombiano fue certificado para implementar procesos de capacitación nivel 1 y 2 a baristas, bajo estándares internacionales. Se trata de Luis Fernando Vélez, de Amor Perfecto.



Crece empresa

Durante el segundo trimestre de 2013, SAP alcanzó su catorceavo período consecutivo de crecimiento a doble dígito en Latinoamérica y el Caribe. Las ventas de software se incrementaron un 43 por ciento en la región.



Turismo e innovación

El Ministerio de Comercio y Confecámaras, organizadores del Encuentro Unidos para acelerar el desarrollo regional, traerán a la experta española Sonia Huertas al país.

CONVENIO EN BIEN DE LA COMUNIDAD DE PARTE DE LA EMPRESA PRIVADA

Olímpica y Maloka firman alianza

Se busca continuar con la gestión de promover un acercamiento entre la ciencia y los jóvenes en todo el país, a través de una empresa con presencia nacional.

WILLIAM DIAZ TAFUR
Redaccion@elperiodico.com.co

La cadena de comercio Olímpica y el centro de ciencia y tecnología Maloka firmaron una alianza en la que se ofrece a los clientes de la marca de grandes superficies la opción de acceder de manera especial a un descuento de hasta el 30 por ciento en el valor de las entradas al centro interactivo, mediante su programa de fidelización "Tarjeta Plata".

Según Nohora Elizabeth Hoyos, presidenta de Maloka, esta alianza es una oportunidad de continuar con la gestión de promover un acercamiento entre la ciencia y la tecnología con los niños y jóvenes en todo el país, a través de una firma con presencia nacional.

Por su parte, Gerardo Gutiérrez, gerente nacional de mercadeo de Olímpica, contó a **EL PERIÓDICO** en qué consiste este convenio y sobre otros proyectos de la compañía.

¿Cuál es el objetivo de la alianza con Maloka?

Nuestro objetivo principal con este convenio es dar a conocer a todas las familias que es muy fácil acceder a un entretenimiento de los más sanos y enriquecedores, como es Maloka, y que llegar a la ciencia y a la tecnología es muy fácil.

Tenemos 4,5 millones de hogares entre nuestros clientes a nivel nacional, y aunque



Gerardo Gutiérrez, gerente nacional de mercadeo de Olímpica, y Nohora Elizabeth Hoyos, presidenta de Maloka, en la presentación del convenio entre las dos entidades.

Maloka tiene base en Bogotá, cuenta con una "versión itinerante" que hace recorridos por el país, y en el que nosotros procuraremos que cuando llegue a zonas donde nos encontramos se lo haremos saber a nuestros clientes.

Además, en principio no hay una proyección específica de cifras de ventas en este proyecto porque no está esquematizado como tal, porque el objetivo inicial es crear conciencia sobre la

ciencia y sabemos que va a tener unos réditos importantes para ambas organizaciones.

¿Este convenio está dentro de los planes de responsabilidad social de la empresa?

No se había pensado como tal pero todas nuestras alianzas nunca pierden de vista que debemos cumplir con principios y es que siempre hay que propender por generar beneficios para la comunidad, por respetar los principios, por mantener a la vista unos objetivos del milenio que hemos trazado en bien de la comunidad, para apoyar a la sociedad.

Por otro lado, ¿cómo le fue a la empresa en este semestre que acaba de terminar?

Les puedo decir que este año vamos cumpliendo con el presupuesto. Estamos teniendo unos niveles de crecimiento cercanos al 10 por ciento. Con 250 tiendas abarcamos el país, hemos abierto seis en el primer semestre, y básicamente nuestro crecimiento es con nuestra planta de negocio natural, que son supermercados, droguerías o almacenes.

¿Para el segundo semestre que esperan?

En principio, la otra semana vamos a tener la apertura de un nuevo almacén, en el departamento de Sucre, y a mediados de agosto una inauguración en Galapa en Atlántico, que es lo más cercano en cuanto al proceso de aperturas.

El objetivo de la compañía es seguir manteniendo su negocio, con sanos indicadores de crecimiento, y seguir vendiendo a precios muy bajos, pues nos importan muchos las poblaciones intermedias y pequeñas.

¿Tienen en mente otro tipo de alianzas?

Hemos estado trabajando en este tema en varios frentes. Nada en concreto, pero procuramos tener calma en nuevos aliados que beneficien a los clientes y con los que podamos tener progreso común para ofrecer valores agregados a los compradores. Estamos muy pendientes con la banca, con las aerolíneas, entre otras empresas, en beneficio de los usuarios.



EL PERIÓDICO

SE REALIZARÁ EN EL PAÍS EL CERTAMEN COLOMBIA RESPONSABLE

Falta conocimiento sobre Responsabilidad Social

Según se establece en un estudio de la Superintendencia de Sociedades, en convenio con la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado, solo un 12 por ciento de los empresarios encuestados están realmente informados de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial - RSE -. Así se establece en una muestra realizada a 22.266 empresas de Colombia.

Lo anterior pone en evidencia que tan sólo 2.671 empresarios han puesto en práctica la RSE en sus

compañías. Así mismo, el análisis develó que el 54 por ciento de los entrevistados apenas sabe lo que significa la Responsabilidad Social, mientras que otro 20 por ciento sólo lo han oído nombrar y el 14 por ciento reconoce no saber nada del tema.

Es por esta razón, que en el marco de la IV edición de Colombia Responsable, que se desarrollará del 14 al 16 de agosto en Corferías, los expertos darán a conocer la situación actual del empresariado colombiano en materia de Responsabilidad Social.

En cuanto a prácticas de RSE, el 38 por ciento de la muestra dice utilizarlas, el 16 por ciento afirma que cuenta con políticas formalmente establecidas y hace periódicamente un informe de responsabilidad social.

En ese mismo sentido, un 83 por ciento de los empresarios afirma que realiza prácticas para asegurar el respeto y la promoción por los derechos humanos, por los clientes y usuarios, y un 78 por ciento dice que cuenta con reglas claras y equitativas con los proveedores.