

nexos+1 Conexiones que transforman



nexos+1 conexiones que transforman

- + Inspírate con los protagonistas de historias de cambio
- + Aprende de las tendencias en desarrollo sostenible, cambio climático y negocios
- + Conoce soluciones sostenibles frente a retos reales

Una plataforma:





04

Bienvenidos a nexos+1

nexos+1 es una plataforma de inspiración y generación de ideas que reúne a diferentes actores de la comunidad+1. **¡Descubre más sobre la comunidad +1!**

14

¿Por qué hacemos nexos+1? Los Retos

La crisis ambiental nos obliga a repensar lo que valoramos y el impacto que tiene cada una de las decisiones que tomamos. **Conoce los retos que buscamos solucionar.**

22

La teoría+1

Desde Libélula, desarrollamos la **teoría+1** para definir el viaje de todo agente transformador. **¡Conoce la teoría de la transformación +1!**

35

¿Cómo hacemos nexos+1?

La agenda y el camino de nexos+1 es co-creado junto a expertos, emprendedores y visionarios para inspirarte desde el contexto de los negocios y la innovación. **¡Descubre las 4 etapas de nexos+1!**

45

Así fue nexos+1 2018

Lima fue la sede de la cuarta edición del evento central de nexos+1: Conexiones que Transforman. **¡Conoce qué aprendimos en esta ocasión!**

87

Lo que sigue en nexos+1

Conoce las 4 líneas estratégicas que guiarán el próximo nexos+1.



nexos+1 2018



Rocío Fonseca
CORFO (Chile)

BIENVENIDOS

a nexos+1

Un grupo creciente de personas, de diversas organizaciones públicas y privadas, se da cita anualmente en los mágicos Domos de San Miguel, frente al mar de Lima, Perú.

Estas personas tienen algo en común: creen que sus decisiones de todos los días pueden construir un futuro diferente. A ellos los conocemos como +1.

Numerosos encuentros virtuales y presenciales de +1 alrededor del mundo culminan en esta experiencia única de dos días. Aquí, además de hacer negocios con impacto, establecemos conexiones trascendentes y que

transforman el propósito de nuestras empresas, políticas, investigaciones, acciones sociales, decisiones de consumo y, muchas veces, de nuestras propias vidas.

nexos+1 es una iniciativa con sabor latinoamericano que nació el 2015 para generar un viaje de transformación en todos aquellos que quieren aportar a un mundo sostenible, desde las empresas, el gobierno, la academia, las ONGs, la cooperación, y las personas.

BIENVENIDOS A nexos+1

Juntos aprendemos de las nuevas tendencias y dejamos que nos inspiren los logros de aquellos que con valentía decidieron tomar la delantera.

Asimismo, conocemos los desafíos que enfrentan quienes crean políticas, herramientas, servicios o productos que buscan generar un impacto positivo en el mundo. Es así que, como personas, organizaciones y colectivos, vamos encontrando formas de resolver nuestros problemas locales, latinoamericanos y globales.

Nuestro marco de acción

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Acuerdo de París sobre cambio climático forman parte de nuestro marco de acción, pues reconocemos que las necesidades de las personas, alteradas por un clima cambiante, obligan a reconfigurar nuestra forma de hacer negocios y, en última instancia, a toda la sociedad.

En estas páginas, compartimos con ustedes algunas de nuestras experiencias y aprendizajes.

¡Bienvenidos a nexos+1!



nexos+1 2017

QUE

nexos+1 es una

PLATAFORMA

que actúa como punto de encuentro de diferentes iniciativas, organizaciones y personas que están trabajando en la resolución de problemas globales como el cambio climático y la degradación de ecosistemas. Cada uno de los actores aborda estos temas desde ángulos y roles muy diversos, y, al conectarse, pueden impactar a todo el sistema.

Lidera un movimiento

GLO BAL

de innovación hacia la sostenibilidad que se ha ido construyendo a partir de objetivos y roles comunes en Perú y Latinoamérica.

nexos+1 2017

ES

NExos+1?

Es parte de un

ECOSISTEMA

de Perú y Latam

que incluye proyectos nacidos en Perú y Latinoamérica.

- [L+1](#), CEOs y empresarios en acción por un mundo sostenible.
- **Generación+1** y su *spin-off Jóvenes por el Cambio Climático*, que busca incidir desde la política, el emprendimiento y la formación sistémica en el futuro de Perú y Latinoamérica.

- [LEDS LAC](#), funcionarios gubernamentales y expertos que buscan, a través de intercambios y formación, catalizar un desarrollo bajo en carbono y resiliente al clima en Latinoamérica.
- [Sistema B](#), movimiento que promueve una nueva economía y empresas de triple impacto.
- [Coalición por la Economía Verde - Perú](#): busca impulsar un nuevo

modelo económico de triple impacto a través de una comunidad de pymes.

- [ConexiónCOP](#), plataforma que provee recursos de información y formación sobre cambio climático, política internacional y negociaciones internacionales de cambio climático a periodistas y comunicadores de Latinoamérica.

Hacer **NEXOS** es ARTICULAR

INSPIRACIÓN

IDEAS

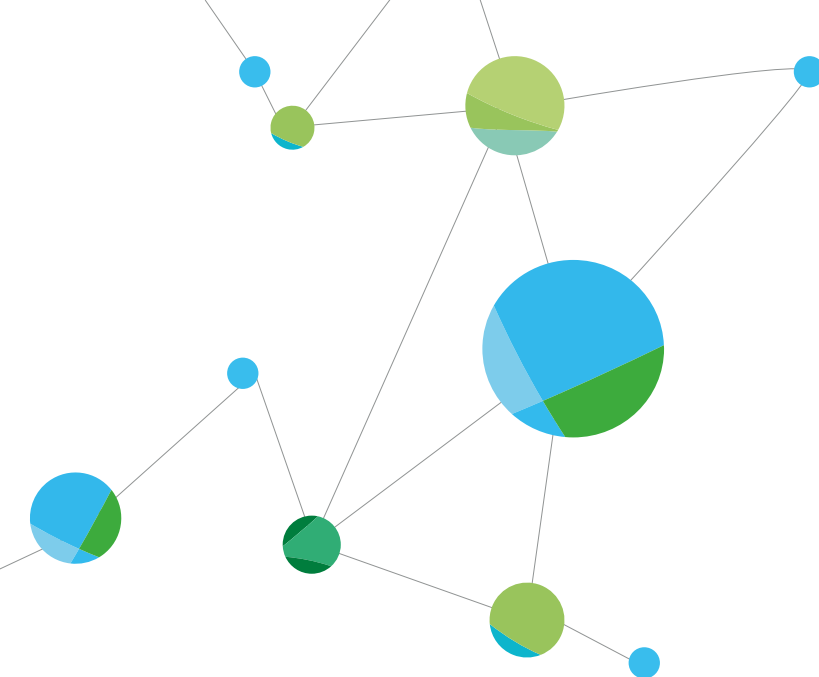
PARA LA ACCIÓN

PERSONAS

nexos+1 es un espacio de inspiración y generación de ideas y acción que reúne a diferentes actores, especialmente a empresas comprometidas con el cambio que el mundo necesita y que están transformando la manera de hacer negocios.

Así, este espacio genera una comunidad alrededor de un propósito: **solucionar problemas con triple impacto (social, ambiental y económico).**

triple
propósito



SO

RE

POR QUÉ hacemos nexos+

Vivimos en un momento retador y emocionante para la humanidad. Ya enfrentamos enormes desafíos: rompimos el apartheid, estamos en camino de revertir el agotamiento del ozono, abolimos la esclavitud. No necesitamos a toda la humanidad, sino a un pequeño grupo de personas comprometidas que trabajen juntas para moldear el futuro, crear un movimiento global y acordar un nuevo contrato social.

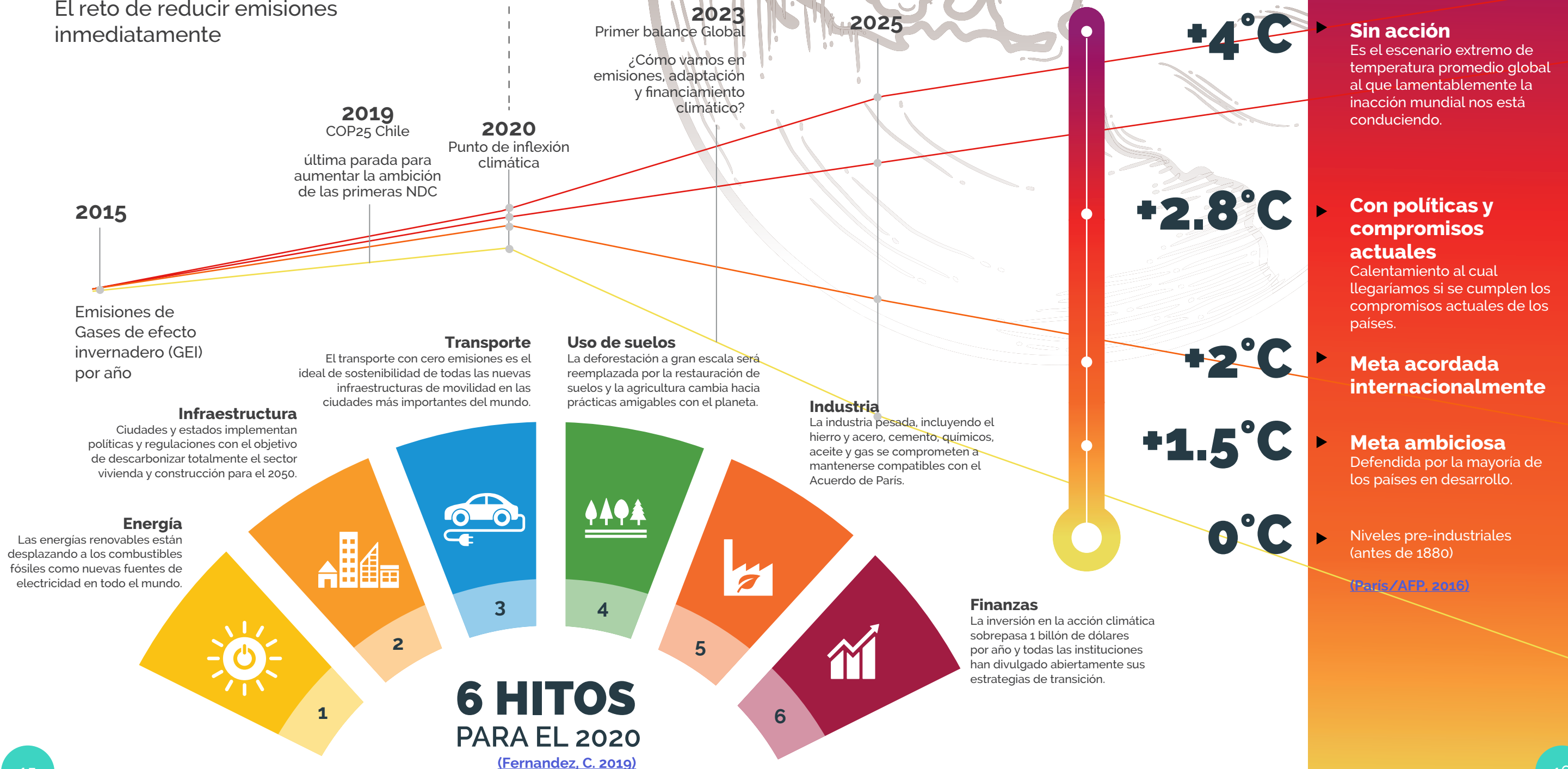
La crisis ambiental nos obliga a repensar lo que valoramos y el impacto que tiene cada una de las decisiones que tomamos en nuestro entorno familiar, laboral y político. Es momento de trabajar por la regeneración de los ecosistemas, por una economía menos lineal y por la creación de mecanismos que permitan que todos asumamos una responsabilidad en el cuidado del planeta.

Rodrigo Rogríguez
Asociación Sustentar (Argentina)

2020

EL PUNTO DE QUIEBRE CLIMÁTICO

El reto de reducir emisiones inmediatamente



+4°C

No estamos bien encaminados

El IPCC nos dice que nos estamos moviendo hacia un mundo de 4°C.

[\(IPCC, 2018\)](#)



Récord

Hemos aumentado las emisiones de CO₂ durante el 2017 y las concentraciones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) están en un nivel récord.

[\(El País, 2018\)](#)

13 GT

Mucho por reducir

La brecha sigue siendo enorme. 13 Giga Toneladas (GT) de reducción de emisiones según el informe de brechas de emisión de ONU Ambiente

[\(UNEP, 2018\)](#)



Bosques perdidos

80% de los bosques primarios se han perdido. Casi el 20% de la amazonía ha desaparecido en los últimos 10 años.

[\(Pajares, E. 2014\)](#)



Residuos imparables

Cada año desechamos 2000 millones de toneladas de residuos sólidos urbanos.

[\(Diario Gestión, 2018\)](#)

+190%

Creció nuestra huella

En los últimos 50 años nuestra huella ecológica ha aumentado en 190%.

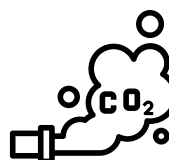
[\(WWF, 2018\)](#)

x7

Cada vez somos más

Desde 1800 la población mundial se ha septuplicado

[\(WWF, 2018\)](#)



Más emisiones

Las personas liberan 100,000 millones de toneladas de CO₂ cada 10 años.

[\(WWF, 2018\)](#)



Sin hielo

El ártico se quedará sin hielo durante el verano antes de mediados de siglo

[\(WWF, 2018\)](#)

PERO...

existe ya una respuesta de la comunidad internacional para enfrentar estos desafíos y se han establecido acuerdos globales. Entre ellos, destacan algunos compromisos internacionales vinculantes, como el [Acuerdo de París](#), [los ODS](#) y [las Metas de Biodiversidad de Aichi](#). Estos acuerdos generan [cambios en las demandas](#) del consumidor, en los requerimientos de reporte y transparencia para las empresas, así como en los [requisitos para financiamiento](#) en las regulaciones y estándares.

EL ROL DEL SECTOR PRIVADO

factores que afectan los negocios

En este proceso, el rol del sector privado **es fundamental**, ya que aporta soluciones innovadoras, invierte en tecnología, da empleo a un gran porcentaje de personas en el planeta, tiene capacidad para influir positivamente en el comportamiento de compra y, sobre todo, tiene interés de continuar haciendo negocios. En un mundo en crisis, la complejidad para hacer negocios se verá seriamente afectada por numerosos factores: problemas en las cadenas de suministros, escasez de recursos como la energía eléctrica y el agua, eventos climáticos extremos, potenciales esquemas de impuestos al carbono, cambios regulatorios, nuevos requisitos de los inversionistas, mercados más exigentes, entre otros.

En este contexto, nace nexos+1, una plataforma de acción climática que evidencia el trascendente rol del sector privado para enfrentar estos grandes desafíos. Y que busca, además, facilitar la generación de lazos entre actores que compartan el mismo objetivo: llevar al planeta hacia un horizonte más sostenible.



Pedro Friedrich
Tonka (Argentina)



Cristián Mosella
Colbún (Chile)



Mariana Eguren
Iwana Camp



Sebastián Gil de Miranda
Fotógrafo (Argentina)



Kelly Diggins
Rockefeller
Philanthropy
Advisors (EE.UU.)



Ian Sznak
Sistema B



José Antonio Díaz
Fui un banner FUB

LA TEORÍA +1

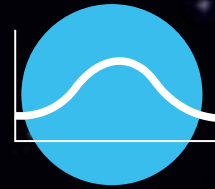


Sabemos hoy que estamos enfrentando el momento más crítico y emocionante de la humanidad.

Luego de enfrentar desafíos inmensos para nuestra especie, hemos aprendido que no es necesario que todos los seres humanos estén enfocados en impulsar una gran transformación. Tan sólo se requiere un pequeño grupo de personas comprometidas que trabajen juntas para comenzar a cambiar la realidad. A estas personas las llamamos +1, pues suman sus esfuerzos por un cambio hacia la sostenibilidad.

Desde Libélula, desarrollamos la **teoría+1** para definir el viaje de todo agente transformador. **Consta de 4 conceptos:** (1) la curva de la innovación, (2) las esferas de conexión, (3) la articulación de actores y (4) el viaje de transformación.

conceptos



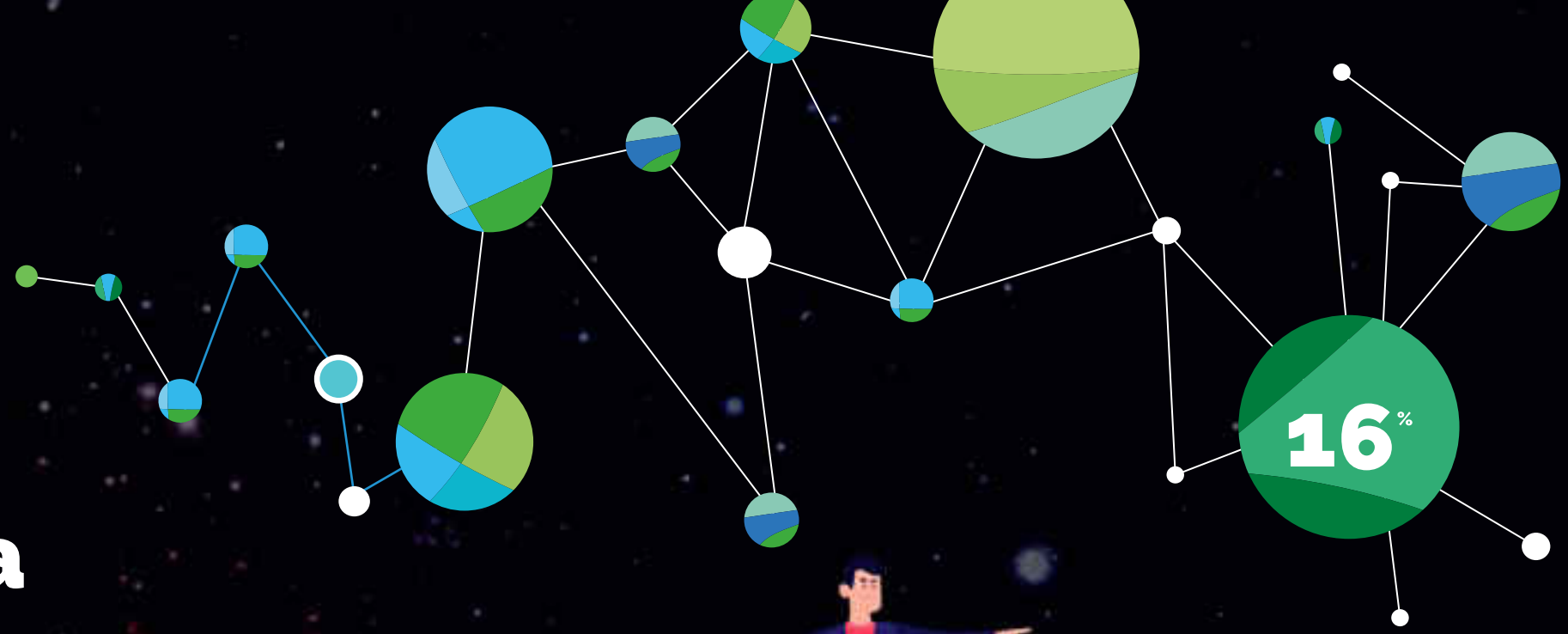
La curva de la INNOVACIÓN

del 2.5% al 16%

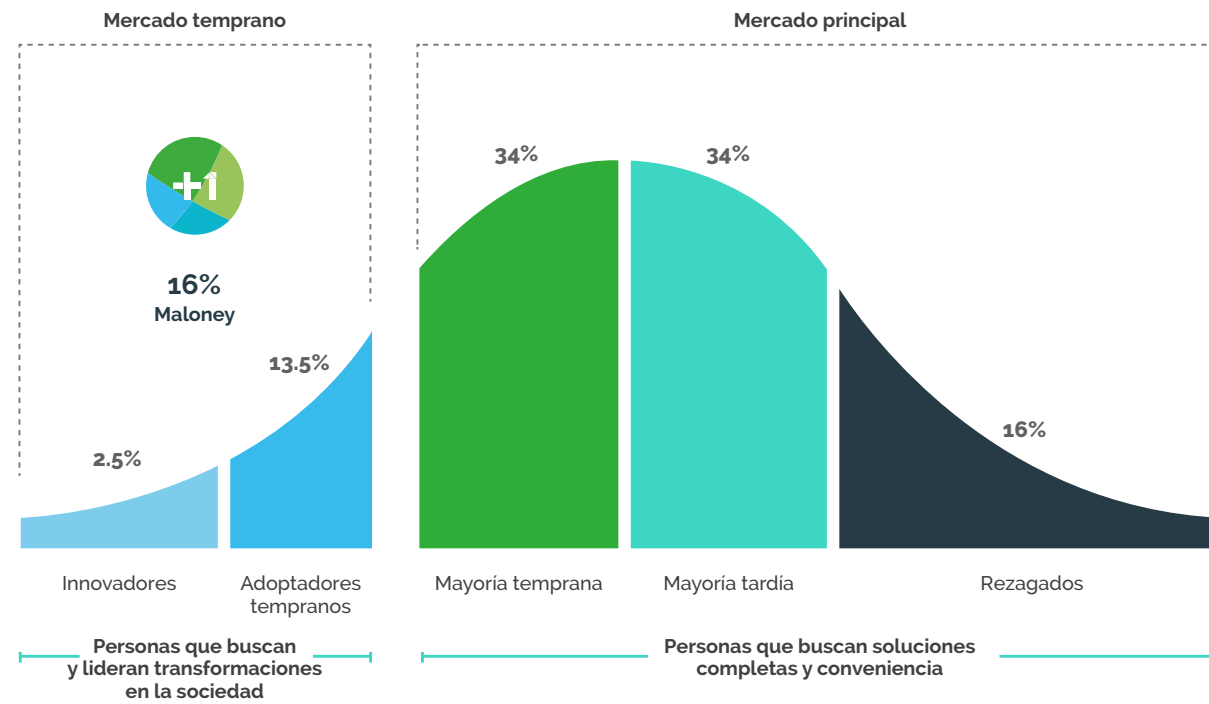
La teoría de la difusión de innovaciones de Everett Rogers muestra la velocidad a la que se mueven las nuevas ideas. Las personas pueden clasificarse de acuerdo a su disposición a adoptar la innovación de forma progresiva. La regla del 16% de Maloney se refiere a la cantidad necesaria para cruzar "el abismo" y ser adoptada por la mayoría de las personas.

La curva de difusión de la innovación indica que sólo se necesita el 2.5% de los innovadores para alcanzar al 13.5% de adoptadores tempranos. Con este 16% se podrá adoptar la innovación por efecto dominó, progresivamente.

2.5%
de los innovadores



La curva de la innovación +1



En nexos+1 llamamos +1 a los innovadores y adoptadores tempranos. Aquellas personas que no solo cuidan el ambiente, sino que generan cambios positivos. Esta es la característica principal de los +1, que se extiende a su forma de hacer negocios, diseñar políticas, producir conocimientos e invertir, financiar y crear alianzas y asociaciones.

De lo que estamos hablando es de un cambio de paradigma total: que la vida se ponga en el centro de la economía y no al revés. Para el año 2030, necesitamos mil millones de +1. Necesitamos promover que trabajen interconectados para un mundo sostenible.

Esto significa transformar el mundo poco a poco. Del 2.5% al 16% de cada espacio, organización, sector y familia para agregar un impacto positivo al mundo.

*sólo se necesitan
mil
millones
de +1*



LA TEORÍA +1

Equipo Libélula
nexos+1 2018

Equipo Conservamos por Naturaleza (CxN)
nexos+1 2017

nexos+1 2016

Equipo Libélula
nexos+1 2018



Vasco Masías
Alimenta / L+1



Bruno Monteferri (CxN),
Jorge Caillaux (Sistema B)
y Kurt Holle (WWF)



Susana Elespuru
L+1

soy +1

¿Qué es +1?

Es una persona que quiere construir un mundo mejor con sus acciones. Quiere innovar y aportar a un cambio mucho más grande desde lo ambiental, lo social y lo económico.

¿Por qué es importante sumar a los +1?

- » Los retos son muy grandes y no podemos superarlos solos. Retos globales como el cambio climático, la contaminación por plásticos o la deforestación, requieren de un trabajo basado en las alianzas, sinergias y colaboración.
- » Sumando, multiplicamos. Se necesita a muchos +1 que aporten soluciones grandes o pequeñas. Por eso es muy importante empezar a crear una comunidad que multiplique impactos... y que lo haga rápido!
- » Queda poco tiempo. Según el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC), **nos quedan 12 años (hasta el 2030)** para reducir las emisiones globales si queremos evitar los peores efectos del cambio climático.

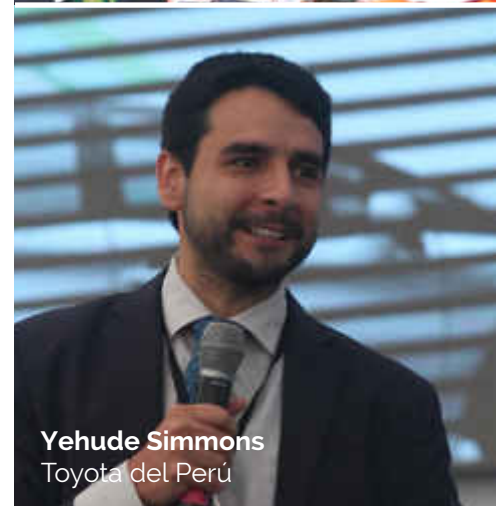
¿Qué queremos lograr?

Queremos crear una comunidad para acercar a todos los +1 y con ello lograr:

- » Conocernos y tener la posibilidad de encontrar gente valiosa como tú.
- » Compartir información sobre sostenibilidad, plásticos, cambio climático, economía circular, empresas con propósito, emprendimientos sostenibles y otros temas de interés.
- » Sumarnos a iniciativas de impacto y conseguir apoyo para las nuestras.



Juan Coronado
Sociedad Peruana de Energías
Renovables



Yehude Simmons
Toyota del Perú



nexos+1 2018



Conexión
contigo mismo

Tomas de Lara
Sistema B (Brasil)

Conexión
con tu comunidad

Conexión
con la naturaleza

Conexión
con el futuro
que queremos
construir



Las esferas de CONEXIÓN

de un agente +1 y el nuevo mundo
de los negocios

Las transformaciones las hacemos las personas. Por eso, nexos+1 privilegia la conexión. Esta se da en cuatro esferas: **contigo mismo y tu propósito, con tu comunidad, con la naturaleza y con el futuro que quieres construir.**

Hoy vivimos la mayor sobrepoblación de la historia, un contexto que amenaza la capacidad de la Tierra de proveernos servicios ambientales vitales. Esto requiere personas con un nivel de conciencia más elevado, con nuevas habilidades para hacer negocios centrados en el bienestar global.

Por ello, los líderes de los negocios están llamados a cambiar su centro filosófico: pasar de un negocio basado en dividendos, a negocios centrados en generar bienestar común. Esta transformación es indispensable para las empresas que aspiran a permanecer en el tiempo.



ABU R I S

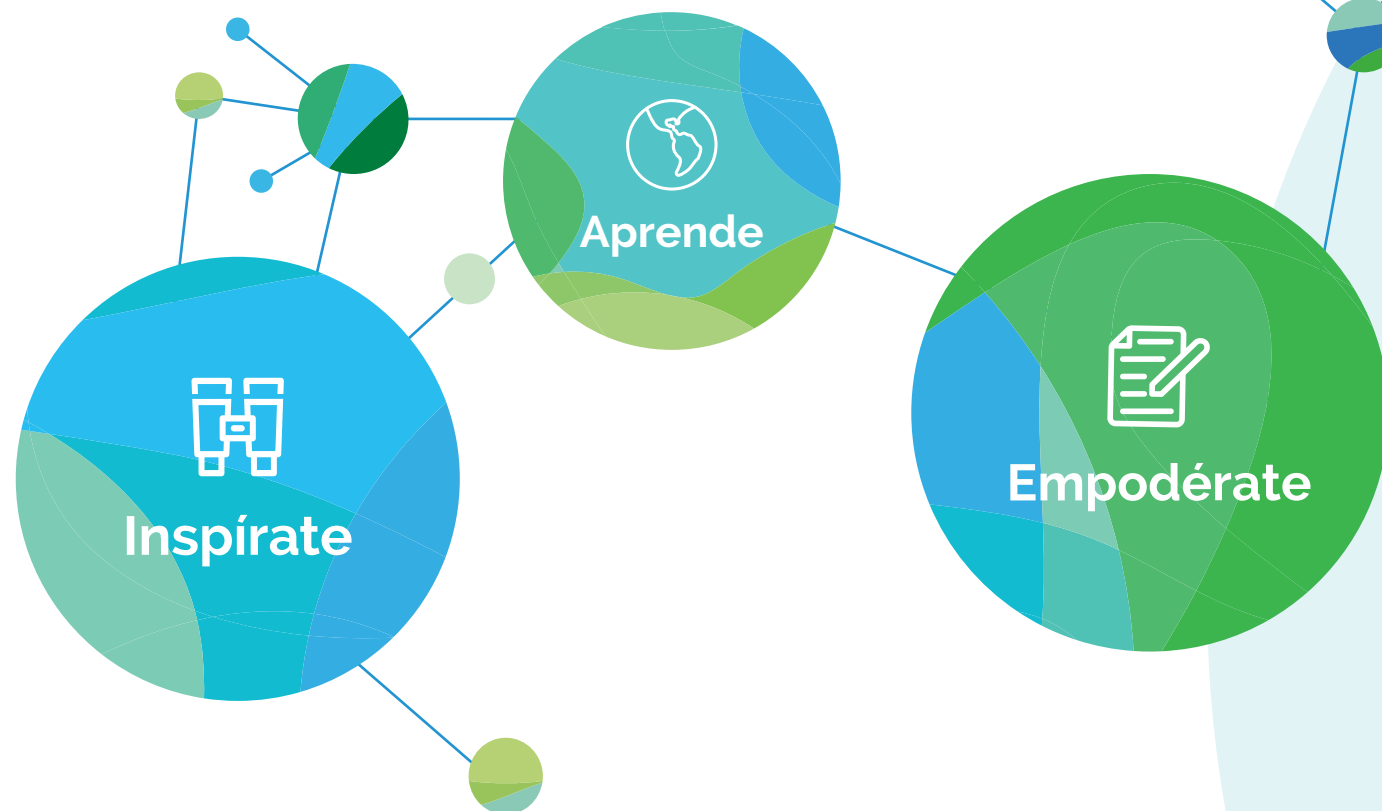


La articulación de ACTORES

nexos+1 se centra en el trabajo de 4 dimensiones cruciales en un actor +1 para abordar los retos de un mundo cambiante:

- 1 **El alcance global y la acción aterrizada a distintas realidades:** Su marco de acción son los desafíos globales ambientales, y los enlaza con las problemáticas personales, organizacionales y locales.
- 2 **Las personas son el motor del cambio:** Trabaja en la identificación y (trans) formación de los +1, fortaleciendo 2 atributos diferenciadores:
 - (a) **Visión sistémica:** va manejando las nuevas tendencias y entendiendo y construyendo soluciones de forma sistémica y articulada;
 - (b) **Enfoque colaborativo:** entiende que sola no es capaz de transformar, y trabaja colaborando con diversos actores de manera efectiva;
- 3 **Conocimiento de sí mismo:** Va ampliando su capacidad de conexión y conocimiento personal, como medio fundamental para ser cada vez más empático y perceptivo de la realidad circundante, del futuro que emerge con las tendencias.
- 4 **La nueva realidad hacia un mundo sostenible es factible:** Va construyendo una comunidad de soporte a los +1, recogiendo historias de transformación, conectando iniciativas para escalar impacto, y mostrando indicadores y modelos de esta transformación.

EL VIAJE de transformación



Transforma



Pía Zevallos
Libélula

CÓMO SE HACE NEXOS+1

CO CREA

nexos+1 2018 fue construido colaborativamente con actores y aliados de Perú y Latinoamérica, a través de distintos espacios presenciales y digitales.



Manuel Cigarán
COSAPI

Carlos Loret de Mola
GESTARES

EVOLUCIÓN

nexos +1 es producto de 4 años de experiencia

Sabíamos que la acción pública no iba a ser suficiente y que la capacidad de adaptación es mayor en el ambiente privado, pues en él estamos acostumbrados a responder a cambios de mercado y a adelantarnos ante las evidencias de posibles transformaciones futuras. También teníamos claro que muchas empresas no consideraban que la crisis ambiental global determinaría el futuro y la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo. Asimismo, resolvimos que trabajar en silos no iba a funcionar, ya que las políticas son diseñadas, generalmente, desde el escritorio y, por ello, su implementación suele ser costosa y difícil. Además, observamos que para muchas organizaciones es más fácil competir que cooperar. Por todas estas razones, y por que la ventana para lograr cambios significativos caduca en el 2030, requerimos nuevos actores y habilidades que nos permitan pasar de la política e ideas a la implementación.

David Saettone
Andean Crown

Anwar Choudhury
Ex-embajador del Reino Unido en Perú (Inglaterra)

Manuel Pulgar-Vidal
Líder de Clima y Energía
WWF

Gunther Pauli
Autor de la Economía Azul (Bélgica)

4 AÑOS

conectando

Cada tema anual de nexos+1 ha sido elegido para abordar esas nociones e ir despertando el interés de las empresas para animarse a trabajar con otros actores como parte de la estrategia de su negocio.

Hoy, los retos ambientales globales se convierten en los nuevos gatilladores de innovación, tal como lo fuera la transformación digital para las empresas hace 5 años.

2015

Innovación para la sostenibilidad

nexos+1 2015 contó con la participación especial de Gunter Pauli, autor del *best-seller* "La Economía Azul", concepto que propone una nueva manera de hacer negocios basada en una economía circular, más innovadora, limpia y eficiente. El evento contó con expertos internacionales y fue inaugurado por el entonces ministro del Ambiente, Manuel Pulgar-Vidal. Como parte del evento se realizó el lanzamiento oficial de [L+1](#).

2016

Ventana a los negocios del futuro

A nexos+1 2016 asistieron reconocidos expertos e impulsores de la economía sostenible de toda Latinoamérica, como Pedro Tarak, fundador y presidente de Sistema B Internacional, Leonardo Maldonado, gerente general de Gulliver, Juan Pablo Larenas, director ejecutivo de Sistema B, Franco Piza, director de sostenibilidad del Grupo Bancolombia, Jorge Ramos, presidente ejecutivo de Sura Perú, entre otros.

Como parte del evento se realizó el lanzamiento oficial de [Sistema B Perú](#).

2017

Conectando negocios para la sostenibilidad

La experiencia nexos+1 llevó a sus participantes por un proceso de inspiración, a través de historias de éxito contadas por sus mismos protagonistas; información, a través de expertos que ya están haciendo realidad negocios con enfoque sostenible; e interacción, con los mismos expertos y los participantes, para construir nexos que potencien iniciativas sostenibles. Como parte del evento se realizó el lanzamiento oficial de [La Coalición por la Economía Verde](#) y del directorio Marcas que Marcan.

2018

Conexiones que transforman

En nexos+1 2018 se descubrieron las tendencias más importantes que definen el contexto económico, ambiental y social de hoy. Además, se discutió cómo el propósito es el factor que está transformando los negocios, la economía y la tecnología hacia la sostenibilidad. Contamos con la participación de más de 55 expertos y líderes en sostenibilidad internacionales. Entre ellos Anirban Ghosh del Grupo Mahindra (India) y Rocio Fonseca de CORFO (Chile)

2019-2020

Franco Piza
BanColombia
(Colombia)

Vinicius Capillé
Consultora Nexo (Brasil)

Guillermo Navarro
Gobierno de Mendoza

Ramiro Fernandez
Fundacion Avina (Argentina)

Carla Grados
KUNAN

Josep Ramio
Grupo los FI (Chile)

Diego Villarán
Proyecto Alto
Perú

Pedro Tarak
Sistema B (Argentina)

Jorge Jaramillo
Oryx Americas
EE.UU.

Pedro Verdugo
Gulliver (Chile)

Daniel Paredes
Universidad Científica

nexos+1 es una
experiencia que se

COCREA

El resultado es una experiencia en donde todos los que participan son protagonistas de la sostenibilidad, privilegiando la diversidad de enfoques y visiones, y donde el viaje personal en cuatro etapas (inspire, aprende, empodérate y transforma) hace fluir nuevas preguntas y desafíos para arribar a soluciones integrales.

Pedro Friedrich (Tonka
- Argentina) y Cristian
Mosella (Colbún - Chile)

Sebastián Salinas
Ballon Latam
(Chile)

María Emilia Correa
Sistema B (Colombia)

Alonso Tuffino
PikBik

Jose Boluarte
BCP

Catalina Ochoa
Uber Perú

Marino Morikawa
Ph. D. en Ingeniería
Ambiental

Felipe Macia
Crepes and Waffles
(Colombia)

Thomás Kimber
Karun (Chile)

Cómo se hizo



Jorge Ramos
Sura



Lucas Campodónico
Bioguía (Argentina)



Pablo Vega
CIVE (Chile)



Jimena De La Quintana
CNN



Manuel Pulgar-Vidal
Líder de Energía y Clima WWF



Pedro Lerner
Celepsa



Eduardo Chappuis
DP World

el proceso nexos+1 2018

La agenda y metodología de nexos+1 consideró las historias personales de los expositores+1, su visión, avances y desafíos.

También se tomaron en cuenta las realidades e intereses organizacionales de aquellos aliados que están llevando adelante transformaciones importantes para Latinoamérica y el mundo.

33 personas fueron entrevistadas durante el proceso de construcción de la agenda y más de 35 aliados de Perú y Latinoamérica participaron en la organización de espacios, reuniones, eventos, campañas y eventos por la web.

Solamente colaborando e integrando podemos lograr el impacto sistémico que los desafíos globales demandan.

Así Fue nexos+1 2018

Lima fue sede de la cuarta edición del evento central de nexos+1: Conexiones que Transforman, que se llevó a cabo el 23 y 24 de octubre del 2018.

55 expositores de 16 países del mundo compartieron con 539 participantes sus experiencias y conocimientos en sostenibilidad, innovación, arte, tecnología, emprendimiento, marketing, comunicaciones, finanzas y otros temas.

Karina Pinasco
Amazónicos por la Amazonía
(AMPA)

Es pa cios en nexos+1

Los formatos y espacios de nexos+1, tanto presenciales como virtuales, fueron tan diversos como lo son las soluciones a los problemas del planeta y los actores que deben construirlas.

Marino Morikawa
Ph. D. en Ingeniería Ambiental



Historias+1

Presentaciones inspiradoras en plenaria.

Foros paralelos

Para evidenciar la relevancia de las conexiones para la sostenibilidad, desde las organizaciones y las ideas más disruptivas.

Encuentro Ejecutivo

Espacio exclusivo en donde CEOs, embajadores, expositores internacionales y otros líderes de la sostenibilidad comparten visiones y perspectivas.

Talleres de herramientas

Para fortalecer las capacidades de los profesionales que están enrumbando a las organizaciones a un camino más sostenible.

Retos

Para promover soluciones colaborativas a problemas complejos, en torno a metodologías de innovación.

Compromiso+1

Un espacio para reflexionar y comprometerte a una acción personal.

Networking con propósito

Espacios que facilitan la oportunidad de tener conversaciones sustanciales con actores diversos y encontrar potencialidades de negocios o alianzas futuras.

Espacios abiertos

Espacios abiertos al público donde se presentó: el documental "A la Mar: Protegiendo las olas del Perú"; la exhibición fotográfica "Florece" de Sebastián Gil de Miranda, que nos permitió sobre cómo la fotografía genera procesos de transformación. También se desarrolló un Mercado de Ideas donde más de 40 marcas sostenibles mostraron sus productos, servicios y soluciones.

Espacios *abiertos*

Exposición Fotográfica "Florece" Sebastián Gil de Miranda

Sebastián Gil de Miranda, reconocido fotógrafo documentalista Argentino, nos mostró algunos de sus trabajos donde nos permitió ver la realidad y ayudarnos a reflexionar sobre la importancia de cuidar el planeta y luchar por la sostenibilidad. En "Florece", su proyecto en el Riachuelo Matanza en Buenos Aires (uno de los ríos más contaminados del mundo) le dió una cámara de fotos a niños de 3 a 18 años y, al mirar a través de sus ojos, vió en sus fotos que los niños encontraron flores en el borde del río a pesar de la contaminación. Los niños dejaron de contaminar el río, enseñaban a los demás a no hacerlo, y hoy han plantado árboles en el margen del río logrando mejorar su calidad de vida



Documental "A la Mar" Conservamos por naturaleza

El documental "A la mar" difunde la historia de la Ley de Rompientes del Perú, los esfuerzos de la campaña "Hazla por tu Ola" y generó conciencia sobre la importancia de la protección de las olas.

"A la Mar" es la historia de ese llamado a la acción colectiva: luchar por proteger la naturaleza que se ama. Gracias a estas campañas y las acciones de Conservamos por naturaleza, se aprobó la: Ley de Rompientes, **primera ley en el mundo para la protección de olas.**



Mercado de ideas sostenibles

Ante nuevos retos, nuevos mercados. Las variables de sostenibilidad en bienes y servicios se vuelven cada vez más relevante. Según EY el 66% de los consumidores de todo el mundo asegura que prefieren comprar bienes y servicios de empresas sociales y ambientalmente responsables (2017). El World Economic Forum (WEF) menciona que existen oportunidades de sostenibilidad que valen US\$ 12 mil millones en todo el mundo. Es por esto que nexos+1 celebra las iniciativas de marcas grandes y pequeñas que se están preparando para una de las más grandes tendencias de la nueva economía.

En nexos+1 2018 más de 40 marcas sostenibles tuvieron un espacio de visibilización ante un público exclusivo de más de 500 actores clave de la sostenibilidad en donde pudieron hacer networking con propósito y generar alianzas y sinergias para el cambio.

Conoce más de todas las marcas que estuvieron en el mercado de ideas [aquí](#).



DP World



Arca Continental Lindley



Conservamos por Naturaleza



Waira



AFP Integra



Toyota del Perú



Universidad Continental



Shiwi

Encuentro EJECUTIVO

La cuarta edición del Encuentro Ejecutivo, abordó 4 preguntas:

Contexto. ¿Cuál es el nuevo contexto para los negocios y las nuevas tendencias de mercado, si tenemos en cuenta que vivimos en una coyuntura que plantea nuevos desafíos vinculados al cambio climático, la disponibilidad de recursos, los nuevos acuerdos globales y a un consumidor con mayor influencia? ¿Cuáles son los nuevos riesgos y oportunidades?”.

Innovación. ¿Por qué la innovación con enfoque de sostenibilidad en las dimensiones ambiental, económica y social es crucial para asegurar la permanencia de empresas en el mercado?

Negocios. ¿Por qué el cambio climático es una oportunidad de negocios sin precedentes?

Liderazgo. ¿Por qué son los líderes de las empresas quienes deben tomar este reto en sus manos?



Fernando Zavala
Ex-Presidente del
Consejo de Ministros del
Perú

Antonio Cevallos
BlackRock Perú



Jorge Muñoz
Alcalde de Lima

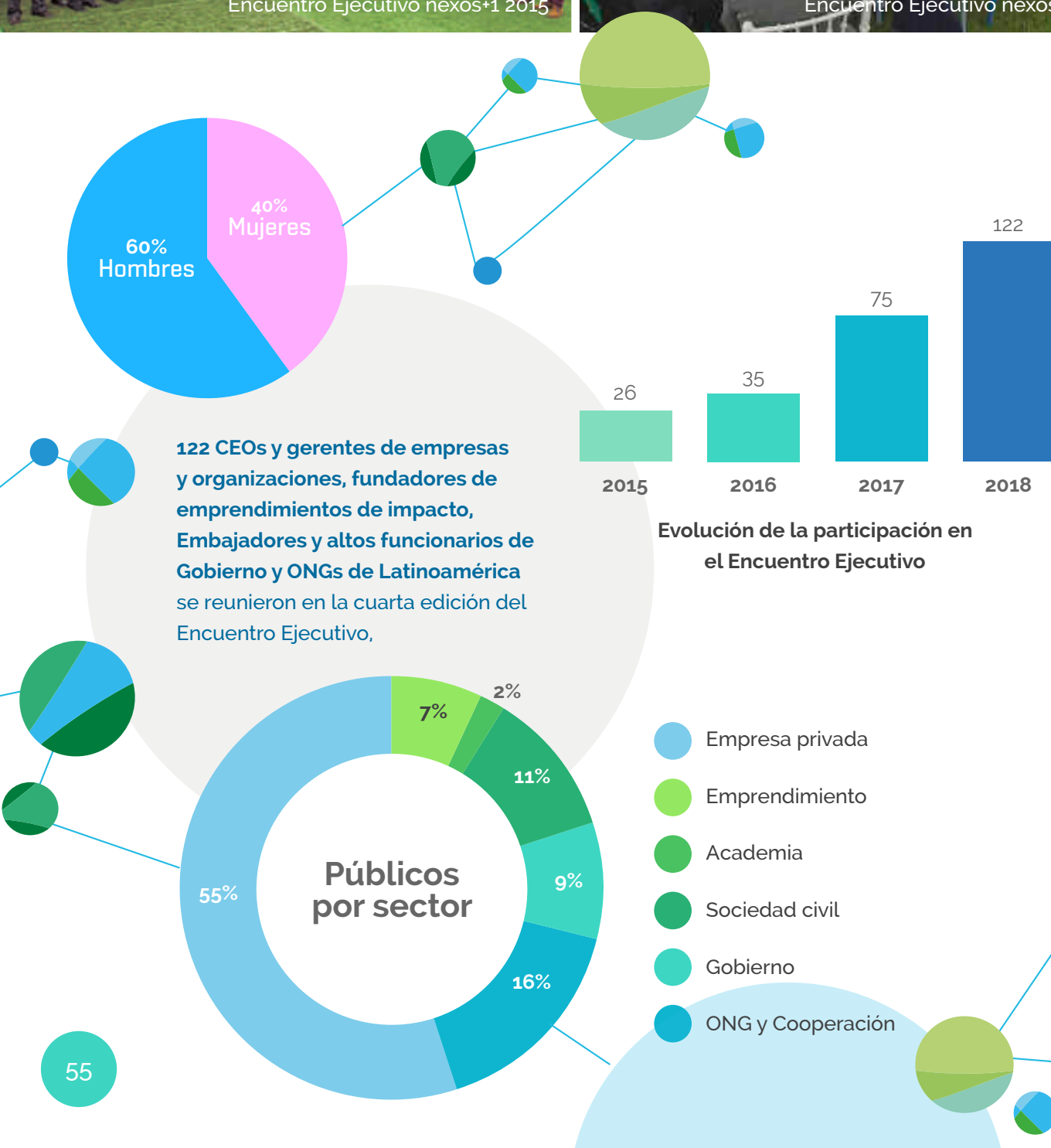
Diego Mellado
Embajador de la Unión
Europea en Perú (España)



Isabel Medem
X-Runner Venture



ASÍ FUE nexos+1 2018



Lo que se discutió

Importantes hallazgos de documentos relevantes del WEF, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el IPCC, entre otros.

Rocío Fonseca, gerente de innovación de CORFO (Chile), explicó la relevancia de un sector público que promueve la innovación en el sector privado y las lecciones aprendidas de CORFO, agencia promotora del emprendimiento e innovación chilena con más de 80 años de operación.

Anirban Ghosh, chief sustainability officer de Mahindra Group (India) y cofundador del Carbon Pricing Leadership Coalition, comentó que el cambio climático es una de las más grandes oportunidades de negocios, y explicó los casos concretos y beneficios de Mahindra al adoptar este enfoque de negocio.

Chacho Wu, presidente de L+1, gerente general de Pikango y socio del restaurante Panchita, explicó la importancia de desarrollar un mundo más justo que dé oportunidades a todos. También recordó que la sostenibilidad, además de ser una vía para hacer negocios, contribuye a un cambio positivo del país y el mundo. Finalmente, aseguró que ser parte de este cambio es un privilegio y que todos debemos tener una meta en común: hacer que este planeta sea mejor.

Pedro Friedrich, director de Tonka (Argentina), explicó cómo en su empresa se implementó la sustentabilidad profunda con 5 ejes: cero basura, cero residuos, cero emisiones, medir la felicidad de las personas y asegurar que el crecimiento del negocio sea beneficioso para la sociedad. Asimismo, repasó las medidas que tomaron para cumplir estas metas: mediciones de huellas y compensación histórica y futura (neutralidad), paneles fotovoltaicos, adquisición de hectáreas para regenerar bosques, entre otras acciones. **"Si lo puedes hacer, lo debes hacer hoy", concluyó.**

EL CAMBIO CLIMÁTICO ES UNA DE LAS MÁS GRANDES OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



Fernando Farah
Grupo Lancaster
/ Villa Perse

Chacho Wu
Pikango / L+1 /
Panchita / Sinba

La sustentabilidad es una herramienta de
competitividad

Pedro Friedrich
Tonka (Argentina)

QUÉ

Tenemos que innovar y tener
como pilar fundamental el

DESARROLLO SOSTENIBLE

Rocío Fonseca
CORFO (Chile)

Se debe dar un espacio a los intraemprendedores para que
ellos puedan hacer el cambio

Taciana Abreu
FARM Río (Brasil)

APREN

La sostenibilidad
tiene rostro
de mujer

El cambio climático es
la mayor oportunidad de
negocios de este siglo

Pablo Vega
CIVE / Libélula (Chile)

Anirban Ghosh
Grupo Mahindra (India)

*El
PRO
PÓSITO

transforma empresas
y la sociedad

Ian Sznak
Sistema B Perú

se necesita
cocreación

Pato Gianella
Gobierno de Mendoza

El aprendizaje es evolutivo y generativo. Se produce en la escucha, diálogo, reflexión y co-creación. Las cuatro etapas de la metodología de nexos +1 facilitan este aprendizaje para la acción.

En nexos+1 2018 aprendimos: **un nuevo contexto, nuevos roles y enfoques, herramientas que transforman y, finalmente, que solos no la hacemos.**

1 Un nuevo contexto

Un mundo en constante cambio exige a las empresas nuevas lecturas de contexto, manejo de nueva información y generación de nuevas métricas de desempeño que alimenten la estrategia.

Hoy las grandes oportunidades del mercado están en los problemas ambientales y sociales expresados en los ODS y en el Acuerdo de París, que pasan a ser el nuevo marco de acción para las organizaciones de cara al 2030.

El último informe del IPCC habla de la urgencia de construir un futuro muy distinto: reducir la mitad de las emisiones al 2030 y lograr neutralidad al 2050.

Gran parte de la innovación empresarial utilizará la transformación digital como vehículo

6

tendencias importantes que las empresas y organizaciones necesitan incluir en su planificación y revisión de estrategia:

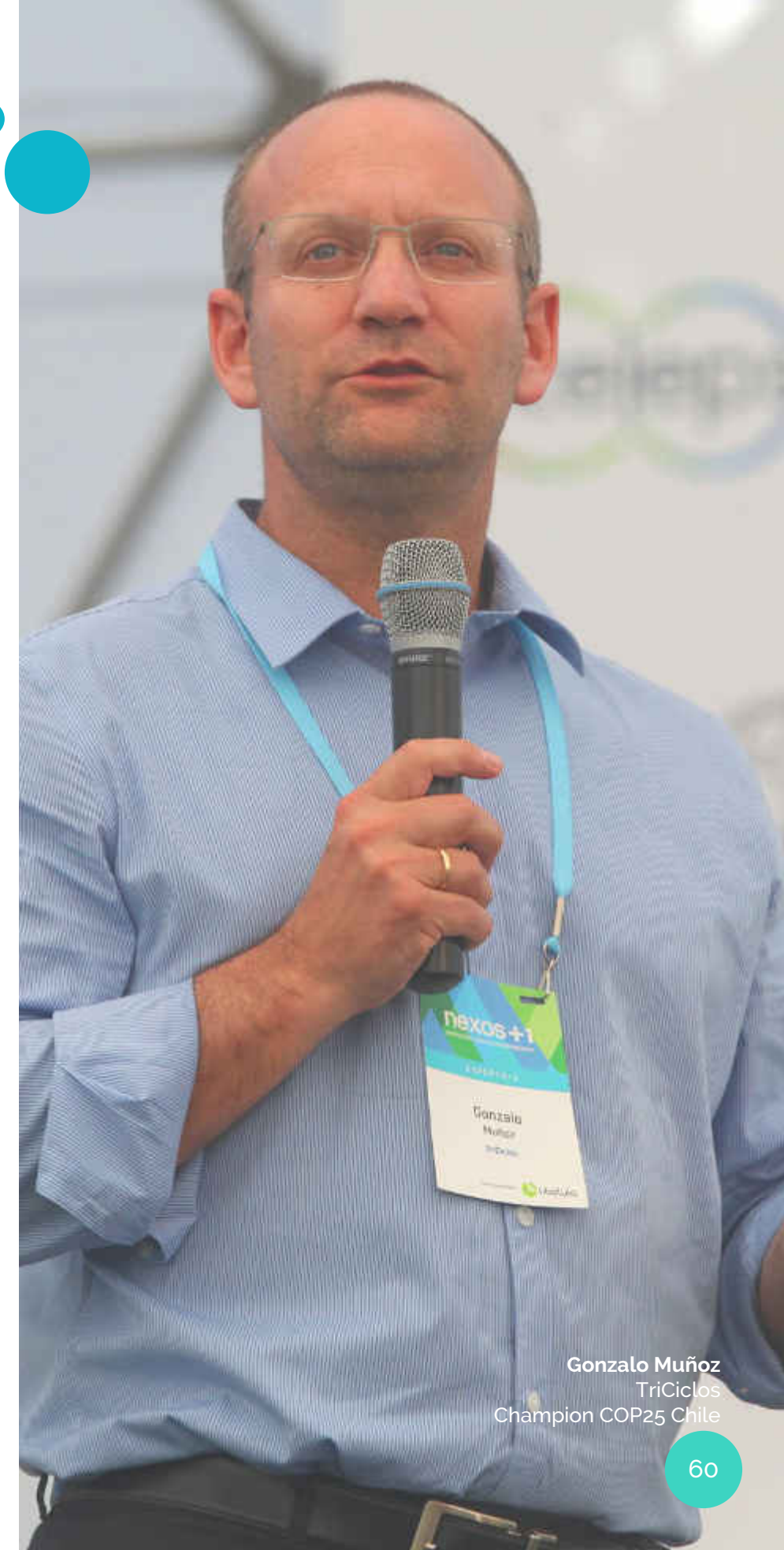
(1) las variaciones del clima; (2) el aumento de la población mundial; (3) la integración y diferenciación de los pueblos, regiones y personas; (4) la alteración de los biomas; (5) el aumento del número, capacidad y variedad de los artefactos producidos; y (6) la tendencia a la expansión del conocimiento.

Luis Alberto Oliveira
Museo del Mañana (Brasil)

Hoy el cambio climático es uno de las principales oportunidades de negocios y motores de innovación de empresas alrededor del mundo, pues se están generando:

- Acuerdos globales.
- Nuevos estándares y regulaciones.
- Requerimientos de reporte para financiamiento y de entrada a mercados.
- Un ciudadano más empoderado y demandante
- Preferencias de un consumidor más responsable y empleados que buscan propósito.
- Nuevas oportunidades de acceso a financiamiento

Los nuevos *benchmarks* que las empresas seleccionen deben incluir a los que están liderando los campos de sostenibilidad desde el core del negocio.



Gonzalo Muñoz
TriCiclos
Champion COP25 Chile

Nuevos conceptos

de enfoque de negocio que deben explorar las empresas para permanecer en el mercado frente a los nuevos contextos sociales y ambientales

¿Cuál es el propósito de tu empresa? ¿Qué problema social o ambiental está ayudando a resolver?

Claves: [ODS](#), [NDC](#), [Acuerdo de París](#), [ciudades sostenibles](#), [ciudades inteligentes](#), energía renovable, eficiencia energética, movilidad sostenible.

¿Cuál es el impacto o retorno de tu organización, en las dimensiones financiera, ambiental y social?

Claves: empresas de triple impacto, [certificación B](#) y [empresas B](#), [huella de carbono](#), [huella hídrica](#), [ciclo de vida de productos](#), [cadena de valor](#), science based targets.

¿Cómo diseñas productos, procesos y servicios que evitan la generación de residuos y/o emisiones?

Claves: [Economía circular](#), regeneración, descarbonización, neutralidad.

¿Cómo evitas invertir en nueva infraestructura y, más bien, compartes bienes y servicios con otros?

Claves: [economía colaborativa](#) o [sharing economy](#).

¿Cómo tu empresa aporta a la regeneración de ecosistemas, mirando toda su cadena de valor? Claves: [empresas regenerativas](#), [deforestación cero](#), [reducir la contaminación del mar](#), resiliencia.

¿Cómo prioriza tu empresa sus inversiones?

Claves: [inversión de impacto](#), [inversión responsable](#).

¿Qué rol quiere jugar tu empresa en el nuevo mercado de la sostenibilidad cumplir con la regulación, competir en nuevo mercado o liderar el nuevo mercado?

Claves: [estrategias de sostenibilidad](#), [science based targets](#).

2 Nuevos roles y enfoques

Sostener una empresa en el mercado demanda cambios en tres dimensiones: el rol de la empresa en la sociedad, el enfoque de sus áreas de negocios, el modelo del negocio y las formas de asociarse.

Vivimos el cambio hacia un mundo donde las organizaciones públicas y privadas adquieren nuevos roles para facilitar la transformación de las sociedades y la economía, pensando en la continuidad de la civilización humana en el planeta.

El propósito es el factor que está transformando más profundamente a los negocios, la economía y la tecnología hacia la sostenibilidad.

El propósito es aquello por lo que las empresas existen, más allá de generar rentabilidad financiera. Una organización o marca con propósito utiliza su posición única y sus capacidades para hacer frente a una necesidad social o ambiental.



Pato Gianella
Gobierno de Mendoza
(Argentina)

Nuevas reglas nuevos jugadores

Hoy las empresas lideran propuestas para cambios transformacionales globales

Surgen nuevos marcos de acción para las empresas, como el Acuerdo de París y los ODS, y emergen roles nuevos UNILEVER fue sustancial en el proceso político internacional para que en el compromiso global se establezca una meta de descarbonización a largo plazo.

Fondos de pensiones que representan 32 billones de dólares adquirieron compromisos de descarbonización de sus inversiones (ABC, 2018).

Surge el rol del intraemprendedor con propósito en las diferentes áreas de la empresa (marketing, operaciones, estrategias, logística, finanzas, etc). Por ejemplo, empoderando a un ejecutivo a ser intraemprendedor se puede lograr que una empresa se convierta en un vehículo de desarrollo local, insertando criterios de sostenibilidad en las estrategias de marketing y operaciones.

Los gobiernos cambian de enfoque para generar mayor impacto: migrar de un enfoque «participativo» a un enfoque «colaborativo», donde se busca el bien común en rumbo a un desarrollo más equitativo para todos (Guillermo Navarro, Gobierno de Mendoza, Argentina).

66%

consumidores de todo el mundo

aseguran que **prefieren comprar productos y servicios de empresas sociales y ambientalmente responsables** (EY, 2017), lo que genera una enorme oportunidad para las empresas.

Nuevos enfoques orientan oportunidades y el rumbo de las empresas: la economía circular, la descarbonización, la regeneración, las inversiones de impacto, los negocios de la sostenibilidad y el emprendimiento e intraemprendimiento y las empresas B o empresas de triple impacto.

Surgen “asociaciones improbables” y ganadoras. Observamos nuevas formas de asociarse entre grandes corporaciones y pequeñas empresas, ONGs, start-ups y gobiernos. Las grandes empresas, por ejemplo, ponen al servicio sus vehículos de marketing y puntos de ventas, mientras que las start-ups generan relación con actores y mercados pequeños, a los que una gran empresa no podría llegar por un tema de costos (Taciana Abreu, FARM Rio).

El nuevo contexto es favorable y el crecimiento de las iniciativas que promueven la sostenibilidad o el triple impacto es exponencial.

Pedro Solano
Sociedad Peruana de Derecho Ambiental

Emprendimientos que transforman

Todo gran proyecto, iniciativa y empresa empieza con una idea. Actualmente hay una gran necesidad de ideas disruptivas que sean capaces de abordar los desafíos sociales y ambientales con un enfoque integral y sistémico. En Latinoamérica van emergiendo emprendimientos disruptivos cuyos modelos de negocio son creados para abordar estos distintos desafíos usando la fuerza del mercado.

- Regeneran la tierra, conservan la biodiversidad y paran la deforestación" (Karina Pinasco, AMPA).
- Cambian el transporte en las ciudades promoviendo sistemas colaborativos de bicicletas (Alonso Tufino, PIK BIK).
- Cambian la matriz energética de los países, ofreciendo soluciones de energía renovable (Pedro Friedrich, Tonka).
- Incentivan un uso más eficiente de la energía por parte de los usuarios promoviendo un mercado personal de carbón (Cristian Mosella, Colbun).
- Promueven la acción colectiva en territorios de comunidades pobres hacia el desarrollo sostenible (Sebastián Salinas, Balloon LATAM).
- Reducen la violencia a partir del deporte y el contacto con la naturaleza (Diego Villarán, Alto PERÚ). Crean espacios de formación para jóvenes en liderazgo sistémico (Annia Constermani, Sinal Do Vale).

Rafa Achondo
Matteria (Colombia)

TODOS ESTOS
EMPRESARIOS
TIENEN LOS
SIGUIENTES
PUNTOS EN COMÚN:

Un(a) fundador(a) que respira la pasión de su propósito cada día y que se siente incómodo con las disparidades sociales o problemas ambientales en el mundo; un potencial de escalamiento; asociaciones entre actores improbables diversos y una necesidad de acompañamiento, mentoría e inversión.

La economía circular: un camino cierto para las empresas

De acuerdo con el WEF, el actual modelo económico lineal de "tomar-usar-desechar" extrae aproximadamente 65,000 millones de toneladas de materias primas al año, pero el 80% de estos materiales tiene un final de vida como desecho, lo que representa una pérdida irrecuperable de aproximadamente US\$ 2.6 billones cada año ([Circulate, 2017](#))

La Fundación Ellen MacArthur afirma que la adopción de un enfoque de economía circular podría ahorrar a los fabricantes europeos cerca de US\$ 630 mil millones al año para el 2025 en costos de materiales, lo que también conduciría a la creación de más de 2 millones de empleos. ([Towards the circular economy, 2013](#))

Además, el *think-tank* Club de Roma publicó un estudio que sugirió que las emisiones de carbono podrían reducirse hasta un 70% si se adopta una filosofía de economía circular ([Ostollic, P.\(2016\). Medium Corporation](#)).

La Comisión Europea también declaró a la economía circular como el camino hacia una sociedad más próspera, y en diciembre de 2015 adoptó un ambicioso paquete que proporcionará 650 millones de euros para investigación e innovación ([FECYT, 2017](#)) y 5.5 millones de euros en financiación estructural para hacer a Europa más competitiva ([Circulate, 2017](#)).



Micaela Rizo-Patrón
Perú2021



Karina Pinasco
AMPA



María Paz Cigarán
Libetula



María San Martín
Balloon Latam (Chile)



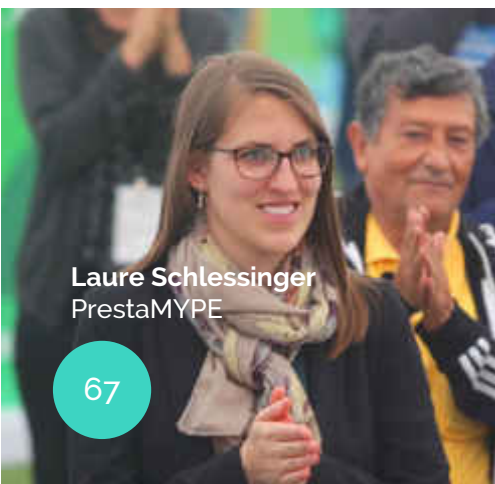
Silvia Noriega
BCP



Mariale Soto
Sistema B Perú



Rocío Fonseca
CORFO (Chile)



Laure Schlessinger
PrestaMYPE



Mariana Alegre Escorza
Lima como Vámos



Guayana Paez-Acosta
Athena - Lab for Social Change
(EE.UU)



+66%

Las empresas con mujeres en sus directorios tienen: un retorno de ventas de 42%, un 66% mayor retorno en capital invertido y 53% mayor patrimonio comparado con el de su competencia.

[\(The Guardian, 2018\)](#)



La sostenibilidad tiene rostro de

mujer

Con la creciente evidencia de la compatibilidad existente entre las acciones de sostenibilidad ambiental y la rentabilidad de una empresa, numerosos estudios ahora examinan las formas en las que la composición del liderazgo corporativo (CEO y miembros del directorio) afecta la dirección estratégica de una empresa.

Ellos evidencian que, en comparación a los hombres, las mujeres expresan un mayor compromiso a la sostenibilidad corporativa y son más probables de apoyar prácticas ambientalmente responsables aún cuando signifique un mayor costo personal.

Las empresas con mujeres en sus directorios tienen más probabilidades de invertir en generación de energía renovable, productos con bajo contenido de carbono y eficiencia energética.

En nexos+1 el 56% de nuestra comunidad +1, el 55% de la asistencia a nuestros desayunos y talleres, el 42% de nuestros expositores y el 68% del equipo Libélula (que impulsa la plataforma) está compuesto por mujeres.

65%

de las mujeres a nivel global consideran que el trato de una empresa al ambiente, sus empleados y sus comunidades son factores importantes a la hora de tomar decisiones de inversión.

[\(Fortune, 2018\)](#)



Un estudio reciente reveló que las empresas con más mujeres en sus directorios son menos probables de ser demandadas por vulnerar leyes ambientales. "Por cada mujer adicional en una mesa de directorio corporativo, la empresa experimenta una reducción de 1.5% en riesgos de litigación ambiental"

[\(Journal of Corporate Finance, 2018\)](#)



Michelle Salcedo
Sura



Rosa Bonilla
Entel



Elena Conterno
CARE Perú



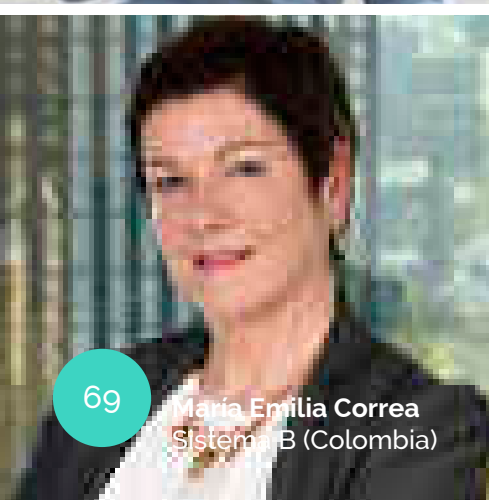
Taciana Abreu
FARM Rio (Brasil)



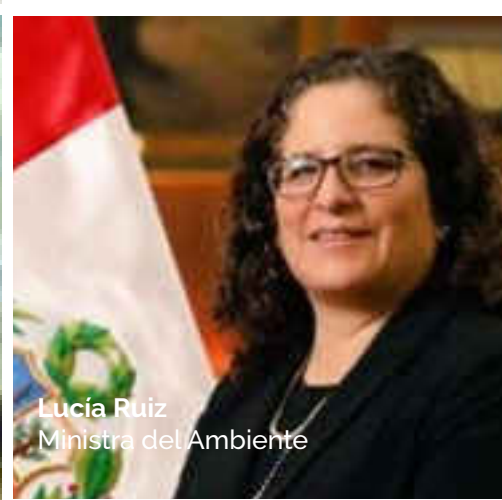
Betina Friedrich
Tonka (Argentina)



Mercedes Araoz
Vicepresidenta de la República



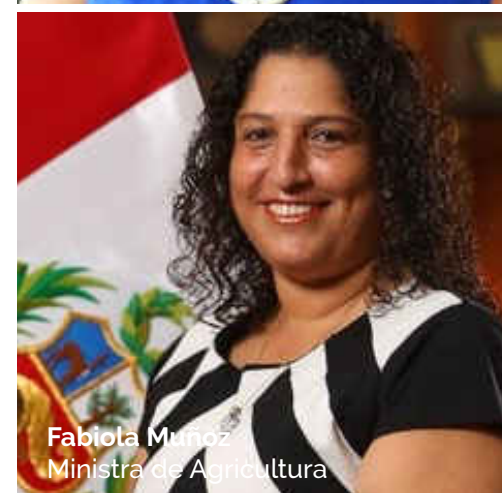
María Emilia Correa
Sistema B (Colombia)



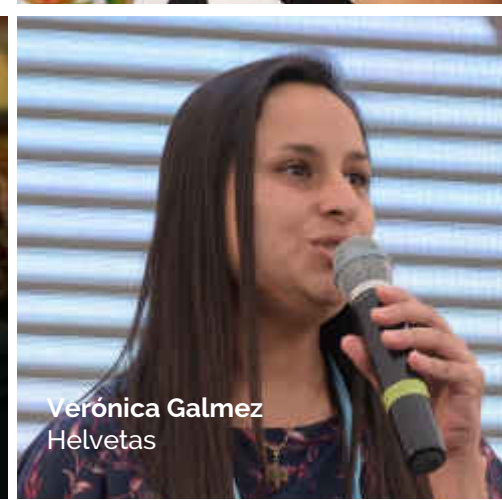
Lucía Ruiz
Ministra del Ambiente



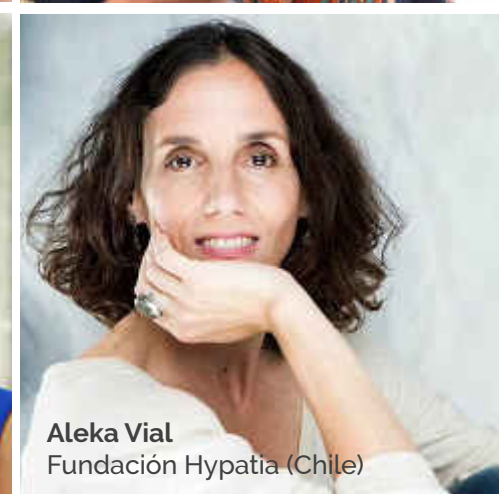
Adriana Giudice
Austral



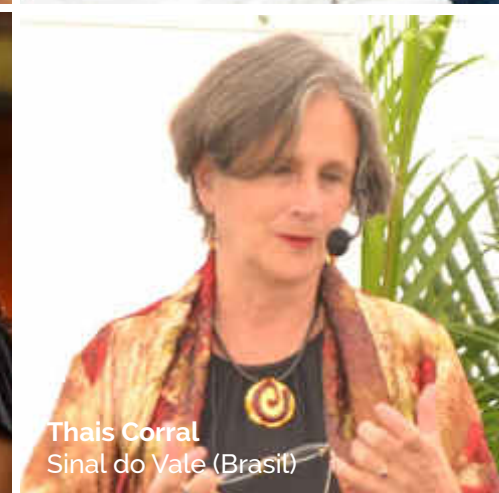
Fabiola Muñoz
Ministra de Agricultura



Verónica Galmez
Helvetas



Aleka Vial
Fundación Hypatia (Chile)



Thais Corral
Sinal do Vale (Brasil)



Florencia Estrade
Liga de Intraemprendedores
(Uruguay)



1.500

Un estudio de 1.500 empresas encontró que aquellas que tenían más mujeres en sus directorios eran las más probables de invertir en acciones de responsabilidad social corporativa.

[\(Fortune, 2018\)](#)

3 Herramientas que transforman

Hoy requerimos de profesionales que (se) transforman. Las herramientas de (trans) formación están disponibles en Latinoamérica y abordan diferentes esferas.

No hay manera de transformarnos si no elevamos nuestro nivel de conciencia, conexión y empatía con nosotros mismos y nuestro entorno.

Los cambios los hacemos las personas. Hoy se requieren profesionales capaces de liderar la transición hacia un modelo de desarrollo sostenible, se requieren habilidades, conocimientos y capacidades orientadas a encontrar soluciones de bien común, alineadas con los objetivos de negocio de las organizaciones.

Hoy es necesario un **nuevo tipo de liderazgo, el liderazgo transformador:** sistémico, colaborativo

y orientado a resolver problemas relevantes de la sociedad. El liderazgo para los próximos 15 años vendrá del mundo de los negocios.

Ya existen herramientas disponibles en Latinoamérica que ayudan a formar personas ante este nuevo contexto y están centradas en modificar el foco de los negocios (propósito) y cada una de sus áreas (planificación y estrategia, recursos humanos, marketing, finanzas, logística, innovación), generando nuevas oportunidades de crecimiento y conexión, y nuevos modelos de negocio y asociación.

Estas herramientas permiten a las personas desplegar acciones y soluciones de triple impacto frente a los desafíos de hoy y gestionar proyectos innovadores que agregan un nuevo valor a las empresas.

sistema colaborativo

Las empresas liberadas: una nueva forma de organización

Olivier Gesbert
(MM21/Pressto)

El modelo de empresas liberadas tiene como eje principal la confianza en los empleados. Este punto es la clave para poder asumir nuevos retos. No es imprescindible la figura del jefe para que una organización tenga éxito. Las empresas liberadas promueven la autogestión, responsabilidad y realización de las personas, lo cual conlleva a un sistema colaborativo autorregulado y productivo donde las decisiones se toman de forma sociocrática.

Hacia una empresa con propósito

Ian Sznak y Mariale Soto
(Sistema B)

Ser una empresa con enfoque en sostenibilidad es una tendencia de mercado. La herramienta Evaluación de Impacto B (EIB), ayuda a definir nuestra estrategia de sostenibilidad, encontrando las fortalezas, aterrizando planes de acción y visualizando si ya estamos haciendo acciones sostenibles. La EIB es la herramienta más ágil que toda empresa puede utilizar para diagnosticar, comparar y mejorar continuamente su impacto positivo.

Se debe BUSCAR atención de los medios

PR sostenible: difusión con valor social y ambiental

Maribel Toledo-Ocampo
(TOC Asociados)

La sostenibilidad no es filantropía, es un enfoque de negocio que genera reputación de marca, pero debe comunicarse de forma correcta. Esto implica utilizar los medios adecuados y formas creativas que impacten en los consumidores. Para tener mayor éxito con PR, las acciones de comunicación que se desarrollen no sólo deben buscar la atención del consumidor, sino también del medio de comunicación. Esto último se consigue estando alertas a la coyuntura, teniendo alianzas con personajes públicos y manteniendo contenido constante que evidencie lo que hacemos y los impactos que generamos.

¿En qué etapa de tu (trans) formación hacia la sostenibilidad te encuentras?

Un lugar para conectarte contigo mismo

Thais Corral y Annia Costermani
(Sinal do Vale-Brasil)

Sinal do Vale es un centro situado en Río para regenerar ecosistemas, comunidades e individuos a través de relaciones innovadoras y experiencias de aprendizaje. Es posible integrar la naturaleza con las relaciones humanas, de tal forma que las personas, partiendo de ellas mismas, generen impacto en todo su entorno.

La experiencia BanCO₂

Carlos Zuluaga y Jaime García Cornare
(Programa Bosques Andinos)

Establecer alianzas entre empresas privadas, gobiernos y ONGs, es ventajoso tanto para regular como para reconocer los derechos de las comunidades rurales e integrarlas al proceso y al negocio de los servicios ambientales, otorgando soluciones prácticas que ayuden a la conservación. El éxito se da cuando se cambia del modelo de sanción al de incentivos.

VENTAJAS de establecer alianzas

SOSTENIBLE

Talento que transforma

Rafael Achondo (Matteria-Colombia)

Las organizaciones deben definir su ADN organizacional tomando en cuenta que hoy las personas no solo buscan un liderazgo moderno, comunicación clara, crecimiento, reconocimiento y aprendizaje, sino también trabajar en una empresa que tenga un propósito y ellos sean parte del mismo generando impacto con su labor. Tener un ADN claro significa que el talento sea fácil de encontrar, se comprometa, y genere cambios e innovación para la empresa.

Resolviendo los problemas de tu organización

Vinicius Capillé (Consultora Nexo - Brasil)

Las organizaciones están formadas por personas y los problemas nacen de las personas, por lo tanto son ellas mismas quienes deben de resolverlos, pero no saben cómo. Nosotros somos parte del problema y, para resolverlo, primero debemos conocernos y luego reflexionar de qué forma se pueden conectar nuestros objetivos y motivaciones con los de la empresa.

Nosotros TENEMOS la solución

Cómo innovar internamente con impacto

Florencia Estrade (Liga de Intraemprendedores-Uruguay)

Ser un intraemprendedor significa ser una persona que busca el cambio desde dentro de la organización. Esta persona está comprometida con la empresa y busca que la misma tenga un impacto positivo en la sociedad. Los intraemprendedores son agentes de cambio interno que cada día son más relevantes para las organizaciones, ya que están en constante búsqueda de innovación, conocimiento y visualización del impacto ante la sociedad.

Proyecta a futuro el impacto de tus decisiones

Estableciendo Metas Basadas en la Ciencia (SBT)

Fernando Rangel (WWF)

Las Metas Basadas en la Ciencia (SBT, por sus siglas en inglés) es una iniciativa que busca movilizar el sector privado hacia la adopción de metas de reducción de emisiones en un contexto de cambio climático. Las SBT ayudan a fixar metas realizando cálculos de proyecciones en el tiempo los impactos que se tendrán con cada decisión que se tome, con lo cual se reorientan las mismas hacia un futuro de impacto positivo y alineado al objetivo global de no superar los 2°C.

Incorporando estrategias de sostenibilidad en tu empresa

Pablo Vega (Libélula)

Tendencias que hoy significan riesgos y oportunidades:

- ① Cuando cambias las prácticas, cambias el sector"; "si los valores de la empresa conversan con los de las personas se genera lealtad de marca".
- ② Para aplicar una estrategia de sostenibilidad se debe definir cuál será el objetivo del mismo: cumplir, competir o ser líder.
- ③ Por último, definir métricas para cada acción que se realice es vital para conocer el impacto en términos de ingresos, costos, reputación, compromiso interno y captación de capital de inversión.

4 Solos no la hacemos

La colaboración es la nueva forma de hacer empresa. Solamente co-creando y trabajando en alianzas con actores diversos seremos capaces de mantenernos relevantes y permanecer en el mercado, a la vez que vamos resolviendo los problemas críticos de la sociedad.

Son varios los puntos del ecosistema de sostenibilidad que debemos modificar para poder lograr transformar el sistema económico hacia uno que esté al servicio de las personas y del planeta.

En nexos +1 decidimos priorizar cuatro de estos puntos del ecosistema,

y los convertimos en desafíos que fueron abordados por expertos y personas con diferentes miradas. Con el apoyo de un facilitador nexos+1, los participantes co-crearon soluciones bajo una metodología que permite explorar ideas fuera de la caja, compartir conocimiento y aplicar creatividad con libertad.

los retos

Los cuatro retos de nexos+1 2018:

- ➔ **Reto / 01:**
¿Cómo convertir la sostenibilidad en un eje de innovación y competitividad en las empresas?
- ➔ **Reto / 02:**
¿Cómo transformar realidades dentro y alrededor de las ciudades?
- ➔ **Reto / 03:**
¿Cómo movilizar las inversiones y las finanzas hacia empresas, iniciativas y ecosistemas de impacto?
- ➔ **Reto / 04:**
¿Cómo movilizar a los ciudadanos para un mundo sostenible?

Alex Pryor
Guayakí

Sostenibilidad en las Empresas: ¿Cómo convertir la sostenibilidad en un eje de innovación y competitividad en las empresas?

Los negocios que cumplan con los ODS pueden crear **24 millones de empleos en Latinoamérica** y oportunidades económicas por valor de un billón de dólares para el 2030 (OIT, 2018), según un estudio publicado por la Comisión de Negocios y Desarrollo Sostenible (CNDS), formada por líderes empresariales y de la sociedad civil en enero de 2016. La CNDS busca acelerar las transformaciones del mercado para avanzar hacia una economía sostenible. El estudio de este grupo examina los beneficios que pueden conseguir las empresas si cumplen con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, acordados en 2015 por 193 estados miembros de la ONU.

El informe muestra que las compañías que cumplan con los ODS podrían crear oportunidades por un valor de 12 billones de dólares y generar hasta 380 millones de empleos para 2030 (Agencia EFE, 2017), la mayoría de ellos en países en vías de desarrollo.

Las empresas están poco a poco entendiendo que no existe posibilidad alguna que sean sostenibles en un mundo que no lo es. La continuidad del negocio va a estar estrechamente definida por la capacidad que tengamos todos (los países, las organizaciones, las empresas y las personas) de cambiar el rumbo del escenario inercial a uno que apunte hacia una economía neutra en emisiones de carbono y resiliente al clima.

Ya existen muchas investigaciones realizadas por McKinsey, Deloitte, KPMG y PwC que aseguran que la sostenibilidad tiene un impacto relevante en la competitividad y en la innovación de la empresa.

Esto se debe a que operar con un enfoque sistémico, considerando variables financieras (las clásicas), sociales y ambientales, obliga a las organizaciones a hacerse preguntas diferentes; . Esto permite desarrollar soluciones alternativas, cambiar la forma de pensar de la alta gerencia, involucrar a otros actores en la creación de soluciones (gobiernos locales, emprendedores, ONGs, etc) y adquirir nuevos conocimientos, habilidades y valores. Es decir, transformar la cultura de la empresa a una en la que los retos se convierten en oportunidades de más y mejores negocios para el mundo.

¿Qué encontramos?

- ➔ No hay empresas sostenibles en un mundo insostenible. La crisis climática pone en riesgo el planeta y las actividades empresariales.
- ➔ Hay varias formas de plantear los retos en la organización para promover la innovación y el aumento de la competitividad. Tres interesantes caminos son (a) plantear un problema complejo a los colaboradores, (b) colocar una meta ambiciosa y (c) reducir los recursos disponibles (presupuesto, tiempos, recursos humanos, insumos, etc) para realizar una actividad.
- ➔ Las empresas tienen mucho potencial de hacer cambios trascendentales, pero solas no pueden. Requieren socios y aliados, así como generar procesos de empatía con los *stakeholders* para ser competitivos.
- ➔ Equivocarse está permitido. La innovación requiere que las empresas acepten los errores en el proceso.
- ➔ Es fundamental que las empresas tengan una visión sistémica que pone al centro el bienestar de las personas y el planeta. Sin ellos, no hay negocio sostenible.

Anirban Ghosh
Grupo Mahindra
(India)

Con la contribución de:

Micaela Rizo-Patrón (Perú2021), Cristian Mosella (Colbún), Rafael Achondo (Matteria), Vinicius Capillé (Consultora Nexo), Taciana Abreu (FARM Rio), Thais

Corral (Sinal do Vale), María San Martín (Balloon Latam), Olivier Gesbert (Presto) Ian Sznak (Sistema B, Florencia Estrade (Liga de Intraemprendedores)

Sostenibilidad en las Ciudades: ¿Cómo transformar realidades dentro y alrededor de las ciudades?

De acuerdo con ONU – Habitat (2012), Latinoamérica es una región fundamentalmente urbana donde casi el 80% de la población vive en ciudades. En la región, se encuentran cuatro de las 20 ciudades del mundo con más de 10 millones de habitantes y 55 de las 414 ciudades con más de un millón de habitantes. En estas 55 ciudades habitan 183 millones de personas, un tercio del total latinoamericano (Comisión Europea, BID, 2013). Esta proporción es superior a la del grupo de países más desarrollados, por lo que se considera como la región más urbanizada del mundo (ONU - Habitat, 2012).

De otro lado, el 55% del PBI regional se genera en las ciudades y se espera que un 80% del crecimiento futuro se origine en los centros urbanos (Comisión Europea, BID, 2013). No obstante, persisten problemas de

pobreza y desigualdad, retos importantes que enfrenta la región; aspectos potencialmente acentuados por los impactos del cambio climático.

Más de 40 años después de la primera Cumbre de la Tierra (Estocolmo, 1972), se hacen evidentes los avances en la conciencia de las relaciones entre las ciudades y el ambiente. Muchas ciudades cuentan con prometedoras iniciativas en temas como protección de áreas ambientales estratégicas, reducción de emisiones de GEI, recuperación de ríos y mejoras en la calidad del aire, entre muchas otras. A pesar de estos avances, hoy uno de los principales retos que enfrentan las ciudades es el relacionado al cambio climático, tanto desde el ámbito de mitigación como de adaptación.

Es así que se están diseñando alrededor del mundo ciudades inteligentes, las mismas que aplican las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) para la gestión y prestación de sus diferentes servicios, como gobernanza, economía, asuntos sociales, movilidad, seguridad, energía, cultura, medio ambiente, etc.

Las ciudades inteligentes son ciudades resilientes

¿Qué encontramos?

- La tecnología es fundamental y ya existen avances significativos en su aplicación, como el concepto *smart cities* e iniciativas en marcha como Simbocity.
- Este reto ya está siendo abordado por iniciativas pioneras que van en franco crecimiento como Alto Perú, PikBik, Lima Como Vamos, AMPA, Sinba, entre otras.
- Es necesaria una conexión entre lo rural y lo urbano, para reconocer la importante función de las áreas rurales y sus pobladores, que generan bienes y servicios (ambientales) para los pobladores de las ciudades.
- Las personas que vivimos en las ciudades necesitamos entender que tenemos un rol protagónico en impulsar la sostenibilidad, y asumir liderazgo desde la ciudadanía. El arte y la cultura son vehículos que pueden inspirar y catalizar esos cambios.

Mariana Alegre Escorza
Lima como vamos

Con la contribución de:

Luiz Alberto Oliveira (Museo del Mañana), Aldo Arata (Movistar Perú), Alejandro Barragán (EnelXPerú), Karina Pinasco (AMPA), Bettina Kind (Tonka),

Guillermo Navarro (Gobierno de Mendoza), Sebastián Salinas (Balloon Latam), Alonso Tufino (PikBik), Diego Villarán (Alto Perú), Josep Ramio (Grupo Los Fi) y Sebastián Gil Miranda (Impacto+)

Sostenibilidad en Finanzas: ¿Cómo movilizar las inversiones y las finanzas hacia empresas, iniciativas y ecosistemas de impacto?

❑ Durante la Asamblea General de la ONU, en un evento de alto nivel para financiar la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, el Secretario General de Naciones Unidas, António Guterres, afirmó ante líderes mundiales que se necesitan inversiones de 5,000 a 7,000 millones de dólares cada año para implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Guterres mencionó que «se han logrado algunos avances en la movilización de recursos para este fin, pero se necesita más. Mucho más». (ONU, 2018)

❑ Durante la Cumbre de Acción Climática Global del 2018, se estimó que los nuevos compromisos respaldados por la ONU para tomar medidas contra los efectos dañinos del cambio climático podrían generar 26 billones de dólares en beneficios económicos en todo el mundo y ayudar a crear 65 millones de nuevos trabajos “libres de carbono” para 2030. (ONU, 2018)

❑ La inversión de impacto puede ser una valiosa fuente de capitales, sobre todo para financiar las necesidades de los países en desarrollo de bajos ingresos o productos y servicios destinados a comunidades vulnerables. Se calcula que las inversiones de impacto pueden oscilar entre los 40,000 y 100,000 millones de dólares, dependiendo de los sectores y los tipos de actividad definidos como “inversión de impacto” (ONU, 2015). Del mismo modo, se calcula que las posibilidades futuras a nivel mundial de la inversión de impacto oscilan desde una cifra relativamente modesta hasta un total de 1,000 billones de dólares. (ONU, 2015) Entre los inversores de impacto cabe mencionar a los organismos de ayuda, las organizaciones no gubernamentales, las fundaciones filantrópicas, y personas independientes con muchos recursos

y deseo de apoyar. Adicionalmente los bancos, los inversores institucionales y otros tipos de empresas y fondos. Según un estudio conjunto de la inversión de impacto de la UNCTAD y el Departamento de Estado de los Estados Unidos realizado en 2012, más del 90% de los fondos de inversión de impacto todavía se invertía en el mundo desarrollado, principalmente en proyectos de impacto social y energía renovable (JP Morgan).

Gran Oportunidad en inversiones de impacto (1.000 billones de dólares)

¿Qué encontramos?

- ➔ El rol de las finanzas es central para catalizar los cambios y construir el futuro que queremos.
- ➔ Se requiere una nueva métrica. Las evaluaciones de retorno inteligente deben internalizar los impactos sociales y ambientales.
- ➔ Es fundamental establecer puentes entre inversionistas y emprendedores, así como reconocer los diferentes roles de otros actores como las organizaciones filantrópicas y el Estado.
- ➔ Los recursos financieros per se no son suficientes para catalizar negocios e iniciativas sostenibles. Se requiere acompañamiento, mentoría y desarrollo de herramientas de gestión.

María Carolina Suárez Visbal
International Venture
Philanthropy
Corporation (EE.UU)

Con la contribución de:

Jorge Luis Jaramillo (Orix Américas), Guayana Páez-Acosta (Athena Lab Social Change), Kelly Diggins (Rockefeller Philanthropy Advisors), Pedro Friedrich

(Tonka), Rocío Fonseca (CORFO), Chacho Wu (Pikango), Alejandro Gianella (Gobierno de Mendoza), Pipo Reiser (SINBA), Laure Schlessinger (PrestaPyme), Bruno Monteferrri (CxN), Pedro Gamboa (SERNANP)

Sostenibilidad en los ciudadanos: ¿Cómo movilizar a los ciudadanos para un mundo sostenible?

▢ Todos los días, miles de científicos están estudiando la vida en el planeta, y la conclusión general es que vivimos una crisis ambiental: nuestros estilos de vida son la causa principal. Nos hemos vuelto expertos en registrar cómo estamos destruyendo el lugar en el que vivimos, pero aún no hemos logrado usar esa información para hacer cambios sistémicos que nos permitan dejar de ser una presencia destructiva en el planeta y convertirnos en una presencia regenerativa. La cuestión es que, para lograr esa meta, necesitamos que todos se involucren.

▢ El reto consiste en que, al satisfacer nuestras necesidades de vestimenta, alimento, transporte y recreación, no solo generemos menos impacto, sino que podamos dejar un impacto positivo en la naturaleza.

▢ Se escogieron 4 necesidades priorizadas para trabajarlas en grupo: (a) movilidad (b) vestimenta, (c) alimentación y (d) residuos.

▢ Cada uno de nosotros tiene un rol que cumplir: como profesionales, jefes de familia, consumidores o ciudadanos; desde nuestros hogares, las empresas, las organizaciones y el gobierno. Por esto, buscamos lograr que la opción masiva, la opción predeterminada cuando elijamos un bien de consumo o un servicio sea

regenerativa o genere un impacto positivo ambiental o social.

En ese contexto, este reto se generó en torno a Compromiso+1, es una invitación para que cada uno de nosotros tome acciones concretas para hacer la transición hacia la regeneración y construir juntos un futuro sostenible. Compromiso+1 es una promesa voluntaria de cambio de hábitos. Es un movimiento de bases que agrupa a personas que apostamos por no quedarnos de brazos cruzados y que creemos que la única forma de contagiar a más personas a tomar acción es haciéndolo de manera colectiva, de forma coherente y con esperanza.



¿Qué encontramos?

- El poder de las personas (con su decisiones de compra, de inversión y voto político) tiene la capacidad de cambiar las reglas de juego a todo nivel: familiar, local, nacional y global.
- No solo se trata de generar menos impacto, sino de crear un impacto positivo en la naturaleza y la sociedad.
- Un ciudadano+1 es una persona inspiradora, consciente de sí mismo y de su entorno, innovador y resiliente a los cambios, proactivo y responsable, así como coherente entre lo que dice y hace.
- Cada vez hay más interés y más conversaciones de más personas para construir un mundo más sostenible.
- El reto permitió construir la iniciativa "Compromiso+1", que se llevará adelante durante el 2019, en una alianza entre Conservamos por Naturaleza, Libélula y nexos+1.



Bruno Monteferri
Conservamos por Naturaleza

Facilitado por:

David García (Hakuna Matata y Conservamos por Naturaleza)

SOLOS

N O L A H A C E M O S

Muchas gracias a nuestros acompañantes en el camino a la sostenibilidad

Con el apoyo de



Media partners



En alianza regional con



En alianza con



Una plataforma libélula

Un evento parte de TALANOA DIALOGUE FOR CLIMATE AMBITION

LOS RETOS PARA EL

2019 Y MÁS

LO QUE SIGUE EN NEXOS+1

Hoy nos queda claro que existe un sinnúmero de personas, iniciativas y organizaciones buscando resolver problemas globales, a diferentes escalas (a nivel personal, organizacional, local e internacional); abordando numerosas temáticas, utilizando múltiples instrumentos y llegando a distintos territorios. Cómo conectarlas, escalarlas y medirlas para evidenciar un impacto sistémico es hoy nuestro principal desafío.

Por ello, serán cuatro las líneas estratégicas que guiarán nuestro camino nexos+1

- ▢ Identificaremos nuevas iniciativas de impacto y las visibilizaremos por distintos medios para que lleguen a un mayor número de personas.
- ▢ Identificaremos y estudiaremos modelos colaborativos multiactor que van logrando resolver problemas específicos, entendiendo su impacto positivo, que será medido de acuerdo a los ODS y las NDC del Acuerdo de París.
- ▢ Trabajaremos en identificar nuevos +1 y elevar el nivel de conciencia de un número mayor de personas en Latinoamérica y así lograr que emprendan acciones sostenibles.
- ▢ Orquestaremos soluciones integradas entre actores diversos en relación a retos comunes y promovemos que cada vez más empresas se comprometan a ser carbono neutrales y sus metas estén alineadas con la ciencia.

¿POR QUÉ NO TE DEBES PERDER NEXOS+1?

NO ES UN EVENTO

No somos un evento, sino una plataforma de **acción climática** que promueve la generación de conexiones para una verdadera transformación global, que nos permita construir un mundo mejor para todos.

135.664
comunidad+1

miembros de la comunidad transformadora +1 a nivel regional

REUNIMOS PERSONAS INSPIRADORAS PARA LOGRAR ACCIÓN Y TRABAJO COLABORATIVO

Más de 1,500 actores clave del ecosistema de la sostenibilidad de los sectores públicos, privado, emprendimiento, academia, sociedad civil y cooperación internacional han participado en nexos+1. Sabemos que sólo es posible innovar cuando diversos puntos de vista se reúnen, por lo que buscamos conectar innovadores sostenibles de todo el mundo.

1500
actores

clave del ecosistema de la sostenibilidad

APRENDIZAJE E INSPIRACIÓN

Es una oportunidad para conocer historias de nuevos negocios, emprendimientos y casos de transformación (personal y empresarial) del Perú y el mundo, además de las nuevas tendencias políticas, tecnológicas y financieras que te permitirán estar informado sobre lo que ocurre en el mundo de la sostenibilidad. Tenemos espacios de aprendizaje, inspiración y conexión. nexos+1 es una experiencia imperdible seas director, CEO, gerente o jefe de Responsabilidad Social.

4
etapas

de aprendizaje e inspiración, en dos días con más de 40 expertos regionales

SOMOS UN ESPACIO COHERENTE CON LO QUE PROMOVEMOS

Tomamos todas las medidas posibles para reducir la producción de residuos, gestionarlos (recuperando los orgánicos y los reciclables) y garantizar que se **descartan de la forma correcta** (**Sinba**). Además, medimos y compensamos la **huella de carbono** (**Regenera**), siendo nexos+1 un evento **carbono neutral**. Finalmente, contamos con obsequios (**FUB**), materiales y hasta muebles hechos con material reciclado (**Cartonizers**), promoviendo la sostenibilidad y a los emprendedores que lideran estas iniciativas.

SOMOS LA PLATAFORMA REFERENTE EN TEMAS DE SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO EN LATINOAMÉRICA

Nuestro sueño lo aterrizamos. Reunimos a diferentes actores alrededor de un propósito: solucionar problemas complejos con triple impacto (social, económico y ambiental), así como evidenciar el trascendente rol del sector privado para enfrentar este gran desafío del cambio climático. Buscamos facilitar la generación de lazos para lograr enrumbar el planeta hacia un horizonte más sostenible, generando conciencia que se traduzca en acción colectiva y concreta.

2.2
millones

Alcance nexos+1 a nivel latinoamericano

POSICIONAMIENTO Y VISIBILIZACIÓN

Grandes marcas y pequeños emprendimientos son visibilizados a través de nuestras redes y en diversos espacios de la plataforma de nexos+1. Además, pueden estar presentes en nuestro «Mercado de Ideas» para mostrar sus iniciativas, productos y/o servicios, explorar oportunidades y construir alianzas con otros actores de la sostenibilidad

NETWORKING SOSTENIBLE

Importantes alianzas y conexiones pueden nacer en nexos+1. Las redes de contacto generadas en la plataforma te permitirán conocer nuevas perspectivas, conectar con personas, empresas e incluso inversores en los diversos espacios de networking que se generan todo el año. Buscamos que crezca cada día el movimiento +1 para lograr un mayor impacto positivo.

LOS +1 SABEMOS QUE
NO PODEMOS AFRONTAR

LOS GRANDES DESAFÍOS GLOBALES SON LOS

NEXOS+1 FUE CREADO PARA
JUNTAR A TODOS ESOS +1

María Paz Cigarán
Libélula (Perú)

nexos+1 es una plataforma de:



12 años siendo expertos en cambio climático y comunicación
en Perú y Latinoamérica

Inicia tu viaje a la sostenibilidad en:

www.libelula.com.pe

info@libelula.com.pe / (511) 480 0078