

SEMINARIO 23 de agosto de 2005

# EL MANAGEMENT RESPONSABLE CÓMO DISEÑAR UN BALANCE SOCIAL

El desafío corporativo de integrar la información social en los procesos financieros y de toma de decisiones de negocios.

Cómo medir el impacto y los retornos de la inversión.

## ORADORES NACIONALES E INTERNACIONALES



■ **Ernst Ligteringen**, el número uno de la Global Reporting Initiative (GRI), organización líder mundial que consolidó un cuerpo de indicadores de sostenibilidad aplicable en grandes, medianas y pequeñas empresas. Estos lineamientos son de uso voluntario e informan sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de las actividades, productos y servicios de las compañías. Recibe el apoyo de las Naciones Unidas



■ **Itziar Castello Molina**, Senior Adviser del Institute of Social and Ethical Accountability, una organización internacional sin fines de lucro que lidera la promoción del diálogo entre aliados de empresas, la sociedad civil y el sector público alrededor del mundo. Creadora de normas mundialmente reconocidas para rendición de cuentas de las empresas ante sus grupos de interés, entre ellas la certificación AA1000.

■ **Ignacio González García**, vicepresidente primero de IDEA y síndico del diario La Nación

## MÁS CASOS DE MEJORES PRÁCTICAS

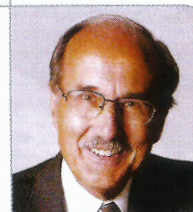
■ **ARCOR**

**Claudio Giomi**, coordinador de Relaciones con la Comunidad de Arcor y gerente de la Fundación Arcor



■ **NATURA**

**Mauricio Bellora**, director de Natura Latinoamérica  
**Rodolfo Witzig Guttilla**, director de Asuntos Corporativos de Natura Brasil



■ **Moderador del debate**

**Adolfo Sturzenegger**, economista graduado en la Universidad Nacional de La Plata y de la Universidad de Harvard, que desarrolló una estructura a fin de realizar un índice de sustentabilidad para las empresas argentinas.

Auspician

**HSBC**

**Andreani**



SEMINARIO 23 de agosto de 2005

# EL MANAGEMENT RESPONSABLE CÓMO DISEÑAR UN BALANCE SOCIAL

# VALOR

s o s t e n i b l e  
EDUCACIÓN EJECUTIVA

## TEMARIO GENERAL DEL SEMINARIO

- ✓ Definición de objetivos y expectativas del balance social: qué debe informar, cómo y a quién.
- ✓ Cómo involucrar a los departamentos internos de su compañía en el proceso de confección del balance.
- ✓ Certificaciones e indicadores de sostenibilidad nacionales e internacionales. Entre ellos, la AA 1000.
- ✓ Medición de logros e impacto social.
- ✓ Cómo identificar a sus grupos de interés —accionistas, empleados, clientes, consumidores, proveedores, comunidad— y sus necesidades, y entablar un diálogo y compromiso de largo plazo con ellos. Sepa por qué es necesario comprometerlos en el trazado del balance.
- ✓ Estrategias para conciliar el mandato de los accionistas con el mandato social.

### TARIFA SEMINARIO

Suscriptor\*  
**\$ 590**

No Suscriptor  
**\$ 690**

Inscribiéndose  
ANTES DEL  
9 DE AGOSTO

Suscriptor\*  
**\$ 490**

No Suscriptor  
**\$ 590**

### 20% de descuento para miembros

■ Endeavor ■ Interrupción ■ Valos



Además, abonando con  
**The Corporate Card**  
obtendrá un 15% de descuento  
y hasta 12 cuotas.

Los precios no incluyen IVA.  
\*Suscriptor de la revista Valor Sostenible.

FORMAS DE PAGO ■ Tarjetas de crédito ■ Cheque

Suscríbase a

# VALOR

s o s t e n i b l e



La primera revista que apunta a la creación de valor económico, público y social para líderes de negocios

# 10 Ediciones = \$136

Precios diferenciales en los  
ciclos de seminarios de  
Valor Sostenible

DESCUENTOS ESPECIALES PARA MIEMBROS:

■ Endeavor ■ Interrupción ■ Valos

FORMAS DE PAGO

■ Tarjetas de crédito ■ Cheque

Auspician



Call center



Para recibir más información  
o inscribirse llámenos de  
lunes a viernes de 9 a 19 hs al:

# (54-11) 5520-0035

o vía mail: [valorsostenible@clienting.com.ar](mailto:valorsostenible@clienting.com.ar)