

EL ABC DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)



CRÉDITOS

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social – CERES

Dirección: Av. Colón 1346 y Foch
Ed. Torres de la Colón
Teléfono: (593-2) 2524 911 / 2525 833
comunicacion@redceres.org
www.redceres.org

PRODUCIDO POR

Consortio Ecuatoriano para la
Responsabilidad Social – CERES
Alfredo Recalde, Consultor.
Ramiro Alvear, Director Ejecutivo.

EDICIÓN

Mantis Comunicación
Carlos Salvador

REVISIÓN

Ramiro Alvear, CERES.
Alejandra Troya, CERES.
Sofía Guerrero, CERES.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Mantis Comunicación
mantis@mantis.com.ec

IMPRESIÓN

Mantis Comunicación
1000 ejemplares
1era Edición / Septiembre 2008

Quito-Ecuador



INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

CERES, es una red de empresas y organizaciones que promueven el concepto y las prácticas de responsabilidad social en el Ecuador.

Sus miembros provienen de distintas regiones del país, representan diversos estilos y trabajan en conjunto por resolver los problemas de desarrollo de la sociedad ecuatoriana para construirla como una comunidad democrática, sustentable y solidaria.

El objetivo de CERES es promover entre sus miembros y en la sociedad ecuatoriana la aplicación de políticas, conceptos y prácticas de responsabilidad social para alcanzar el desarrollo sostenible del Ecuador.

Misión

CERES promueve el concepto y las prácticas de la responsabilidad social, a través de un grupo de organizaciones fortalecidas y comprometidas con el desarrollo sostenible del Ecuador.

Visión

CERES pretende llegar a ser una asociación sin fines de lucro, de alto impacto social, convertida en el referente nacional en el campo de la responsabilidad social.

Objetivos

- Fortalecer la capacidad institucional de Ceres y de las organizaciones miembros para la promoción, el conocimiento y la aplicación de políticas y programas de responsabilidad social;
- Impulsar la interlocución y el establecimiento de acuerdos entre sectores públicos y privados, nacionales e internacionales, tendientes a definir y poner en marcha programas de responsabilidad social;

- Incidir en la legislación y en la formulación de políticas públicas que promuevan el ejercicio de la responsabilidad social en el Ecuador;
- Fortalecer y desarrollar la capacidad de organizaciones interesadas en promover y practicar la responsabilidad social en el Ecuador.

OPORTUNIDADES QUE INVOLUCRAN SER PARTE DE CERES

Acceso a información

CERES proporciona a sus miembros información, desarrollos recientes, tendencias en el área de la responsabilidad social, novedades y experiencias de las empresas y organizaciones en Ecuador y el exterior.

Capacitación

CERES ofrece módulos de fortalecimiento y capacitación orientados a aumentar las habilidades profesionales y conocimientos de sus miembros, facilitados por expertos nacionales e internacionales.

Vínculos profesionales y de colaboración

Las actividades y eventos de CERES buscan proporcionar a sus miembros la oportunidad de establecer vínculos con sus colegas en otras organizaciones, tanto nacionales como del exterior, de compartir información, ideas, experiencias y estrategias, y de construir relaciones de colaboración.

Un puente con otros sectores y actores

CERES ha establecido alianzas nacionales e internacionales que afianzan su capacidad institucional y sus miembros.

EL *ABC* DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO CONCEPTUAL DE LA RSE	7
3. EVOLUCIÓN DE LA RSE	11
4. LA RSE EN EL ECUADOR	13
5. BENEFICIOS DE LA RSE	17
6. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS Y ÁREAS TEMÁTICAS	19
7. REPORTE O BALANCE SOCIAL	43
8. ESTÁNDARES GENERALES SOBRE LA RSE	47



1. INTRODUCCIÓN

Este documento contiene información sobre el marco conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), los principales términos asociados con ella, la evolución de la RSE, su situación actual en el Ecuador; y las acciones necesarias para desarrollar y posicionar el concepto como instrumento importante de la gestión empresarial.

Además, se enfocarán los beneficios de la RSE, se identificarán cuatro grupos de interés y cuatro áreas temáticas con estrecha relación con la RSE, el reporte de sostenibilidad, y los principales estándares generales sobre RSE.

En la preparación de este documento se utilizó información de varios trabajos, entre ellos el ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo; Acción Empresarial de Chile; ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo, de Perú 2021; y Manual de Contenidos de RSE de Forum Empresa.



2. MARCO CONCEPTUAL DE LA RSE

El concepto de RSE sigue en construcción y aún sigue en desarrollo. Por ello se vincula este concepto con términos como sustentabilidad, sostenibilidad, ciudadanía corporativa global, triple cuenta de resultados, y otros que no significan exactamente lo mismo, aunque se relacionan con la RSE. De todas formas, instituciones empresariales tanto nacionales como internacionales otorgan al concepto una connotación operacional.

A continuación algunas definiciones que estudiosos e instituciones han dado a la RSE. Esto como referencia para identificar al término acorde a nuestra realidad nacional.

ORGANISMOS INTERNACIONALES Y EXTRANJEROS.

• UNIÓN EUROPEA:

UNIÓN EUROPEA



“Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

• BUSINESS IN THE COMMUNITY- U.K. Y MIEMBRO DE CSR EUROPE:



“La RSE es entendida generalmente como la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido”.

• FORUM EMPRESA, BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY (BSR) Y ACCION EMPRESARIAL:



“Una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”.

• **WORLD BUSINESS COUNCIL ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD):**



World Business Council for Sustainable Development

“Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

TEÓRICOS DE LA RSE.

• **HENRY MINTZBERG:**



“La consideración voluntaria del bien público y social, a la par del bien económico y privado”.

• **PETER DRUCKER:**



“Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es la responsabilidad social”.

• **RICHARD DAFT:**



“La obligación de la gerencia de tomar decisiones y emprender acciones para que la organización contribuya al bienestar e interés de la sociedad y de ella misma”.

En conclusión, la RSE es un instrumento de la gestión empresarial con una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, el social y el ambiental, así como la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.

Cabe reiterar que la empresa ejecuta voluntariamente la RSE y que esas acciones, sobre todo aquellas de carácter legal y que enmarcan actividades de índole económica, social y ambiental, deben ir más allá de lo que establece el marco jurídico ecuatoriano.

Otros conceptos que se utilizan como sinónimos de la RSE son:

• **CIUDADANÍA CORPORATIVA.**

Considera a la empresa como si fuera un ciudadano, pero se debe tomar en cuenta varios elementos al momento de asociarla con la RSE. Uno de ellos es el que la empresa tiene derechos y responsabilidades no sólo referidos a la maximización de utilidades.

• **DESARROLLO SOSTENIBLE.**

“Es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas”.

• **TRIPLE LÍNEA DE ACCIÓN (TRIPLE BOTTOM LINE).**

Este concepto facilita operativizar la planificación, el seguimiento, control, evaluación y reporte de la gestión económica, social, y ambiental de una empresa u organización.



3. EVOLUCIÓN DE LA RSE

El análisis y discusión del concepto de responsabilidad social empresarial comienza formalmente en la década de 1950.

En su inicio, el concepto sugería que la empresa debía tomar en cuenta las implicaciones sociales derivadas de sus decisiones. En una segunda etapa se lo relacionó con la gestión empresarial. Posteriormente, se vinculó el concepto de RSE con el de dirección estratégica de la empresa y se analizó a los grupos de interés. En la etapa actual, el concepto de RSE se integra a la gestión de la empresa como un tema incluyente.

De todas formas, la RSE aún no tiene una definición consensuada. Dos posiciones divergen sobre la pertinencia de aplicar o no acciones de RSE dentro de la empresa. Una de ellas considera que la responsabilidad empresarial se limita a maximizar la utilidad de la empresa. La otra considera que la preocupación de la empresa, además de procurar beneficios económicos, debe prestar atención al entorno social y ambiental.

Esta última orientación la defiende Henry Mintzberg, un estudioso quien sostiene que las decisiones empresariales en el ámbito económico tienen repercusiones en lo social, línea de pensamiento que la comparte Peter Drucker, otro autor para quien la responsabilidad social empresarial es el compromiso que debe asumir la empresa para atender los efectos que sobre su público interno y externo haya causado su actividad.

Actualmente dos posiciones marcan el desarrollo del tema de la RSE a nivel mundial:

La de los Estados Unidos de América que enfoca el tema desde la óptica empresarial. Una posición pragmática liderada, entre otras organizaciones, por la Business for Social Responsibility entidad que agrupa a 1.400 socios, cuyos ingresos anuales alcanzan U.S\$. 1.5 trillones, y genera trabajo para seis millones de personas.

La otra posición es defendida por gobiernos, organizaciones de consumidores y empresas de países europeos. European Business Network for Social Cohesion, integrada por alrededor de 60 empresas y 18 organizaciones empresariales de ámbito nacional, es una de ellas. Esta posición tiene una perspectiva más humanista.

A nivel del continente americano, en 1.997 se creó Forum Empresa, organización integrada por cerca de 3.000 empresas, que trabaja por la promoción y desarrollo del tema en la región, y sostiene el criterio de que el sector privado debe contribuir al desarrollo de una economía más equitativa y sustentable.

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES, es el punto focal ecuatoriano de Forum Empresa.



4. RSE EN EL ECUADOR

El concepto de RSE es relativamente nuevo en el Ecuador, pero en los últimos años se ha reforzado su difusión, sobretodo por parte de CERES, la primera red nacional que agrupa a empresas, universidades, ONG's y otras organizaciones de la sociedad civil.

Pocas empresas han realizado actividades de responsabilidad social, e igualmente son escasas las fundaciones, ONG's pertenecientes a corporaciones, y organizaciones de la sociedad civil que desarrollan programas y proyectos referidos al tema.

Algunas de estas empresas u organizaciones han comenzado haciendo filantropía, es decir donación de dinero, bienes o servicios, generalmente producidos por la empresa a grupos de personas que demandan requerimientos específicos. La filantropía no establece ninguna relación formal entre la empresa y su entorno comunitario o social. La relación empresa-comunidad o empresa-sociedad es débil o inexistente.

Otras empresas han optado por la inversión social empresarial. A través de este mecanismo destinan recursos económicos o acciones para mostrarse amigables con la comunidad. Esto puede o no lograr mayor o menor relación y compromiso con ella. Por eso la empresa debe definir en el tiempo su relación con la comunidad.

En el país las empresas consideran que eficiencia, productividad y rentabilidad son importantes, pero al mismo tiempo saben que es necesario actuar con responsabilidad social, es decir maximizar los beneficios económicos y contribuir al bienestar de la comunidad y sociedad, simultáneamente.

Las empresas que deciden incorporar en su gestión empresarial actividades de RSE demandan capacitación en aspectos conceptuales, teóricos y metodológicos de la RSE.

A continuación puntualizamos algunas consideraciones generales acerca de la situación actual de la responsabilidad social en el Ecuador.



- Inexistencia de una estrategia y de una política pública en RSE.
- Marco jurídico público carente de suficiente explicitación del concepto de RSE.
- Ausencia de instrumentos y mecanismos nacionales para la planificación de la RSE.
- Poca información al empresariado sobre los beneficios que rinden planes de RSE.
- Poca sensibilización del empresario ecuatoriano sobre la importancia de la RSE.
- Insuficientes recursos económicos nacionales para financiar proyectos de RSE.

- Reducido número de proyectos ejecutados en RSE por parte del sector productivo.
- Bajo nivel de formación y capacitación del recurso humano en RSE.
- Escasos cursos de formación en RSE a nivel de pregrado, e inexistencia de cursos de formación a nivel de postgrado en la Universidad Ecuatoriana.
- Bajo nivel de estudios de base en RSE, en empresas e institutos de investigación.
- Poca participación de empresas y entidades productivas, de la Academia, del Estado, de la sociedad civil, y otras instituciones en el desarrollo de la RSE.
- Limitada cantidad de recursos económicos y técnicos internacionales y extranjeros para financiar y asesorar la ejecución de proyectos de RSE.
- Poco intercambio de conocimientos y experiencias de empresas e instituciones nacionales con organismos internacionales o extranjeros que trabajan en RSE.
- Falta de servicios, redes o sistemas de información en RSE, y bajo nivel de relación con servicios, redes o sistemas de información internacionales o extranjeros de RSE.
- Bajo nivel de desarrollo de bases de datos en RSE.

A continuación varias líneas de acción cuya implementación fortalecerá el desarrollo de la RSE en el corto y mediano plazo:



- Contar con una estrategia, con una política, y con instrumentos de política pública, de largo aliento, que fomenten el desarrollo de la RSE.
- Lograr la incorporación y/o explicitación del concepto de RSE en las leyes nacionales correspondientes.
- Preparar instrumentos de diagnóstico, planificación, evaluación, indicadores de gestión, entre otros medios de planificación que respondan a la realidad nacional.
- Informar y difundir entre el sector productivo la importancia de la RSE y los beneficios económicos que representan para la empresa.
- Crear fuentes permanentes de recursos económicos que provengan del sector privado y público para financiar programas y proyectos prioritarios de RSE.
- Preparar programas de RSE concertados entre empresa, Universidad y Estado.
- Desarrollar procesos de formación y capacitación de recursos humanos a nivel de directivos, técnicos empresariales, empleados y obreros; profesores universitarios; consultores; directivos de instituciones públicas; comunicadores sociales, y otros.
- Incorporar en las mallas curriculares de los programas de formación a nivel de pre-grado,

la cátedra de RSE; y, crear programas de postgrado en RSE.

- Fomentar la investigación y estudios de base en RSE desde una perspectiva sistémica, en torno a diferentes actores y sus relaciones: empleados, accionistas, consumidores y clientes, proveedores, comunidades, medio ambiente, instituciones públicas, sociedad civil, ONG's, sector productivo competidor, medios de comunicación, inversionistas y analistas financieros.
- Lograr una participación institucional de cámaras y asociaciones de la producción, universidades, instituciones públicas, sociedad civil, en el desarrollo de la RSE.
- Lograr la cooperación financiera y técnica de organismos internacionales y extranjeros de financiamiento que trabajan en RSE.
- Fortalecer la cooperación con organismos o redes internacionales o extranjeras que trabajan en RSE, a objeto de lograr transferencias de conocimientos, experiencias, programas, proyectos, estudios, metodologías, resultados, entre otros aspectos.
- Crear servicios, redes o sistemas de información general, sectorial y de otro tipo, en materia de RSE y establecer relaciones con sus similares internacionales.
- Crear bases de datos que contengan a empresas e instituciones públicas y privadas que trabajan en RSE; universidades y escuelas politécnicas que forman recursos humanos en RSE; institutos de investigación en RSE; empresas consultoras; auditores y consultores individuales; proyectos de desarrollo en RSE; proyectos de investigación; estudios de base; documentos técnicos elaborados, entre otros.



5. BENEFICIOS DE LA RSE

Cada vez son más las empresas beneficiadas al aplicar políticas y prácticas de RSE, y existen estudios en países desarrollados cuyos resultados demuestran impactos positivos de la RSE en la gestión corporativa. Por otra parte, las demandas de grupos de interés como el público interno, consumidores y clientes, proveedores, comprometen más a las empresas a mejorar su gestión tecnológica, económica, social y ambiental.

Aquí algunos beneficios que arroja la aplicación de actividades y proyectos de RSE:

5.1. REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS Y MEJORAMIENTO DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.

Los proyectos ambientales, en especial los de producción más limpia, muestran logros en la reducción de costos operacionales y mejoras en la administración financiera.

Lograr una producción limpia requiere cambiar materias primas, insumos y tecnología; optimizar la producción; tener buenas prácticas de organización; propender a la reutilización interna y modificar el producto. A cambio se obtiene una optimización en el uso de materias primas e insumos; mejoras en la eficiencia del proceso; reducción de residuos; y disminución en costos de tratamiento de efluentes y residuos.

Resultados del Centro Ecuatoriano de Producción más Limpia, CEPL, expuestos en el Primer Curso de Postgrado en Producción más Limpia del año 2002, señalan que en Quito la inversión de nueve empresas

en ese año fue de U.S.\$140.000 dólares, y el beneficio obtenido en el mismo año fue de U.S.\$369.000; mientras en Guayaquil la inversión de diez empresas fue de U.S.\$ 467.000 y el beneficio de U.S.\$ 2'000.000.

Cabe puntualizar que el monto promedio de inversión en Quito fue de apenas U.S.\$ 15.500, y en el caso de Guayaquil de U.S.\$ 46.700; y, el beneficio económico promedio fue de U.S.\$ 41.000 y de U.S.\$ 200.000, respectivamente. Se puede concluir de esta experiencia que la relación beneficio-costo fue de 2,6 en Quito y de 4,3 en Guayaquil.

5.2. MEJORA DE LA IMAGEN DE MARCA Y REPUTACIÓN.

Empresas que reducen la generación de residuos y los niveles de contaminación se tornan amigables con el ambiente, y del mismo modo, las que mejoran sus condiciones de trabajo y clima laboral mejoran su imagen y reputación.

Eso sucede en países más desarrollados que el nuestro, donde los consumidores no adquieren bienes o servicios a empresas que no son socialmente responsables. A esos consumidores les atraen empresas o marcas con buena reputación, algo que se fundamenta en políticas y prácticas de RSE. Esta situación determina un incremento en las ventas de estas empresas y atrae capital financiero.

Mas adelante se detallarán mas beneficios.



6. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS Y ÁREAS TEMÁTICAS

A. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS.

Una función importante en la gestión de la RSE la cumplen los grupos de interés (stakeholders), es decir personas, organizaciones y asociaciones a las que afecta la actividad de la empresa, o que afectan de una u otra manera a la misma.

Los grupos de interés se apoderan, principalmente de tres atributos:

- **Legitimidad:** La validez que tienen los requerimientos de estos grupos.
- **Poder:** La capacidad de estos grupos para producir efectos en la empresa.
- **Urgencia:** El requerimiento que exige respuestas inmediatas.

Los grupos de interés son internos y externos a la empresa.

En el plano interno se tiene a:

- Propietarios de la empresa (accionistas).
- Empleados y trabajadores.

A estos grupos de personas se les denomina público interno.

En el ámbito externo se tiene a:

- Clientes o consumidores.
- Proveedores.
- El Estado.
- La comunidad.
- Otros (medios de comunicación; distribuidores;

competidores; opinión pública; organizaciones de la sociedad civil; grupos de presión, etc.).

6.1. PÚBLICO INTERNO.



6.1.1. Conceptualización.

El público interno tiene una misión importante en la gestión de la responsabilidad social empresarial. Son quienes conforman la empresa y están agrupados en trabajadores, empleados, directivos, propietarios o socios de la empresa, contratistas, e integran organizaciones internas de la empresa como sindicatos, comités de empresa, grupos técnicos de trabajo, culturales, deportivos y de otra naturaleza.

6.1.2. Beneficios para la Empresa.

Las empresas que han implementado programas de RSE, considerando al público interno, obtienen importantes beneficios tales como:

1) Reducción de los costos operativos.

Una responsabilidad creciente y una mayor identificación

e integración de la empresa con su público interno, incrementa la eficiencia y productividad del recurso humano. La reducción de pérdidas operativas, ineficiencias productivas, y del tiempo ocioso, muerto, o de distracción, se logra, en especial, mediante actividades de capacitación.

2) Mejoramiento del clima laboral en la empresa.

Mediante el establecimiento de adecuados canales de comunicación al interior de la empresa, para evitar problemas, sobretodo laborales.

3) Otros beneficios en empresas que tienen programas de RSE enfocados al público interno son:

- Disminución del ausentismo laboral y de la rotación del personal.
- Incremento de la motivación del recurso humano.
- Mejoramiento de la eficiencia y productividad del trabajo.
- Mejoramiento de las relaciones interpersonales.
- Mejoramiento de la imagen de la empresa.
- Mejoramiento de la gestión financiera.
- Incremento del valor de la empresa.
- Desarrollo de la confianza y la lealtad del recurso humano.

Los beneficios para los empleados de aquellas empresas que cuentan con programas de RSE, se reflejan expresan en un mejoramiento de la calidad de vida familiar, mejores condiciones laborales, y un incremento de la motivación en la empresa.

El marco teórico y la experiencia ponen en evidencia que existe una relación directa entre la innovación en la empresa y el éxito empresarial.

6.1.3. Subtemas.

El tema del público interno está integrado, a su vez, por varios subtemas, entre ellos:

1) Subtema: General.

Se refiere a las relaciones entre empleados y directivos de la empresa, y a la forma cómo se manejan estas relaciones.

2) Subtema: Salud Ocupacional.

Inicialmente los programas de salud se centran en brindar primeros auxilios, y posteriormente en facilitar seguros de salud y reducir la incidencia de enfermedades laborales. Pocas empresas han ampliado el alcance del concepto hacia objetivos más amplios como el bienestar, que se traduce en la prevención de los problemas de salud.

La aplicación de estos programas incrementa la productividad, reduce el ausentismo, baja los costos del servicio de salud, y mejora la retención de los empleados.

3) Subtema: Seguridad Industrial.

Varias empresas en el Ecuador han desarrollado programas para incrementar y mejorar la seguridad de su mano de obra en el trabajo.

El público interno aspira que las empresas sean espacios de trabajo en donde la seguridad requerida sea atendida, y la RSE establece que las empresas respondan a estas demandas en el mismo sitio de trabajo y oportunamente.

4) Subtema: Equidad.

La RSE plantea que las empresas otorguen a toda persona similares oportunidades de empleo, así como igual tratamiento en acciones referidas a promociones, capacitaciones, medidas disciplinarias, entre otras.

La conducta empresarial debe enmarcarse en los acuerdos o convenios internacionales y en las leyes nacionales, que disponen el mismo derecho y oportunidades de empleo para todos los ciudadanos sin consideraciones de ninguna naturaleza. La RSE no establece ninguna discriminación en relación a la equidad laboral. Por el contrario, asegura iguales oportunidades de empleo a todas las personas.

5) Subtema: Trabajo Infantil.

La Organización Internacional del Trabajo, OIT, ha definido al trabajo infantil como el “trabajo realizado por niños menores de 12 años; trabajo realizado por niños menores de 15 años que impide asistir a la escuela; y, trabajo realizado por niños menores de 18 años que son peligrosos para la salud mental y física de los niños”.

En los últimos años las empresas han elevado su compromiso para eliminar el trabajo infantil, y aquellas en las que el trabajo infantil persiste están cambiando de actitud. Ello reduce o elimina la publicidad negativa y da a la empresa, sobre todo a la que orienta su producción al mercado internacional, una situación económica más sostenible.

6) Subtema: Desarrollo de Recursos Humanos.

Empleados y trabajadores conforman el capital humano de la empresa. Algunas de ellas han insertado en su estructura organizacional una unidad de Recursos Humanos, que se encarga del desarrollo de este importante factor de la producción, de su capacitación, de la administración de beneficios para el personal, y de la contratación de nuevos empleados.

Una empresa que trabaje con un programa de RSE y, específicamente, con un programa de desarrollo de su recurso humano, encuentra como respuesta inmediata el compromiso del mismo con su actividad laboral; una actitud proactiva y una respuesta positiva que se traduce en un mejoramiento de los niveles de eficiencia y productividad.

La empresa que cuenta con un programa de RSE y con uno de desarrollo de su recurso humano, logrará mayor grado de fidelidad por parte de su personal.

Según la concepción de la RSE, el capital humano es un factor fundamental de la empresa por su capacidad, conocimiento, experiencia, esfuerzo y mística en la actividad productiva; sin ese concurso, la gestión empresarial perdería el valor que la sociedad le asigna. Por ello debe ser incorporado en el plan estratégico de la empresa.

7) Subtema: Políticas y Prácticas de Despidos.

La empresa que aplica la gestión de la RSE debe definir una apropiada política de despidos, que sea equitativa, eficaz, y responda tanto a los intereses de la empresa como a los derechos de los empleados, tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- Los puestos o cargos imprescindibles dentro de la empresa.
- La información necesaria.
- Las formas de apoyo a los empleados despedidos.
- La nueva situación para los empleados que continúan en la empresa.
- La capacitación continua para este personal.
- Otras.

La globalización a la que se enfrenta la economía ecuatoriana causa el cierre de muchas plantas o ciertas líneas de producción y ello genera despidos y desempleo. La empresa que tiene un programa de RSE debe mirar esta realidad desde una perspectiva de largo plazo, y reconocer que el capital humano al que capacitó y que adquirió experiencia, es una verdadera inversión para la empresa que se debe cuidar.

Si bien los despidos o la tercerización resuelven problemas financieros coyunturales, en el mediano y largo plazo puede haber afectación para la empresa que perdió parte de un capital humano en el que invirtió, y que puede traducirse en pérdida de productividad y competitividad al incrementarse los costos operativos.

Aquellas empresas que por asuntos de permanencia en el mercado tienen que tomar decisiones terminantes que impliquen despido de personal, deben hacerlo en base a un criterio de equidad, justicia y transparencia.

8) Subtema: Derechos Humanos.

Los derechos humanos engloban aspectos importantes en las relaciones entre la empresa y sus empleados,

contratistas, clientes, y la comunidad. Se refieren a los derechos de las personas a los que la actividad empresarial puede afectar positiva o negativamente.

El Pacto Global de la ONU, ha fijado la política de las empresas sobre dos principios importantes: deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia; y, deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de esos derechos.

La empresa que acoge la filosofía y los principios de la RSE, pero además los practica mediante la implementación de programas participativos que promuevan y respeten los más elementales derechos humanos, se beneficiará de lo siguiente:

- Preservación del capital humano.
- Reconocimiento de la comunidad al respetar el marco legal.
- Exoneración de sanciones relacionadas con el abuso del recurso humano.
- Supresión de campañas negativas y boicots internos o externos a la empresa.
- Incremento de la eficiencia y productividad de los empleados.
- Satisfacción de demandas sociales y humanas del consumidor internacional, cuando se trate de una empresa cuyo mercado es el internacional.
- Contribución a mejorar el bienestar de la comunidad donde desarrolla su actividad la empresa.

9) Subtema: Compensación Justa.

La ley ecuatoriana dice que el salario mínimo vital debe resolver las necesidades básicas del trabajador, es decir, un salario que cubra necesidades mínimas básicas de alimentación, vivienda, salud, educación, y transporte.

La empresa que tiene un programa de RSE debe procurar que la remuneración de sus empleados y

obreros cubra las necesidades básicas del empleado y su familia y, que al mismo tiempo eso no impacte negativamente en el nivel de empleo y la productividad.

Un sueldo y salario justo que cubre las necesidades básicas del personal y su familia, posibilitará que éste trabaje sin preocupaciones y alcance altos niveles de eficiencia y productividad, lo cual se traduce en más altos niveles de rentabilidad para la empresa.

La RSE se conceptualizó como una estrategia de negocios en la que la empresa obtiene beneficios de su gestión productiva. Esto permite atender requerimientos financieros de sus empleados mediante programas competitivos de remuneraciones.

A nivel macroeconómico, es más difícil viabilizar un desarrollo económico sostenible en una economía de mercado, si no se les entrega mayores ingresos a los trabajadores.

Las empresas que trabajan con una estrategia de RSE, deben aplicar una apropiada política de remuneraciones y compensaciones justas que estudie el mercado laboral; que defina su enfoque con la participación del público interno directamente involucrado, y establezca su incidencia económica, para fijar mecanismos de compensación salarial.

10) Subtema: Conciliación Vida Laboral y Familiar.

Un punto de equilibrio entre la responsabilidad laboral y la familiar, eleva la calidad de vida de las personas. Esto es importante considerar en la gestión de la RSE, este aspecto adquiere mayor relevancia cuando en el grupo humano que conforma el público interno de una empresa existe una importante presencia femenina.

Para lograr la referida conciliación se debe:

- Construir una empresa comprometida con la conciliación entre vida laboral y familiar.
- Aceptar que la conciliación trabajo-familia beneficia a la empresa y sus empleados.

- Aceptar que los empleados trabajan más y mejor cuando logran un adecuado equilibrio entre el trabajo y su familia.
- Reconocer que la responsabilidad de empresa y empleados es compartida frente al análisis, discusión y búsqueda de soluciones a problemas relacionados con el entorno laboral y familiar.
- Diseñar y aplicar políticas e instrumentos de política prácticos que contribuyan a resolver requerimientos concretos de la empresa y de sus empleados.
- Informar a los empleados, por parte de la empresa, de su compromiso con las medidas de conciliación trabajo-familia.

La empresa puede y debe ejecutar varias medidas para contribuir al fortalecimiento de la relación trabajo-familia. Entre ellas, permisos por asuntos familiares, servicio de guardería, de alimentación, de transporte, préstamos emergentes, entre otras.

11) Subtema: El Pacto Global.

El Pacto Global (Global Compact) es un compromiso ético que las empresas de los países incluyen voluntariamente en su estrategia y operaciones. Fue instaurado en el año 2000 y son diez principios de conducta y acción en el campo de los derechos humanos, trabajo, medio ambiente, y lucha contra la corrupción que las empresas deben aplicar:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.
2. Asegurarse de que sus empleados no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
3. Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo.
7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

6.1.4. Normativa Legal Internacional.

A. Herramientas disponibles

1. Certificación Ética. Forética. Norma de Empresa SGE 21. <http://www.foretica.es/rse/?accion=evaluacion>
2. SA8000. <http://www.cepaa.org/SA8000/SA8000.htm>
3. Herramienta Juego de Negocios. British Tobacco <http://www.btplc.com/Societyandenvironment/Businessgame/index.htm>
4. O.H.S.A.S. 18000: www.standardsdirect.org/ohsas.htm
5. Ranking Great Place to Work.

B. Bibliografía y sitios de interés

1. OIT. Organización Internacional del Trabajo. <http://www.ilo.org/>
2. Clase de Calidad de Vida Laboral. Acción RSE.
3. Documento 'Pensamiento Original'. British Tobacco <http://www.btplc.com/Societyandenvironment/Originalthinking/sustainabledevelopment.pdf>
4. Derechos Humanos. <http://209.238.219.111/Company-policies-Examples.htm>

5. BSR – Lugar de Trabajo.
<http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48814>
6. Portal de Mi Pyme de El Salvador.
<http://www.infomipyme.com/Main.ASP?T=P&P=2123>
7. Declaración del MERCOSUR sobre los Derechos Sociolaborales.
<http://www.mercosur-comisec.gub.uy/INDEXComisec/MercosurBasicos/Documentos/DeclSocioLaboral/declaracion%20sociolaboral%20espanol.html>
8. El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

C. Organizaciones que trabajan el tema

1. European Foundation for the improvement of living and working conditions
<http://www.eiro.eurofound.ie>
2. BSCI
<http://www.bsci-eu.org/content.php>

6.2. MERCADEO (CONSUMIDORES Y CLIENTES).



6.2.1. Conceptualización.

El mercadeo no se limita a las actividades de venta y publicidad, sino que incorpora actividades como la investigación de mercado, el precio, la publicidad y distribución.

A través del mercadeo se conoce las necesidades y deseos de los consumidores en relación a un determinado bien o servicio, así como las condiciones en que el cliente estaría dispuesto a adquirirlo.

Un plan de mercadeo permite a la empresa determinar su ingreso o no a un mercado específico; posibilita que el personal se empodere de los objetivos de la empresa; y anticipa la conducta del consumidor para responder a su demanda oportunamente.

6.2.2. Beneficios para la Empresa.

Algunos aspectos importantes del mercadeo tienen relación con la RSE, entre ellos:

- 1) Integridad de la fabricación y calidad del producto.
- 2) Información del producto, etiquetado y empaquetado.
- 3) Comercialización y publicidad.
- 4) Practicas de venta.
- 5) Distribución y acceso.
- 6) Precios.

1) Integridad de la fabricación y calidad del producto.

Procesos de producción limpia, entre los que debe considerarse al ecodiseño de productos, son necesarios para que la empresa reduzca el impacto ambiental negativo y logre un proceso productivo sustentable respecto al uso de materias primas e insumos.

El proceso de internacionalización de la economía ha impulsado al sector productivo ecuatoriano, sobre todo al que orienta su producción al mercado internacional, a incorporar en su gestión empresarial, aspectos importantes como la gestión tecnológica, la gestión de la calidad y la gestión ambiental.

Esto como respuesta a exigencias de los consumidores de países desarrollados, sobre características como años de vida útil de los productos; seguridad de su consumo en públicos como niños, ancianos y minusválidos; el impacto ambiental generado en su producción; su disposición final; y posibles consecuencias de su uso en el largo plazo.

2) Información del producto, Etiquetado y Empaquetado.

La empresa debe proporcionar información necesaria respecto a las características del producto que vende, y al grado de inocuidad y contaminación de las materias primas e insumos utilizados. Consumidores, organizaciones de la sociedad civil, clientes internacionales y nacionales, y autoridades exigen información detallada y veraz sobre los procesos de producción, contenidos de los productos y fuentes de materias primas.

El ejemplo de los sellos verdes evidencia ésta exigencia. El mercado internacional ha comenzado a reclamar, además, cierto tipo de certificación sobre el ambiente de trabajo y condiciones laborales en las que se producen ciertos bienes.

Finalmente, por iniciativa de las propias empresas, o por presión de grupos de la sociedad civil, se aplican programas que minimizan el uso de empaques, lo que reduce costos y generación de residuos. Esto ha llevado a las empresas a desarrollar programas de ecodiseño y de reutilización y reciclaje de empaques que sean biodegradables.

3) Comercialización y Publicidad.

Las empresas deben publicitar sus bienes y servicios con ética, transparencia y sin discrimen de ninguna naturaleza. No se debe, por ejemplo, abusar de la exposición de menores de edad en publicidad. Ésta no debe afectar a la sensibilidad de determinados grupos humanos, para no crear en ellos imágenes negativas.

Son varios los desafíos que en cuanto a publicidad y comercialización de bienes y servicios enfrentan las empresas. Uno de ellos es el análisis de la publicidad que hacen determinados grupos de interés, principalmente consumidores de organizaciones no gubernamentales, autoridades locales y nacionales, y de los medios de comunicación.

Finalmente, está desarrollándose el marketing social una práctica en la que empresas productoras de bienes o servicios hacen alianzas con organizaciones

que hacen asistencia social, para apoyar a grupos humanos necesitados o desprotegidos, o colaborar con iniciativas en el tema ambiental o de derechos humanos.

4) Prácticas de Venta.

La empresa a través de sus vendedores debe asumir una apropiada política de ventas. Su personal no debe presionar la venta; debe informar debidamente sobre el producto. El vendedor es el representante de la empresa frente al cliente y por ello debe actuar con mucha transparencia, mucha honestidad, y asumir un comportamiento ético para generar credibilidad en los consumidores.

5) Distribución y Acceso.

Las empresas desarrollan actualmente procesos de diversificación y diferenciación de su producción de bienes o servicios, para lo cual tienen que mejorar los mecanismos de distribución. El acceso, indudablemente, está directamente relacionado con el precio de los bienes y servicios.

Debe propiciarse el establecimiento de mercados competitivos que eliminen las estructuras monopólicas u oligopólicas que en varios bienes y servicios se han consolidado en el país y que fijan, en varios casos, de manera arbitraria los precios.

6) Precios.

Existen experiencias internacionales, cada vez crecientes, en las que empresas productoras de bienes y servicios bajan sus precios de medicamentos o alimentos, por ejemplo, para combatir enfermedades graves o situaciones de desnutrición en países donde el precio de las medicinas o alimentos es inaccesible para sus habitantes. Hay casos en los que cadenas de súper mercados de países desarrollados pagan precios más altos por productos vegetales orgánicos provenientes de países en desarrollo, para contribuir a mejorar la calidad de vida de los trabajadores de los países pobres.

6.3. PROVEEDORES.



6.3.1. Conceptualización.

Los proveedores abastecen de bienes o servicios a la empresa, clientes o consumidores. Es importante considerar a las cadenas de abastecimiento que cumplen una importante función desde el punto de vista económico, social y ambiental, al reducir o eliminar barreras, a la par que más proveedores ejecuten actividades de la gestión de RSE.

El sector productivo paulatinamente se da cuenta de que es conveniente incorporar la RSE a su estrategia de desarrollo empresarial; y la comunidad ve con interés que la empresa se preocupe por contribuir a la solución de los problemas del desarrollo mediante acciones de RSE, como ética de negocios. A su vez, la empresa está cada vez más conciente de que para su propio interés y el de la cadena de proveedores a la que pertenece, es necesario que éstos se manejen con la estrategia de RSE.

La empresa no es la única responsable por la calidad del producto, en cuanto a buenas prácticas de manufactura y respeto al marco legal ambiental, sino todas y cada una de las empresas proveedoras que integran la cadena productiva y de comercialización.

Las empresas productoras de bienes y servicios deben desarrollar procesos en los que exijan a sus proveedores sujeción a las normas y aplicación de códigos de conducta que beneficien a todas las unidades productivas de la cadena.

6.3.2. Beneficios para la Empresa.

Los proveedores que incorporan la filosofía de la RSE obtienen importantes beneficios:

- Perfeccionan la calidad de su producción, al incorporar mejoras continuas en la misma, por requerimientos de clientes que han aplicado la gestión de la RSE en sus empresas.
- Son considerados entre los mejores proveedores por la excelencia de su producción.
- Protegen el medio ambiente asegurando materias primas e insumos sustentables, si hay coordinación con proveedores y clientes en las cadenas de abastecimiento.
- Emprenden alianzas de RSE mediante servicios de asistencia a los clientes.
- Son eficientes al implementar la RSE en las cadenas de producción, elevando los niveles de productividad y ahorro al reutilizar y reciclar materias primas e insumos.
- Reducen riesgos de seguridad industrial y sanciones, debido a que la RSE demanda de los proveedores evaluaciones de riesgo en la cadena de abastecimiento de una empresa.

Una política de RSE en la cadena productiva y de abastecimiento logra cambios cualitativos en la producción ofertada; mejores niveles de eficiencia y productividad al reutilizar y el reciclar materias primas, insumos y materiales que a su vez reduce la generación de residuos; un mejoramiento de la imagen de las empresas que integran la cadena; una reducción de los riesgos de abastecimiento, entre otros.

6.3.3. Consideraciones Generales.

Evaluación y Monitoreo: La empresa debe diseñar un programa externo o interno de seguimiento, control y evaluación de los proveedores, llamado también programa de monitoreo. Éste evidencia en la cadena de proveedores los beneficios de implementar la

RSE. Si el monitoreo es externo lo hacen empresas consultoras especializadas, y si es interno pueden hacerlo representantes del público interno de la propia empresa.

El programa de monitoreo de proveedores debe establecer claramente los objetivos, el protocolo a seguir y hacer una apropiada selección de quién lo va a realizar, para fijar un adecuado mecanismo de comunicación. Finalmente, se deberá aplicar acciones correctivas y preventivas dentro de un esquema de mejoramiento continuo.

Proveedores y Público Interno: Las unidades productivas que integran las cadenas de productores y proveedores deben cumplir a cabalidad con el marco legal y ético laboral en relación con su público interno. Pagar a su personal sueldos, salarios, utilidades y beneficios conforme a lo dispuesto en las leyes laborales; dotar al personal de ambientes de trabajo seguros y sanos; permitir la libertad de asociación. No ejercer prácticas que afecten a empleados y obreros y sus familias.

Proveedores y Medio Ambiente: Las empresas que trabajan con la estrategia de RSE deben evidenciar que su proceso productivo y, paulatinamente, el de sus proveedores, son limpios y no generan o reducen al mínimo la contaminación ambiental.

El que los proveedores minimicen o eliminen la contaminación ambiental es preocupación de la empresa debido a que el consumidor final no visibiliza la cadena de proveedores que está por detrás. Solo ve el producto final sin conocer si para elaborar la materia prima e insumos se trabajó con tecnología y técnicas de producción limpia.

La empresa debe cuidar su imagen en el tema ambiental y exigir que sus proveedores, en toda la cadena, no contaminen el ambiente y respeten los marcos legales ambientales establecidos por la ley. Esto hará más competitiva a la empresa al incorporar valor agregado a sus productos.

La RSE en lo que se refiere al cuidado del medio ambiente, posibilitará que los proveedores puedan mejorar la calidad de sus productos, reduzcan costos

de producción, eleven la rentabilidad de la empresa, y mejoren la imagen de marca.

6.4. COMUNIDAD.



6.4.1. Conceptualización.

Es el grupo de personas que viven bajo ciertas reglas y que es afectado por la empresa.

Para fortalecer la relación empresa-comunidad, la primera se alía con la segunda a través de donaciones de dinero, bienes y servicios, o el desarrollo de proyectos en los que los empleados de la empresa participan como voluntarios, por mencionar un ejemplo.

En la actualidad, y sin descartar las donaciones de dinero, las empresas se alían a la comunidad mediante las acciones de voluntariado y el apoyo en el diseño y ejecución de proyectos de acción social, entre otras prácticas.

La RSE en la comunidad se traduce en varias actividades que la empresa realiza para elevar la calidad y nivel de vida de la comunidad en la que está inserta.

6.4.2. Beneficios para la Empresa.

La relación de la empresa con la comunidad genera importantes beneficios para la primera. Entre otros: mejoramiento de su imagen pública; mejoramiento de su imagen ante la comunidad; y, elevación del compromiso de sus empleados con la comunidad.

6.4.3. Subtemas.

6.4.3.1. Filantropía.

A continuación varios ejemplos de filantropía que las empresas hacen a la comunidad:

- 1) Donación de dinero en efectivo a la comunidad.
- 2) Donación de dinero en efectivo para un proyecto o actividad específica.
- 3) Donación de bienes o servicios producidos por las empresas, si procede.
- 4) Donación de equipos de computación o laboratorios a planteles educativos.
- 5) Donación a programas filantrópicos de nivel regional o nacional.
- 6) Donaciones pequeñas en dinero, descontadas por la empresa a sus empleados, para apoyo a personas o comunidades en situación de emergencia.

Filantropía y Acciones Sociales: En vista de que la RSE es una política global y estratégica de la empresa, ésta ha definido la manera de ejecutar acciones sociales o filantrópicas basadas en las siguientes consideraciones:

Crear una planificación estratégica de donaciones, para que en ese ejercicio la empresa fije su donación de acuerdo a la naturaleza de su actividad o giro del negocio.

Ampliar el ámbito espacial de sus donaciones superando, cuando sea posible y pertinente, el entorno cercano a la empresa a nivel regional o nacional.

Incorporar un conjunto de indicadores que midan el impacto de su contribución social.

Perfeccionar la aportación de recursos económicos a la comunidad, pasando de la donación coyuntural, a una participación en proyectos conjuntos de más largo aliento que se los ejecute junto a instituciones de la sociedad civil.

6.4.3.2. Programas de Acción Social.

Existen, básicamente, tres tipos de programas de acción social:

- Programas corporativos: La empresa dona dinero para proyectos u organizaciones no gubernamentales o dona equipos informáticos, muebles y enseres usados.

- Pequeños proyectos en los que participan los empleados de la empresa.

- Programas que se ejecutan mediante la donación o venta, al costo, de productos o bienes producidos por la empresa.

En los objetivos y metas de la empresa deben estar explícitas las acciones con la comunidad, y es importante asignar los recursos humanos, financieros, físicos y logísticos necesarios para la ejecución de los programas de acción social.

De igual forma, se debe incorporar a los empleados en las fases de programación de la acción social, para lo cual la empresa debe brindar todas las facilidades del caso y finalmente, se debe propiciar relaciones de largo aliento con los grupos de interés que participan en el desarrollo de los programas de acción social.

6.4.3.3. Voluntariado.

Mediante el voluntariado la empresa invierte recursos económicos en la comunidad y acuerda compromisos con organizaciones no gubernamentales para desarrollar proyectos sociales conjuntos, pero además ese voluntariado le da al empleado una alternativa de participación ciudadana para colaborar con la comunidad.

Tipo de Voluntariado: La empresa puede colaborar con la comunidad mediante el apoyo al diseño y ejecución de proyectos grupales de corto plazo, o permitiendo que sus empleados presten sus servicios a la comunidad en horas de trabajo. Otra forma es la colaboración del empleado con la comunidad mediante mecanismos parecidos al de comisión de servicio con sueldo.

Programa de Voluntariado Empresarial: Para que éste alcance los fines propuestos, debe considerar las demandas de la comunidad, la naturaleza y misión de la

empresa, y los intereses y capacidades de sus empleados. Preparar un programa de voluntariado es algo único y particular, basado en la naturaleza y características de cada empresa.

A continuación mencionaremos algunas actividades propias de un voluntariado de los empleados de la empresa, en su relación con la comunidad.

- Animar a que empleados de la empresa ofrezcan parte de su tiempo, habilidades, dones y talentos en beneficio de la comunidad.

- Facilitar que personal de la empresa, en horas de trabajo y sin descuento de su remuneración, realicen actividades sociales en organizaciones comunitarias.

- Conceder permiso a empleados de la empresa para que colaboren en organizaciones de la comunidad en proyectos o actividades comunitarias.

- Apoyar a que empleados de la empresa presten sus servicios en organizaciones de la sociedad civil para realizar trabajos específicos en beneficio de la comunidad.

6.4.3.4 Empoderamiento.

Puede entenderse como el incremento de la fortaleza económica, social, política y cultural de las personas/grupos de personas, o como el aumento, por parte de la comunidad, de su confianza en sus capacidades y potencialidades. El empoderamiento puede definirse también como el aumento de la autoestima de personas o grupos de personas que han sido marginadas de los procesos de toma de decisiones.

En relación a la RSE, el empoderamiento se refiere al rol que empleados y trabajadores de la empresa, reciben de ella así como de sus dueños y directivos, para manejar mayor cantidad de recursos y un más amplio campo de acción para servir mejor a la comunidad.

El empoderamiento se objetiviza en espacios específicos y sus procesos apoyan la consecución del desarrollo sustentable. Este proceso, demanda la incorporación de todos los actores de la comunidad.

Las personas y grupos de personas, en el marco de lucha contra la pobreza y la exclusión social, deben considerarse como actores importantes del desarrollo económico y participantes del proceso de toma de decisiones y de los beneficios de ese desarrollo.

El empoderamiento concebido de esta manera tiene en mira:

- Fortalecer las dimensiones económica, social, política y cultural de los individuos y grupos de personas de la comunidad.
- Posibilitar la participación de grupos de personas excluidos de los procesos de toma de decisión.
- Propiciar iniciativas que mejoren la calidad de vida de la comunidad.
- Orientar y asesorar a grupos y organizaciones de la comunidad.
- Asumir, si es necesario, la representación de la comunidad ante autoridades.
- Propiciar situaciones en las que personas y grupos humanos de la comunidad desarrollen sin limitaciones sus potencialidades.
- Fortalecer las capacidades locales de la población comunitaria y lograr que participen en las decisiones y beneficios de su desarrollo.
- Construir espacios de integración social a interior de la comunidad.
- Lograr que las personas y grupos de personas sean actores del desarrollo comunitario y no meros espectadores.

B. PRINCIPALES ÁREAS TEMÁTICAS.

6.5. GOBERNABILIDAD.



6.5.1. Conceptualización.

La gobernabilidad empresarial se relaciona con la forma cómo se gestiona y administra una empresa, y la manera en que se alcanza sus objetivos y metas. El concepto incorpora la relación con los grupos de interés tanto internos como externos a la empresa, y se refiere también, al estilo de dirección ejercido.

6.5.2. Beneficios para la Empresa.

La gobernabilidad empresarial es un activo valioso que incrementa notablemente el precio de la empresa en el mercado.

El hacer lo que la empresa debe hacer es tan importante como cumplir con el marco legal así como haber definido la misión, visión o los valores empresariales. Respetar el marco legal laboral, implementar una política laboral empresarial equitativa; y ser amigable con el ambiente y el entorno comunitario, determina que la empresa sea mejor valorada.

Al cumplir con lo mencionado, la empresa evitará incurrir en costos elevados por demandas laborales, costos ambientales, u otro tipo de sanciones que serían una pesada carga para la economía de la empresa.

La gobernabilidad empresarial, correctamente aplicada, genera los siguientes beneficios:

- Incrementa la lealtad y el compromiso de los empleados y trabajadores.
- Elimina o minimiza la acción de grupos de presión.
- Mejora la imagen y reputación.
- Evita el pago de multas y sanciones laborales.
- Evita el desembolso por reparaciones ambientales.
- Mejora la gestión financiera.

6.5.3 Subtemas.

De la gobernabilidad surgen cuatro subtemas importantes.

6.5.3.1. Código de Buen Gobierno.

Dimensión importante de la gobernabilidad empresarial es la ética empresarial, integrada por valores que guían la gestión empresarial. Entre otros cabe citar a la honestidad, transparencia, justicia, solidaridad, y respeto.

La ética empresarial demanda someterse a valores y principios que orientan el accionar permanente de directivos y empleados de la empresa, con la función llamada a cumplir con la cadena productiva.

Son varios los aspectos que identifican a una empresa gestionada éticamente:

- La alta dirección de la empresa actúa de conformidad con valores éticos iguales para todo el capital humano de la empresa.
- La acción por lograr la satisfacción de los grupos de interés como accionistas, directivos, empleados, proveedores, clientes y comunidad.
- La alta dirección se responsabiliza por su gestión.

Si para los directivos de la empresa pesa más el contrato legal que el contrato moral.

6.5.3.2. Código de Conducta.

Permite estructurar valores empresariales en función de los objetivos más importantes de la empresa. Previamente, se

debe definir las funciones de las diversas instancias organizacionales y las responsabilidades éticas que la empresa ha hecho suyas. Del mismo modo, es importante tener claros los principios en los que se fundamentan las responsabilidades éticas, y la forma en que se objetivizan.

El código de conducta es una ayuda para que el personal de la empresa resuelva problemas éticos. Este código es la directriz establecida por la empresa para desarrollar su actividad desde la perspectiva de la RSE.

6.5.3.3. Corrupción.

No existe una definición precisa sobre la corrupción. No sólo es el aprovechamiento del empleo público para el beneficio privado, sino que toma muchas formas tales como el fraude, la malversación, el soborno, la extorsión, el tráfico de influencias, entre otras. El consenso general de la opinión pública concuerda en que hay que eliminarla.

6.5.3.4. Transparencia.

La transparencia involucra un elevado grado de responsabilidad y visibilidad. Para ser transparente se necesita contar con definiciones claras. La transparencia constituye un principio guía que evita cometer errores, sobre todo cuando se asegura que todos entienden, de la misma manera, un determinado aspecto.

6.6. MEDIO AMBIENTE.



6.6.1. Conceptualización.

El medio ambiente es la relación entre los sistemas físico (aire, suelo, agua, clima), biológico (flora y fauna) y humano (características psicosociales de la población).

La definición de medio ambiente se relaciona con desarrollo; ello posibilita comprender los problemas ambientales en su vinculación con el desarrollo sustentable, a objeto de brindar una apropiada calidad de vida para las actuales y futuras generaciones.

La acción del ser humano se relaciona con los procesos de transformación ambiental que hacen posible que éste modifique sus características fundamentales.

6.6.2. Importancia para la Empresa.

Las materias primas e insumos utilizados por la empresa en su proceso productivo provienen de los sistemas físico o biológico del medio ambiente; de allí su importancia.

Un adecuado programa de prevención de la contaminación reduce costos de producción e incrementa el beneficio económico. El optimizar los procesos de producción y el uso racional de agua y energía reduce los desechos y minimiza los costos de producción.

Al reducir o reutilizar las materias primas e insumos, en la fuente, la empresa previene la contaminación; y al implementar cambios en los productos y en los procesos de producción la empresa disminuye el grado de contaminación en la fuente.

La imagen de la empresa ante la comunidad mejora al desarrollar acciones de ese tipo.

6.6.3. Subtema: Producción Limpia.

6.6.3.1. Conceptualización.

Es una estrategia económica, tecnológica, ambiental, preventiva e integrada a procesos, productos y servicios, tendiente a aumentar la eficiencia y reducir riesgos para la humanidad y el ambiente.

6.6.3.2. Consideraciones Generales.

Los procesos de globalización e internacionalización de la economía han puesto en evidencia la necesidad de que el sector productivo ecuatoriano sea más

eficiente, e incorpore mejoras tecnológicas; y que el Estado implemente medidas de política, principalmente económicas que lo posibiliten.

Por otra parte, la contaminación ambiental es un problema cada vez más grave, y una de sus causas es la contaminación del sector productivo sobre agua, suelo y aire. Las aguas superficiales receptan en buena medida, efluentes que en general son vertidos con poco o ningún tratamiento previo.

La preocupación del empresario en reducir los niveles de contaminación se centra en el tratamiento que realiza en la fase final del proceso productivo (“fin de tubo”). Es decir, se preocupa de qué hacer con los residuos y desechos generados en su actividad productiva, pero no en la reducción de los mismos que puede lograr al inicio del proceso productivo mediante reciclaje, recuperación y reutilización interna de materias primas e insumos, buenas prácticas de organización, operación y optimización de la producción, cambios en el producto, y cambios en la tecnología.

La responsabilidad de los gobiernos nacional y seccionales en materia de normatividad ambiental crece, y la legislación ambiental a nivel nacional y seccional es cada vez más exigente en cuanto a prevención, control y remediación ambiental, pero la legislación local no considera, de manera deseable, el concepto de prevención que está ligado directamente con el de producción más limpia.

El empresario no ha dado la debida importancia a la filosofía, estrategia y metodología de producción más limpia, basada en una gestión tecnológica, ambiental y financiera. Los procesos de producción más limpia llevan a un uso más eficiente de las materias primas, insumos y del proceso productivo, y a la reducción de residuos y desechos.

A nivel nacional e internacional está demostrado que los procesos de producción más limpia en el corto, mediano y largo plazo son altamente rentables y logran importantes beneficios financieros, al alcanzar más alta eficiencia en el proceso productivo, que determina una reducción en costos de producción, tratamiento y disposición de residuos.

El uso de tecnologías limpias debe considerarse una inversión, no un gasto. El valor de las inversiones en tecnologías limpias es pequeño frente al importante beneficio financiero y ambiental que se obtiene, y el periodo de recuperación de las inversiones se puede alcanzar, relativamente, en el corto y mediano plazo.

La reducción de los efluentes industriales reduce el costo de tratamiento de los mismos y, por lo tanto, el tamaño de las plantas de tratamiento. A esto se suma un mejoramiento de la imagen pública de la industria por su esfuerzo al proteger el medio ambiente.

Experiencias exitosas en Brasil, Colombia, y Chile, y experiencias importantes alcanzadas en el Ecuador, dan cuenta de que se han incrementado los niveles de eficiencia, productividad, competitividad y rentabilidad, gracias a una reducción de los costos de producción y a una mayor productividad de los factores de producción.

El Ecuador es un país cuyo desarrollo, particularmente industrial, es relativamente reciente. Aún no existe un grado de contaminación semejante al de países desarrollados, debido a que la empresa, particularmente la industrial, no trabaja con elevados volúmenes de materiales peligrosos, y por que no existen industrias altamente contaminantes como las de celulosa, petroquímica, siderúrgica, entre otras.

Este es el momento de actuar para no crear situaciones futuras en las que el costo de la remediación ambiental, sea superior al de la prevención. Es necesario que el Estado apoye la implementación de procesos de producción más limpia al interior de las empresas, basados en la sensibilización gerencial, en la capacitación a nivel directivo, mandos medios, empleados y obreros; y en la asistencia técnica a través de expertos.

6.6.3.3. Beneficios para la Empresa.

La producción limpia trae beneficios económicos, reduce la generación de residuos y causa menos daño al ambiente. Entre otras podemos encontrar las siguientes ventajas:

- Baja de costos y aumento de beneficios económicos gracias a la optimización en el uso de materias primas e insumos.
- Mejoramiento en la calidad de la producción.
- Mejoramiento en la eficiencia del proceso.
- Reducción en la generación de residuos.
- Disminución de los costos de tratamiento de efluentes y residuos.
- Mejoramiento de las condiciones de trabajo.
- Minimización de la polución.

6.6.3.4. Cómo Lograr Producción Limpia.

1) Aplicando cambios en materias primas e insumos.

- Al reducir o eliminar el uso de materias primas peligrosas como pigmentos con metales pesados, tintas y solventes clorados.
- Al utilizar materias primas más puras o de mejor calidad para evitar la incorporación de contaminantes en el proceso.
- Al utilizar materiales reciclados.

2) Optimizando la producción y la utilizando buenas prácticas de organización.

- Al reducir la pérdida de materias primas e insumos como la energía y el agua.
- Al colocar dispositivos para minimizar derrames, pérdidas y contaminación durante el transporte de piezas y materiales.
- Al programar la producción para reducir la necesidad de limpieza del equipo.

- Al mejorar la administración del stock de materias primas, insumos y productos para evitar su vencimiento o deterioro.
- Al realizar un mantenimiento preventivo para reducir el tiempo de parada de la planta.
- Al apagar la luz y los motores cuando no estuvieren en uso.
- Al evitar mezclar diferentes tipos de residuos.

3) Mediante la reutilización interna.

- Al reciclar dentro de la empresa aguas de refrigeración, aguas de proceso, solventes y otros materiales.
- Al recuperar energía donde sea posible.
- Al encontrar usos menos críticos para materias primas fuera de especificación.
- Al crear subproductos con los residuos generados.

4) Mediante el cambio de tecnología.

- Al cambiar equipo o cañerías para mejorar la eficiencia y el flujo de materiales.
- Al mejorar la automatización y el control de procesos para evitar productos de baja calidad o fuera de especificación.
- Al mejorar las condiciones del proceso como tasas de flujo, temperaturas, presiones y tiempo de permanencia, para reducir la generación de residuos.
- Al usar con mayor eficiencia agentes catalizadores en el proceso.
- Al utilizar procesos mecánicos de limpieza que eviten el uso de soluciones o solventes.
- Con la instalación de equipos de enjuague en contracorriente.

- Con la instalación de motores más eficientes y controladores de velocidad en bombas, para reducir el consumo de energía.

5). Mediante el cambio en el producto.

- Al reformular productos para reducir el impacto ambiental cuando sea utilizado por los consumidores.
- Al aumentar la vida útil de los productos.
- Al facilitar el reciclaje al eliminar partes o componentes no reciclables en los productos.
- Al proyectar o diseñar productos que puedan ser desmontados y reciclados.
- Al eliminar embalajes innecesarios.

6.7. MARKETING RESPONSABLE.



6.7.1. Conceptualización.

Son actividades y prácticas propias del mercadeo, pero encuadradas en la visión que le otorga la RSE. El marketing responsable integra el proceso de producción de un bien o servicio, con el de publicidad, promoción y comercialización, e incorpora el concepto de marketing al de responsabilidad social empresarial.

6.7.2. Beneficios Empresariales.

Existen temas importantes referidos al marketing responsable, entre ellos:

- 1) Mantenimiento de la reputación de la empresa.
- 2) Protección de imagen de marca.
- 3) Protección frente a eventuales acciones negativas de clientes.
- 4) Reducción del riesgo.
- 5) Mantenimiento de actuales clientes.
- 6) Incorporación de nuevos clientes.

6.7.3. Subtemas.

6.7.3.1. RSE y Marketing Responsable.

Insertar el concepto de marketing responsable en el mundo de los negocios requiere mirar desde una óptica de bienestar diferente, a las necesidades y demandas de los clientes. Esa visión considera al consumidor como un ser integral enmarcado en una perspectiva de responsabilidad social de largo aliento.

El marketing responsable es más que comercializar y publicitar bienes o servicios. Es una nueva visión de entender y atender las demandas del consumidor. Una nueva mirada a esta fase de la actividad económica desde una visión más social y humana.

6.7.3.2. Ética en las Ventas.

La conducta que asuma el personal de ventas es un referente muy importante para que el consumidor determine el grado de ética con que se maneja una empresa.

El vendedor es un embajador de la empresa ante sus clientes o consumidores. Estos deducirán cuán ética o responsable socialmente es una empresa, en función de la imagen que presente su personal de ventas.

Si los vendedores son honestos y brindan una atención de excelencia, el cliente o consumidor concluirá que la empresa proveedora de bienes o servicios para la que trabajan, es transparente y podrán fortalecer con ella sus relaciones comerciales.

6.7.3.3. Marketing con Causa Social.

Las empresas pueden imprimir el sello de la RSE en sus actividades, y a la par lograr beneficios económicos

lícitos, mediante el marketing con causa social que se basa en la formación de alianzas estratégicas, para alcanzar beneficios compartidos entre empresas de diversa actividad económica con organizaciones de la sociedad civil y ONG's.

El relacionar la comercialización de bienes o servicios con problemas o requerimientos sociales, incorpora un valor agregado a la empresa, un valor diferencial del producto y una sensibilización de su marca al consumidor o cliente para que al realizar su compra contribuya con la solución de problemas de carácter social.

6.7.3.4. Marketing Responsable: Temas Emergentes.

En un proceso de marketing hay temas emergentes que demandan una actitud socialmente responsable. Entre otros el mercadeo orientado a niños, el acceso a productos para minusválidos, y la manipulación genética de alimentos.

6.8. POLÍTICA PÚBLICA.



6.8.1. Conceptualización.

La política pública se entiende como el conjunto de leyes, reglamentos, y normas jurídicas que responden a un marco conceptual, teórico y de desarrollo. Debe responder a una realidad, para que su aplicación sea efectiva. En ese sentido, la política deberá ser construida con la participación de todos los actores relacionados de manera directa o indirecta con el objeto de la misma y considerando el contexto que lo rodea.

El Ecuador, lamentablemente, no cuenta con una política pública y menos aún con instrumentos de política en materia de RSE, requerimientos impostergables para que en el plazo más perentorio posible, este medio de fomento del desarrollo social empresarial sea construido por parte de todas las instancias institucionales correspondientes.

Una acción programada y coordinada entre actividades de RSE desarrolladas por las empresas y acciones de política pública en materia social, promovidas por el Estado, serán un importante instrumento de apoyo al desarrollo socioeconómico del país.

6.8.2. Beneficios para la Empresa.

Un primer beneficio se refiere a la reducción de la burocracia. Ello apoya al trabajo de la empresa y de las personas naturales, en general. En este contexto es necesario propiciar acciones modernizadoras que minimicen y simplifiquen los trámites legales con los que se enfrenta la empresa; la reducción de trámites y papeleos innecesarios en el sector público, así como procesos que entorpecen y lo entorpecen.

Un segundo beneficio se relaciona con la creación de oportunidades de trabajo social. Las empresas pueden realizar importantes actividades de este tipo, favorecidas por la aplicación de políticas públicas.

La contribución que la empresa brinde a la organización de la comunidad ubicada en el entorno de la empresa, o al manejo de los servicios sociales, determina un importante impacto social. Es necesario que ésta apoye de manera más decidida al desarrollo económico y social de la comunidad.

Otro beneficio que trae la aplicación de políticas públicas, es el desarrollo de la comunicación. Este aspecto es muy importante ya que permite a las empresas promover una apropiada comunicación con las partes interesadas.

La empresa actual debe caracterizarse por su eficacia en la comunicación con la clase política, los medios de comunicación, las instituciones públicas y privadas de su entorno, y su público. Los diferentes grupos de poder demandan distintos enfoques, por lo

que es necesario establecer una estrategia de comunicación.

Finalmente, otro beneficio más de la política pública se refiere a la creación de una red de contactos. Las empresas y su entorno comunitario se benefician gracias a la aplicación de políticas públicas que propician crear eficientes redes de contactos.

Políticas públicas constructivas e imaginativas que provienen del gobierno central o seccional permiten establecer contactos con la universidad, la comunidad científica, consultores y expertos, gremios empresariales, y otras instancias institucionales. Así se puede apoyar la creación de redes especializadas de capacitación que propician la congregación de especialistas locales y agrupan el capital humano de varias empresas.

6.8.3. Normativa Legal Internacional

A. Herramientas disponibles.

1. CIDE, Gestión política pública: <http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/>
2. Brasil, Bases de uma nova politica publica de qualificacao: <http://www.mte.gov.br/trabalhador/QualProf/Conteudo/1-Bases.pdf>
3. EGAP, Centro de análisis y evaluación de la política pública: http://www.mty.itesm.mx/egap/centros/caep/3_5.htm
4. W.K Kellog Foundation, Herramientas de Políticas Públicas: <http://www.wkkflac.org/GenericPage.aspx?PageID=24&NID=16,19&LanguageID=1>
5. El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

B. Bibliografía y sitios de interés.

1. BSR – Contribuciones Políticas <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=50552>

C. Organizaciones que trabajan el tema.

1. EGAP, Reporte de las empresas socialmente responsables, evaluación de la política pública:

http://www.mty.itesm.mx/egap/centros/caep/3_5.htm

2. CIDE, Maestría en administración de políticas públicas: http://www.cide.edu/mae_ayppdc.htm
3. Ministerio del Interior, Argentina, Programa de capacitación política: http://www.mininterior.gov.ar/linca/p/programa_crit.asp
4. DESCO, Presupuesto participativo, Alcances y límites de una política pública: <http://www.desco.org.pe/articulos.asp>
5. Rota Brasil Oeste: Manifestacoes pedirao definicao de politica publica para populacoes indigenas: <http://www.brasiloeste.com.br/noticia/1449/abril-indigena>

6.8.3.1. Subtemas

6.8.3.1.1. Subtema: Código de buen gobierno.

A. Herramientas disponibles

1. Certificación Ética. Forética. Norma de Empresa SGE 21. <http://www.foetica.es/rse/?accion=evaluacion>

B. Bibliografía y sitios de interés

1. Guía de Ethos para la Construcción de un Código de Ética.
2. Clase de Ética de Acción RSE.
3. BSR – Códigos de Ética y Entrenamiento Ético: <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=50967>
4. Guía Gobierno Sociedades OECD, portugués: <http://www.oecd.org/data-taoecd/1/42/33931148.pdf>
5. Guía Corporate Governance OECD, inglés: <http://www.oecd.org/data-taoecd/32/18/31557724.pdf>
6. White Paper sobre Gobierno Corporativo en Latinoamérica: http://www.ecgi.org/codes/documents/latin_america_es.pdf
7. Principios de Buen Gobierno para las

Sociedades Peruanas, español: http://www.ecgi.org/codes/documents/code_jul2002_pe.pdf

8. Decálogo del Buen Directivo, España: <http://www.ecgi.org/codes/documents/decalogue.pdf>
9. Artículo Gobierno Corporativo en Perú 2021: <http://www.peru2021.org/peru2021/articulos/El%20Directorio%20clav%20del%20buen%20gobierno%20corporativo.pdf>
10. Boletín Temático Acción RSE. Código Ético en la empresa: http://www.accionrse.cl/tematico/boletin_2.html
11. White Paper sobre Gobierno Corporativo en Latinoamérica. OECD: <http://www.oecd.org/data-taoecd/5/13/22368983.pdf>
12. Link sitios web: http://www.societario.com/links_interes/gob_corporativos.htm
13. Literatura: <http://www.cipe.org/regional/lac/confecarticle2.pdf>
14. Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible. IESE Business School.
15. Informe Aldama: <http://www.cnmv.es/publicaciones/gobierno-corp.htm>
16. El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

C. Organizaciones que trabajan el tema.

1. European Corporate Governance Institute (<http://www.ecgi.org/>)
OECD: http://www.oecd.org/topic/0,2686,en_2649_37439_1_1_1_1_37439,00.html
2. Instituto Brasileiro de Governanza Corporativa: (<http://www.ibgc.org.br/ibConteudo.asp?IDArea=2>)
3. International Corporate Governance Network: www.icgn.org
SD Planner: <http://www.gemi.org/sdl>
4. CAF, Programa de Capacitación en Gobernabilidad y Gerencia Política: <http://www.caf.com/view/index.asp?ms=5&pageMs=11038>

<http://www.caf.com/view/index.asp?ms=5&pageMs=11038>

6.8.3.1.2. Subtema: Código de conducta

A. Herramientas disponibles.

1. Guía para construir un código de conducta: <http://www.ibe.org.uk/codesofconduct.html>
2. Guia de Códigos de ética de Ethicsweb: <http://www.ethicsweb.ca/codes/>

B. Bibliografía y sitios de interés.

1. Código de Conducta Industria Electrónica: <http://www.hp.com/hpinfo/globalcitizenship/environment/pdf/supcode.pdf>
2. Código de Conducta de la Fundación Monetaria Internacional: http://www.internationalbudget.org/resources/sites/bud_trans.htm
3. Sitios recomendados por la OECD para los temas de Código de Conducta: http://www.oecd.org/document/13/0,2340,en_2649_34565_20723661_1_1_1_1,00.html
4. BSR – Código de Conducta: <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=50303>
5. El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

C. Organizaciones que trabajan el tema.

1. Code of Conducts: <http://www.codesofconduct.org>

6.8.3.1.3 Subtema: La Corrupción

A. Herramientas disponibles.

1. Premio AECA: <http://www.aeca1.org/premiomedioambiental/general.htm>

B. Bibliografía y sitios de interés

1. Libro Combate Corrupción, Ethos: http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/cartilha.pdf
2. Informe Corrupción 2005. Transparency Internacional:

<http://www.globalcorruptionreport.org/download.html>

- Informe de Transparency Internacional ¿Un mundo construido sobre sobornos?: http://www.transparency.org/pressreleases_archive/2005/2005.03.16.gcr_relaunch_es.html
- Documento que revisa el cumplimiento de Chile frente a la convención Interamericana contra la corrupción: <http://www.chiletransparente.cl/>
- Documento 'La Convención para combatir el cohecho a funcionarios públicos extranjeros en transacciones comerciales internacionales'
- Corrupción Política en Chile
- Comisión de AECA: <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/documentos.htm>
- Observatorio de la RSC: <http://www.obrsc.org/>
- Convención Interamericana contra la Corrupción: <http://www.oas.org/juridico/spanish/Tratados/b-58.html>
- Presentación tema Corrupción en Seminario Acción RSE 2002. Transcripción de la oratoria.
- Link a sitios en argentina que trabajan temas de corrupción: <http://www.sitiosargentina.com.ar/categorias/sociedad/problemas/corruptcion.htm>
- El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

C. Organizaciones que trabajan el tema.

- Transparency Internacional: http://www.transparency.org/about_ti/spanish_intro.html
- United Nations Information Services: <http://www.unis.unvienna.org/unis/pressrels/2005/bkkcp09.html>
- Comisión de AECA: <http://www.aeca1.org/comisiones/rsc/rsc.htm>
- Corporación Chile Transparente: <http://www.chiletransparente.cl/>
- ONG OAS: <http://www.oas.org/juridico/spanish/Lucha.html>
- FORJA Chile: http://www.forja.cl/n_corpo.html

6.8.3.1.4. Subtema: Transparencia

A. Herramientas disponibles

- Down Jones Sustainability Index: <http://www.sustainabilityindexes.com/>
- FTSE Index: <http://www.ftse4good.com>
- Compromisos con iniciativas nacionales e internacionales:
 - Global compact: <http://www.unglobalcompact.org/Portal/Default.asp?>
 - Metas de milenio: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>
 - GRI: <http://www.globalreporting.org/>
 - OECD: http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html

B. Bibliografía y sitios de interés.

- Guía Sustentabilidad de Empresas Endesa: [\Visitas a Instituciones\Accion\Endesa Chile\Guía DSE v2 maqueta.pdf](#)
- Manual de Reportes Acción RSE: [\Visitas a Instituciones\Accion RSE 17.18 marzo 2005\Guías y Manuales Accion\Guía Reporte Social y Medioambiental.pdf](#)
- Clase de Reporte Social. Acción RSE.
- Sustainability/UNEP: <http://www.sustainability.com/insight/researcharticle.asp?id=128>
- Análisis Formal Institucional De La Transparencia Presupuestaria- El Caso De Chile: <http://www.internationalbudget.org/themes/BudTrans/LegalChile.pdf>
- Manual GEMI: <http://www.gemi.org/Transparency-PathtoPublicTrust.pdf>
- BSR – Reportes: <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=50962>
- El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

C. Organizaciones que trabajan el tema.

- Siri Group: <http://www.ecodes.org/pages/areas/rsc/siri-group.asp>
- Global Reporting Initiative. GRI.: <http://www.globalreporting.org/guidelines/framework.asp>
- Accountability. AA1000.: <http://www.accountability.org.uk/aa1000/default.asp?pageid=52>
- Good Corporation Standard: <http://www.goodcorporation.com/en/default.asp>
- Transparency Internacional: <http://www.transparency.org/>
- Corporación Chile Transparente: <http://www.chiletransparente.cl/>

Normativa Legal Internacional

Subtema: Medio ambiente en general.

A. Bibliografía y sitios de interés

- Guía Medio ambiente. Acción RSE.
- Curso Medio Ambiente. Acción RSE.
- Caja de Herramientas, Gestión PyME Centro-América: <http://www.infomipyME.com/Main.ASP?T=P&P=1335>
- BID, Herramientas para abordar necesidades de comercio y medio ambiente: <http://www.iadb.org/int/DRP/esp/Red7/Docs/BorregaardCS11-04esp.pps>
- Universidad de Navarra, Herramientas para gestión ambiental: <http://www.esi.unav.es/assignaturas/ecologia/Hipertexto/15HombAmb/160SGM.htm>
- ANAM, Panamá, Instancias de Medio Ambiente Internacionales: <http://www.anam.gob.pa/ecolinks%20internacionales.htm>
- El ABC de la RSE en el Perú y en el Mundo.

B. Organizaciones que trabajan en medio ambiente.

- Equator Principles: www.equator-principles.com
- Environmental Media Services: www.ems.org/index.html
- European Environment Agency - EEA multilingual environmental glossary: <http://glossary.eea.eu.int/EEAGlossary/>
- CEPAL: <http://www.eclac.cl/>
- Fundación Entorno: E+5: autoanálisis de cadena de suministro de productos de la empresa Eco-Eficiencia Toolkit 1.0 Aplicación informática para analizar procesos y productos con asignación de costes medioambientales. <http://www.emas5.com/index.asp>; <http://www.fundacionentorno.org>
- Asociación Chilena de Seguridad. ACHS.: <http://216.72.166.26/default/shnoti.asp?noticia=3321>
- Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos. En colaboración con Green Cross España para fomentar la cultura ambiental entre los autónomos: <http://www.upta.es>
- Ecoplan. Portal de medio ambiente. Noticias, enlaces de interés. <http://www.ecoplan.es/servlet/hpripag>
- Comisión Europea. Medio ambiente y Energía. Promoción del desarrollo sostenible en países miembros, candidatos y terceros. Financiación directa: <http://europa.eu.int/comm/life/home.htm>
- Comisión Europea. Programas de desarrollo en legislación y formación con financiación directa. ALTENER: energías renovables. SAVE: eficiencia energética. COOPENER: cooperación internacional. STEER: energía y transporte http://europa.eu.int/comm/energy/index_es.html
- Comisión Europea. MARCO POLO (2003-2010). Programa de mejora de prestaciones ambientales en el transporte. Financiación directa. http://europa.eu.int/comm/transport/marcopolo/faq/index_en.htm

C. Organizaciones de Formación:

1. ECOADAPT. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud. Fundación Biodiversidad. Formación, Sensibilización, para trabajadores y delegados de PYMES afectadas por La Ley de Prevención y Control Integral de La Contaminación (LPCIC).
<http://www.ecoadapt.com/>
2. Fundación Universidad de Alcalá de Henares. Cursos vía internet y a distancia gratuitos para trabajadores de PYMES y autónomos relacionados con el sector ambiental Auditorias medioambientales; Gestión de residuos industriales; Impacto ambiental del transporte; Impactos acústicos; Informática para la gestión ambiental; Legislación ambiental; Marketing ambiental; Sistemas de gestión medioambiental. Cursos a distancia: energías renovables; turismo sostenible.
[http:// www.fgua.es](http://www.fgua.es)
3. Cámaras de Comercio. Formación continua.
<http://www.lineaambiental.com>. <http://www.camaras.org>
4. Unión de profesionales autónomos. Cursos de gestión medioambiental (presencial/distancia).
[http:// www.upta.es](http://www.upta.es)
5. Centro de Recursos ambientales de Navarra. Programa de sensibilización y formación ambiental para PYMES y profesionales autónomos de Navarra:
[http:// www.crana.org](http://www.crana.org).
http://www.crana.org/archivos/formacion/formacion_y_sensibilizacion_para_PYMES_y_autonomos/acciones/14_04_2004/Folleto%20divulgativo%20todas%20las%20acciones.pdf
6. Ministerio de Medio Ambiente. Red de Autoridades Ambientales:
<http://www.mma.es/>



7. REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

7.1. CONCEPTUALIZACIÓN.



El reporte de sostenibilidad, es un instrumento a través del cual la empresa hace conocer públicamente el resultado de su gestión en el tema de la RSE, dentro de un periodo de tiempo determinado, presentando información cuantitativa y cualitativa, en comparación con metas predeterminadas.

El reporte de sostenibilidad proporciona además información sobre varios aspectos de la gestión empresarial en general, y es un insumo importante para el ajuste de políticas, planes, programas y proyectos, así como para determinar la eficiencia de las inversiones que en el área social realiza la empresa.

Es un importante instrumento de retroalimentación de la gestión empresarial en general, y de la gestión de la RSE en particular, que al difundirse ante el público externo, crea un clima propicio para mejorar la relación de la empresa con la comunidad y el ambiente.

Si la empresa prepara un reporte de sostenibilidad para legitimar su política en RSE ante la sociedad, debe dar información cuantitativa y cualitativa suficiente de sus actividades y acciones en RSE, en las dimensiones técnica, económica, social, ambiental, y laboral.

Hay que precisar el alcance de las actividades realizadas para demostrar que lo obtenido en el tema de RSE ha ido más allá del simple respeto a la ley o donaciones filantrópicas. Finalmente, es necesario indicar las actividades que aún quedan por cumplir, y la forma de llevarlas a la práctica.

7.2. BENEFICIOS PARA LA EMPRESA.



Al incorporar en su gestión la RSE, las empresas se tornan más eficientes, productivas, competitivas, rentables y humanas, y utilizan el reporte de sostenibilidad como un instrumento para evidenciar su éxito. De esta manera se atiende a un requerimiento de la comunidad que tiene interés en conocer los programas y actividades que realiza la empresa en RSE.

7.3. OBJETIVOS DE UN REPORTE.



Un reporte tiene, entre otros, los siguientes objetivos importantes:

Informar: Por una parte, a sus grupos de interés sobre los proyectos, actividades y acciones sociales que ha realizado durante el periodo de análisis del reporte; y, por otra, a los accionistas sobre los resultados logrados en RSE. El reporte es un medio idóneo que posibilita cotejar los resultados obtenidos con lo programado previamente.

Transparentar: Se debe informar con claridad y precisión, lo que la empresa ha realizado en el periodo de análisis. El reporte debe ser transparente, para lograr credibilidad ante el público interno, sector empresarial y comunidad.

7.4. MODELOS DE UN REPORTE.



El reporte de sostenibilidad tuvo su origen en los países desarrollados. Actualmente es una práctica cada vez más difundida en los países en desarrollo y en los organismos internacionales.

Existen algunos modelos de reporte de sostenibilidad que cabe mencionar:

- 1) El Global Reporting Initiative (GRI).
- 2) A. A. 1000
- 3) Ibase
- 4) CRS Europe Matrix

7.5. CRITERIOS CUALITATIVOS PARA LA PREPARACIÓN DEL REPORTE:



Relevancia: Debe contener información relevante para los grupos de personas a los que está dirigido. Se debe prepararlo en función de sus requerimientos o expectativas.

Veracidad: Debe generar confiabilidad. La información que integra el reporte social debe ser consistente en su preparación y presentación.

Claridad: Debe ser claro, preciso y conciso, de forma que no haya lugar a dudas o interpretaciones. Debe limitarse a lo estrictamente necesario la utilización de términos técnicos, y es recomendable la inclusión de gráficos en su presentación.

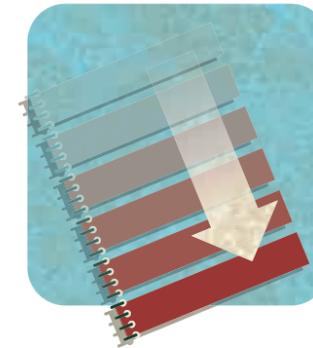
Comparabilidad: Debe permitir la comparación en el tiempo con reportes periódicos pasados y con los de empresas del mismo sector. Para ello es necesario hacer una apropiada selección del tipo de indicadores.

Regularidad: Deben presentarse cada cierto tiempo con regularidad. Esto facilitará que los diversos grupos de personas realicen un seguimiento de los resultados y tendencias en áreas tan importantes como la económica, la social y la ambiental.

Verificabilidad: La empresa debe contar con una auditoría externa al reporte social por ella elaborado. Esto abonará en su credibilidad ante la comunidad y sociedad en general.

Coherencia: Los criterios cualitativos deben mantener coherencia con los indicadores cuantitativos, particularmente, con los indicadores financieros.

7.6. ESTRUCTURA BÁSICA DE UN REPORTE.



Ésta debe considerar aspectos que los utilice cualquier empresa, independientemente del tamaño, el sector o rama de actividad a la que pertenece. La estructura del reporte debe tener integridad y encadenamiento lógico, y posibilitar comparaciones entre empresas. A continuación, un esquema de reporte desarrollado por Acción RSE.

REPORTE SOCIAL

MEMORIA DE SUSTENTABILIDAD

Presentación.

1. Mensaje del Presidente.
2. Perfil de la Empresa.
3. Sector de la Economía.

Parte 1. La Empresa.

1. Historia.
2. Principios y Valores.
3. Estructura y Funcionamiento.
4. Gobierno Corporativo.

Parte 2. El Negocio.

1. Visión.
2. Diálogo con los stakeholders.
3. Indicadores de desempeño (económico, social y ambiental).

Anexos.



8. ESTÁNDARES GENERALES RSE

El desarrollo de la RSE demanda perfeccionamiento en estándares generales a ser aplicados en las empresas, entendiendo a estándar como un criterio de referencia que expresa un nivel deseable a ser alcanzado en los diferentes temas o áreas de la RSE.

Estos estándares sirven para apoyar a las empresas en el monitoreo del desarrollo de los diversos aspectos de la RSE, de acuerdo a sus políticas y prácticas, así como en la preparación de informes de la gestión desarrollada por sus directivos.

Hay estándares externos elaborados por organismos gubernamentales, no gubernamentales, y empresariales, que guían el desempeño de la gestión empresarial en aspectos económicos, sociales y ambientales. Varios de estos estándares se refieren a uno o unos pocos aspectos de la RSE. Sin embargo, son relativamente pocos los que cubren todos sus temas. Entre ellos cabe mencionar a los siguientes:

• INICIATIVA DE REPORTE GLOBAL (GRI).



Es un estándar internacional que sirve para reportar los aspectos económicos, sociales y ambientales de las actividades y de los bienes o servicios producidos por una empresa. El GRI tiene una importante participación de empresas, organismos internacionales, agencias de Naciones Unidas, ONG's, universidades, y otras instituciones.

• A.A.1000.

Es un estándar de procesos enfocada a la gestión social de la empresa. Se establece una serie de principios que tienen relación con la transparencia y la ética empresarial. Se crea un espacio en el que se propicia un diálogo con diversos grupos de interés.

• PRINCIPIOS GLOBALES DE SULLIVAN.



Es un código de conducta sobre derechos humanos. Los principios del reverendo León Sullivan se enfocan en el aspecto racial, y proponen eliminar la discriminación en varias organizaciones. Estos principios globales plantean iniciativas de RSE relacionadas con derechos humanos, igualdad de oportunidades, ética comercial, entre otros.

• SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000 (SA 8000)

Es un estándar de monitoreo desarrollado para establecer las condiciones laborales en el sector manufacturero. El SA 8000 se emitió con posterioridad al desarrollo de los procesos de auditoría de calidad y medio ambiente, que se incorporaron a las ISO 9000 e ISO 14000. Este estándar se aplica a cualquier industria.

• **LOS PRINCIPIOS DE
"THE CAUX ROUND TABLE"(CRT).**



Establecen principios de liderazgo empresarial, y consideran que las empresas juegan un rol importante en el logro de soluciones sustentables a temas cruciales en lo económico, social y ambiental. El CRT ha preparado principios para empresas particularmente de naturaleza ética.

• **PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS.**



Son nueve grandes principios que las empresas deben observar en su gestión particular. Este Pacto se complementa con la colaboración al desarrollo de políticas públicas.



AURELIAN ECUADOR
RSC: La licencia social para el desarrollo de la industria minera



- Priorizamos el respeto a los Derechos Humanos.
- Realizamos una gestión ambiental responsable y proactiva basada en las mejores prácticas de la industria minera internacional.
- Lideramos e inspiramos transformaciones positivas.

Para Aurelian Ecuador, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es el marco ético y la cultura que orientan su gestión, enfocándose particularmente en las variables económicas, sociales y ambientales de todas sus actividades.

Para lograr que esta visión y política sea transversal a todas las operaciones de la compañía, Aurelian Ecuador creó el Comité de Sostenibilidad y Calidad que tiene como objetivo diseñar, ejecutar, evaluar, medir y mejorar las políticas de RSC de la compañía de acuerdo a su plan estratégico. Los focos de nuestras acciones se centran en una gestión de triple bottom line: Buscamos resultados económicos, sociales y ambientales en todas nuestras operaciones, que nos permitan contar con la licencia legal y social para operar y prosperar.

- Creamos un ambiente de trabajo sano y seguro para nuestros colaboradores.
- Impulsamos el desarrollo de las comunidades locales donde operamos.



GENERAL MOTORS ÓMNIBUS BB,
RSC UN VERDADERO VALOR CORPORATIVO



utilizarlos de una manera correcta y responsable, dándole al conductor la oportunidad de elegir y no poner en riesgo su vida y la de sus compañeros.

Conductor Elegido, cada vez que eliges salvas vidas

Este programa social nace de la iniciativa de General Motors y la Policía Nacional, y tiene como objetivo crear conciencia en la comunidad sobre los riesgos relacionados con el consumo de alcohol y la conducción, para así reducir los índices de accidentes de tránsito que en el Ecuador son la segunda causa de muerte violenta y discapacidad.

Sabemos que hacer excelentes productos no es suficiente, por esto estamos muy comprometidos en manejar nuestro negocio de forma sustentable, cuidando de nuestros empleados, comunidad, medio ambiente y contribuyendo al desarrollo del país.

Ante estos antecedentes hemos unido esfuerzos con la comunidad, restaurantes, bares, centros de diversión nocturna, entre otros para promover esta causa. Charlas de concienciación en empresas, universidades y escuelas de conducción nos ha permitido sembrar una semilla en jóvenes y adultos para continuar creciendo. (www.conductorelegido.com)

Estamos convencidos de que las oportunidades de negocios y la responsabilidad social van de la mano, es por esto que General Motors no solo se preocupa por producir vehículos de calidad, sino también de enseñarle a la comunidad a



Uno de los objetivos de la Fundación Holcim Ecuador, es el compromiso con el desarrollo sostenible y todas las responsabilidades sociales que ese desarrollo conlleva. La Fundación fue creada para establecer nexos de unión entre Holcim y las comunidades aledañas a sus plantas, y, en conjunto, implementar procesos de desarrollo humano que se mantengan a través del tiempo y que ayuden a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Uno de los proyectos que dan cuenta de esto, es **Educación para todos**, que busca mejorar el acceso y la calidad de la educación de más de 7.000 niños, jóvenes y adultos en Guayaquil. El proyecto tiene cinco componentes: 1. Construcción y equipamiento de dos centros comunitarios; 2. Capacitación a padres de familia y a la comunidad en general, sobre la importancia de la educación y su participación activa; 3) Dotación de materiales didácticos a 14 escuelas y 1 colegio del sector 4) Programas educativos: alfabetización, finalización de la educación básica, refuerzo escolar, bibliotecas, aulas virtuales y actividades de recreación y, 5) Capacitación a maestros.

El proyecto responde a una problemática definida a partir de un censo realizado en las cinco comunidades que pertenecen al CAP (Comité de Acción Participativa) Guayaquil, que constituye una mesa de diálogo conformada por representantes de la empresa y la comunidad, en la que se reconocen sus problemas y se definen soluciones.



Estamos concientes de la limitada capacidad de recuperación de la naturaleza y que el lucro no conducen consecuentemente a una sociedad desarrollada y sostenible. Desde esta perspectiva surge la idea de incorporar en el desarrollo de nuestras actividades el concepto práctico de "responsabilidad social empresarial" como un instrumento fundamental para combatir la indiferencia a los problemas que aquejan al mundo entero, y tomar (más allá de la filantropía) las acciones necesarias par promover el desarrollo de una sociedad sustentable con la inserción de varios elementos que deben ser tratados desde una perspectiva profesional, ética y responsable.

Es preciso rescatar entonces, lo que OCP Ecuador S.A ha venido desarrollando a lo largo de estos seis años de vida en sus actividades diarias. El impulso sostenido de proyectos importantes y necesarios, tendientes a mejorar la calidad de vida de las personas, lejos de ser una simple inversión económica de aproximadamente USD\$ 10,000,000, ha sido sobretodo una valiosa inversión social en salud, educación y productividad, con una retribución enorme para la empresa en términos de satisfacción del deber cumplido, en tanto hemos alcanzado los objetivos empresariales planteados a corto y mediano plazo.

La Responsabilidad Social se ha constituido en OCP en un eje que atraviesa cada una de nuestras actividades, tanto con el cliente interno (trabajadores), las comunidades, las autoridades, nuestros proveedores, accionistas y fundamentalmente el medio ambiente.

Nuestro actuar es la mejor carta de presentación de la Empresa, y da cuenta de la calidad humana y profesional de todos los que participan en el desarrollo de las actividades, es por eso que nuestro slogan "por donde pasa el OCP suceden cosas buenas" mucho mas allá de ser una frase atractiva es una forma de vida de cada una de las personas que formamos esta empresa.



Desde hace más de treinta años, ITABSA, PROESA y TANASA, afiliadas a Philip Morris International, fabrican y comercializan cigarrillos en el Ecuador. Partiendo del hecho de que fumar es dañino para la salud, nos enfocamos en informar sobre nuestro producto, de manera que el adulto que fuma, este debidamente informado de los riesgos de fumar; apoyamos un entorno regulatorio claro y efectivo para la fabricación, comercialización y publicidad de los productos del tabaco; y, llevamos adelante los siguientes programas para contribuir con la sociedad:

La Ley es la Ley, destinado a evitar que los menores accedan al cigarrillo y lograr que se cumpla con la ley que prohíbe su venta a este grupo vulnerable.

Socios para el Éxito, miles de comerciantes mayoristas y minoristas del país ya han sido capacitados en temas relacionados con el manejo responsable de sus negocios, el pago de impuestos y la importancia de no vender cigarrillos a menores.

Yo Tengo P.O.D.E.R., ejecutado por las Fundaciones Esquel y El Universo y destinado a la formación en valores en adolescentes, para que resistan presiones de grupo y puedan tomar decisiones acertadas, incluyendo la de no fumar.

PuertAbierta, para prevenir la violencia doméstica, ejecutado con distintas organizaciones públicas y privadas.

Símbolos de Libertad, empezó como un concurso y se ha convertido en un espacio de capacitación del periodismo.

Escuelas en el Agro, para mejorar las condiciones educativas e infraestructura básica de escuelas ubicadas en las zonas donde se cultiva tabaco.



El nivel de excelencia de una organización ya no se mide solamente por sus resultados económicos o financieros, actualmente es importante que las Empresas muestren su balance ambiental y en los últimos años también se exige su balance social. Pinturas Cónдор, pionero en muchos aspectos dentro de la industria nacional, no podía verse ajeno a éste nueva corriente o exigencia del entorno.

Sabemos de la permanente preocupación de la Empresa en muchos aspectos sociales, sea por acción directa de la Compañía o

La RSE en Pinturas Cónдор

a través de su Fundación; sin embargo es importante sistematizarlo y manejarlo como lo que es: "Un Sistema de gestión".

Desde el año anterior, la RSE pasó a ser una directriz dentro de nuestra planeación estratégica, razón por la cual se han desarrollado varias actividades como: participar como miembro de CERES, conformar el Comité de Responsabilidad Social, establecer el plan de acción para incrementar su nivel de Responsabilidad Social, entre otros.

El tener las certificaciones ISO9001 e ISO14001, garantizó que los resultados en Proveedores y Medio ambiente estén encaminados sistemáticamente, con un alto nivel de compromiso y muy buenos resultados.

Pinturas Cónдор desde hace varios años ha desarrollado muchas prácticas que hoy estos modelos lo reconocen. Las Empresas socialmente responsables debemos retribuir con acciones de prevención, preservación y apoyo a la sociedad y al medio ambiente que nos permiten desarrollar nuestro negocio.

El compromiso es de todos y hacia todos.

Wyeth



La misión de Wyeth es liderar el camino hacia un mundo más sano, mientras desarrolla nuevas terapias para enfrentar necesidades críticas de salud a nivel mundial.

Con varios años en el Ecuador colaborando en la investigación y comercialización de productos farmacéuticos como vacunas, productos de biotecnología y productos de no-prescripción que ayudan a mejorar la calidad de vida de la

sociedad Ecuatoriana, estamos contentos de poder aportar al desarrollo de la comunidad y recibir a cambio la sonrisa de millones de personas que se benefician de esta labor que cada uno de nuestros empleados hace diariamente con pasión y convicción.

Nuestro compromiso consiste en vivenciar un conjunto de valores que incluyen el trato con dignidad y respeto para nuestros empleados y nuestras comunidades, el abrazar la innovación y el trabajar juntos para alcanzar objetivos comunes en beneficio de nuestros pacientes, nuestro negocio, nuestras comunidades y el medio ambiente, mientras nos manejamos en estricto cumplimiento de los Código de Ética y Marketing Responsable.

Prueba de ello fue el haber sido parte de las 20 Mejores Empresas para trabajar en Latinoamérica en el año 2007, premio otorgado por Great Place to Work Institute gracias a la calidad humana y el esfuerzo diario de cada uno de nuestros empleados



con el apoyo de:



con el auspicio de:



Av. Colón 1346 y Foch • Ed. Torres de la Colón • Mezanine Of. 8
 Telf: (593-2) 2524 911 / 2525 833 • comunicacion@redceres.org
 www.redceres.org • Quito - Ecuador