

Manual
de Primeros Pasos

Responsabilidad Social Empresaria

DERES 
Desarrollo de la Responsabilidad Social

DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social) surge de varias inquietudes coincidentes de distintos sectores involucrados en la definición del nuevo rol del empresario frente a los desafíos que convocan a la sociedad uruguaya en su conjunto.

A mediados del año 1999, la Universidad Católica del Uruguay y un grupo importante de dirigentes empresariales vislumbran la necesidad de trabajar en el diseño del nuevo rol del sector, en especial en lo que respecta al concepto de la Responsabilidad Social de las Empresas.

DERES es, por tanto, una organización integrada por empresas, organizaciones empresariales e instituciones que articula distintos esfuerzos en procura de una concientización de todos los actores de la sociedad sobre el rol de los empresarios y la necesidad de la incorporación por parte de éstos de los conceptos de la Responsabilidad Social en la gestión de sus organizaciones.

VISIÓN

DESARROLLAR en el marco de la alta gestión gerencial el concepto de Responsabilidad Social de las empresas y organizaciones empresariales uruguayas.

MISIÓN

CREAR una red orgánica de empresas, sectores académicos y actores sociales vinculados a la problemática de la responsabilidad social, que genere:

- ▶ Un concepto claro y preciso en el Uruguay del nuevo rol de las organizaciones empresariales, basado en la experiencia y principios de las ciencias sociales y en especial empresariales.
- ▶ Una conciencia profunda en el ámbito de las empresas y distintos actores involucrados, de estos nuevos roles.

GENERAR herramientas que faciliten a las empresas la implementación e incorporación de la Responsabilidad Social Empresaria en su gestión.



Responsabilidad Social Empresaria

El proceso de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria en una empresa es un camino que debe recorrerse paso a paso y de acuerdo a los tiempos propios de cada organización.

¿QUÉ ES ESTE MANUAL?

El presente "Manual de Primeros Pasos" ha sido confeccionado con el espíritu de colaborar con los empresarios que quieran interiorizarse y profundizar en lo que tiene que ver con el desarrollo e implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresaria.

► Una empresa

*comprometida
con la comunidad
mejora su reputación
e imagen
y genera una mayor
adhesión de
sus propios trabajadores.*

Creemos importante destacar que como en todo proceso, lo importante es comenzar. El proceso de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria en una empresa es un camino que debe recorrerse paso a paso y de acuerdo a los tiempos propios de cada organización.

Asimismo, los ejemplos y sugerencias a implementar que aparecen en el presente Manual están muy lejos de ser los únicos ni los más importantes.

Es erróneo considerar que una acción de RSE debe consistir, irremediamente, en un proyecto de grandes dimensiones así como que la RSE es "*para las empresas grandes*".

Las acciones que se pueden llevar a cabo bajo el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria son tan dinámicas y variadas como lo es la propia creatividad de los empresarios y sus colaboradores.

Para la confección del presente Manual, se han tomado en cuenta diversos documentos similares de organizaciones que, como DERES, promueven la RSE así como también de empresas que tienen un desarrollo de la RSE más avanzado.

CASOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Para conocer algunos ejemplos sobre cómo se vienen implementando algunas acciones de RSE en Uruguay, DERES está continuamente recopilando acciones de RSE que llevan adelante empresas de todos los tamaños y sectores de nuestro medio.

La descripción de los "casos" pretende dar una visión de distintas acciones desarrolladas y que puedan servir a su vez como fuente de ideas e incentivo para otras empresas que quieran embarcarse en la implementación de programas concretos de RSE.

Los mismos se recopilan en nuestra página web (www.deres.org.uy) bajo el link "Casos de Responsabilidad Social Empresaria".

¿A QUIÉNES LE SERÁ ÚTIL?

Este Manual será útil para aquellos que:

- ▶ Deseen iniciarse en la implementación de acciones concretas de RSE.
- ▶ Habiendo realizado diversas acciones, quieran conocer nuevas iniciativas e ideas.
- ▶ Deseen profundizar en la temática de la Responsabilidad Social Empresaria.

¿QUÉ CONTIENE?

El Manual ha sido dividido en tres capítulos y un apéndice:

CONSIDERACIONES GENERALES

Qué se entiende por Responsabilidad Social Empresaria y cuáles áreas abarca.

PRIMEROS PASOS

Este capítulo contiene dos propuestas que abarcan los siguientes puntos:

▶ **Comunicación de la RSE**

Los puntos más importantes referentes al "qué, cómo y cuándo" comunicar un programa o acción de RSE, tanto interna como externamente.

▶ **Implementación de la RSE**

Un "paso a paso" cubriendo las etapas que debería recorrer una empresa al querer implementar un programa o acción de RSE.

ACCIONES

Este capítulo contiene un listado de distintas acciones de RSE que una empresa puede implementar. Las mismas están agrupadas en las cinco áreas que DERES ha definido:

- ▶ Valores y Principios Éticos
- ▶ Ambiente de Trabajo y Empleo
- ▶ Apoyo a la Comunidad
- ▶ Protección del Medio Ambiente
- ▶ Marketing Responsable

Algunas de estas acciones son muy sencillas y fácilmente aplicables a la vez que otras requieren mayor elaboración para su implementación.

APÉNDICE

▶ **LINKS DE INTERÉS:** Descripción de organizaciones empresariales y otras instituciones que promueven el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria y temas afines.

- ▶ **GLOSARIO:** Términos, conceptos y definiciones utilizados más comunmente.



Responsabilidad Social Empresaria

La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA?

Si bien aún no existe una definición universalmente reconocida para establecer qué se entiende por Responsabilidad Social Empresaria, ésta se puede describir como un interés propio e inteligente que produce beneficios para la sociedad y también en los resultados finales para la propia empresa.

Una definición que ha ido ganando terreno, establece que:

"La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente"

La RSE no se trata fundamentalmente sobre el desarrollo de nuevas actividades sociales, sino sobre el desarrollo de una nueva estrategia de la empresa que se complementa con su modelo de negocios y que refleja sus valores. Para que la RSE sea básica para la empresa, debe ser tratada como un caso de negocios.

La RSE es cada vez más importante para la competitividad de las empresas. Las empresas socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores. Además, al combinar ganancias con principios, la RSE crea situaciones siempre ventajosas para la empresa y para la sociedad.

▶ *Para los Fondos de Inversión Socialmente Responsables y los Fondos Éticos de Inversión el grado de RSE de una empresa es clave al momento de invertir.*

El éxito de la RSE se basa en el diálogo con un amplio abanico de interlocutores (llamados "stakeholders"), con el objeto de colaborar significativamente con la creación de valores. De esta forma, las empresas pueden cumplir con las expectativas y anticipar los riesgos y, con ello, reducir costos y ser más exitosas.

La RSE también es la respuesta comercial al desafío del desarrollo sostenible, abarcando responsabilidades sociales, ambientales y económicas, aunque el éxito en cualquiera de estas áreas no se puede lograr a costa de otra de ellas.

ÁREAS QUE DEFINEN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresaria, comprenden lo relativo a "los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente".

DERES ha definido las siguientes cinco áreas de RSE, las cuales son evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de la RSE de una empresa.

Estas son:

- ▶ Valores y Principios Éticos.
- ▶ Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo.
- ▶ Apoyo a la Comunidad.
- ▶ Protección del Medio Ambiente.
- ▶ Marketing Responsable.

▶ VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales.

Esto se conoce como "enfoque de los negocios basados en los valores" y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa.

▶ CONDICIONES DE AMBIENTE DE TRABAJO Y EMPLEO

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

▶ APOYO A LA COMUNIDAD

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

▶ PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

▶ MARKETING RESPONSABLE

Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.



Responsabilidad Social Empresaria

*Una buena comunicación,
tanto interna
como externa,
es clave para el éxito
de cualquier acción
o programa de RSE
que se vaya a emprender.*

COMUNICANDO LA RSE

La comunicación eficaz de las estrategias y las actividades de RSE es fundamental para:

- ▶ Demostrar la apertura y la transparencia de las operaciones y al mismo tiempo, crear confianza.
- ▶ Conducir cambios positivos.
- ▶ Satisfacer las necesidades de información de las partes interesadas.
- ▶ Demostrar seriedad en las intenciones con respecto a las cuestiones de la RSE.
- ▶ Mejorar la reputación comercial.
- ▶ Motivar, incentivar y reconocer al personal por comprometerse con los programas de RSE.

▶ AUDIENCIA INTERNA:

POR QUÉ COMUNICAR:

- ▶ Para lograr un eficaz efecto cascada del mensaje de la RSE en toda la organización.
- ▶ Para comunicar los beneficios comerciales de la RSE.
- ▶ Para comunicar qué significa la RSE para la empresa en cuanto a los tipos de proyectos que se persiguen.
- ▶ Para lanzar y comunicar la RSE a través de eventos, talleres.
- ▶ Para comunicar las cuestiones de la RSE a través de revistas, boletines, intranet.
- ▶ Para incentivar las actividades de la RSE a través de esquemas de reconocimientos con el objetivo de motivar.
- ▶ Para compartir el conocimiento y los logros con toda la organización.
- ▶ Para "celebrar" las actividades y los logros de la RSE.

¿QUIÉN ES LA AUDIENCIA INTERNA?

- ▶ El equipo gerencial.
- ▶ El personal de la casa central.
- ▶ El personal regional y de las sucursales.
- ▶ El personal temporario / contratado.

Es de vital importancia que todos los integrantes de la organización sepan qué es la RSE y qué significa para la organización, tanto en lo que hace a los beneficios comerciales, como a la implementación de los diferentes proyectos.

Todos los niveles de la organización deberían participar del funcionamiento de los proyectos, de modo que es necesaria la comprensión cabal de la estrategia de RSE.

En cada mercado en particular, el gerente debe llevar el liderazgo de las comunicaciones internas sobre la RSE -o por lo menos poner su nombre en las comunicaciones-. Si existe en la empresa un responsable de RSE, un gerente ó encargado de comunicaciones ó un responsable de relaciones, éste brindará la información y manejará los canales de las comunicaciones.

↳ **CÓMO COMUNICAR:**

Las herramientas de comunicación que deberían utilizarse son:

- ▶ Las Directrices para la RSE que define la dirección de la empresa.
- ▶ Presentaciones internas.
- ▶ Boletines informativos internos.
- ▶ Sitios en la intranet.
- ▶ Informes sobre la RSE.

Se debe prestar atención a que las actividades de RSE sean tratadas como "trabajo habitual" y no como "trabajo extra".

▶ **AUDIENCIA EXTERNA**

↳ **QUÉ COMUNICAR:**

- ▶ Que la empresa tiene o pretende tener una larga trayectoria de programas de RSE.
- ▶ Que la empresa tiene una estrategia de RSE.
- ▶ Que la empresa hace un trabajo excelente y puede brindar ejemplos de casos de estudio (si corresponde).

↳ **CÓMO COMUNICAR:**

- ▶ Por medio de la activa participación en organizaciones que promueven la RSE.
- ▶ Por medio de actividades de RRPP en el ámbito nacional, regional y mundial.
- ▶ Por medio de un informe "exclusivo" sobre la RSE, o como parte de la Memoria Anual, ó con un Balance Social.
- ▶ Por medio de folletos y casos de estudio.
- ▶ Por medio de presentaciones a clientes y potenciales clientes.
- ▶ Por medio de una red de contactos con gobiernos, sindicatos, organizaciones nacionales.
- ▶ Por medio de conferencias, seminarios, presentaciones.
- ▶ Por medio de boletines informativos externos.
- ▶ Por medio de canales de publicidad directa.
- ▶ Por medio de sitios web.
- ▶ Por medio de la creación o patrocinio de eventos de RSE.
- ▶ Por medio de emisiones en medios de comunicación como sondeos, investigaciones publicadas, comunicados de prensa.

¿QUIÉN ES LA AUDIENCIA EXTERNA?

- ▶ Clientes.
- ▶ Potenciales clientes.
- ▶ Medios de comunicación.
- ▶ Postulantes.
- ▶ Inversores.
- ▶ Gobiernos / políticos.
- ▶ Organizaciones orientadas a la comunidad.
- ▶ Comunidades locales.
- ▶ Sindicatos.
- ▶ ONG's.
- ▶ Universidades / Academias / escuelas.
- ▶ Fundaciones.

Se debe procurar que los demás hablen sobre las actividades de RSE que realiza la empresa, en lugar de hacerlo la propia empresa. Esto requerirá de una buena infraestructura de RRPP y buenas relaciones con los actores adecuados de los medios de comunicación.

▶ COMUNICACIÓN Y RRPP

Las políticas de la RSE son una forma notable de identificar a nuevos postulantes y clientes.

▶ *Cada vez más, los consumidores están dispuestos a premiar o castigar a una empresa por su desempeño en el área social ó medioambiental.*

Las políticas de la RSE también crean oportunidades para que se opere con otras empresas que tengan una línea de objetivos similar a la empresa, lo cual es clave para desarrollar el canal de ventas dentro de los propios clientes.

Las actividades de RSE también pueden tener gran valor en lo que hace a generar RRPP, aunque no están diseñadas específicamente para ello; sin embargo, las RRPP no deben ser el motor de las iniciativas de RSE:

- ▶ Es importante no pecar de una exposición excesiva y arriesgar causar la impresión de que la RSE es solo una pantalla publicitaria.
- ▶ Es igualmente importante no efectuar declaraciones que den la impresión de que no hay espacio para las mejoras. ¡Son susceptibles de reprobación!

- ▶ La mejor política consiste en comprometerse con la "mejora permanente" en el ámbito de la RSE.
- ▶ Hablar sobre la RSE, pero asegurarse de "hacer más de lo que se dice".
- ▶ Dejar que otros, terceros creíbles, cuenten la historia por la empresa ¿si uno es bueno en lo que hace, la contarán!~

IMPLEMENTANDO LA RSE

ANTES DE COMENZAR EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN,
ES CRÍTICO QUE SE REALICEN LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:

- ▶ Comunicar la importancia de la RSE al equipo gerencial y tratar las Directrices de la RSE de la empresa: el por qué la empresa se embarca en la RSE.
- ▶ Obtener el compromiso del equipo gerencial de que participará en las actividades de RSE y las apoyará activamente.
- ▶ Investigar temas, programas y mejores prácticas de RSE internamente -dentro de la empresa- y externamente.
- ▶ Elegir un "líder" ó "responsable" del programa de RSE para que sea la persona que lidere el proceso de aplicación del programa.
- ▶ Crear un Plan y un Presupuesto para la RSE.

EL PLAN DE RSE DEBE COMPRENDER LOS SIGUIENTES TEMAS:

- ▶ La Misión, la Visión y los Objetivos del Programa de RSE.
- ▶ Cómo se relaciona el programa propuesto con la Misión, la Estrategia y los Objetivos de negocios de RSE de la empresa.
- ▶ Cómo se relaciona el programa propuesto con los temas críticos de la RSE en el mercado y en comparación con otros programas de RSE.
- ▶ Identificar los recursos necesarios para implementar un proyecto piloto y los resultados esperados.
- ▶ Desarrollar un plan de comunicación, un proceso de recolección de datos y los mecanismos que se usarán para brindar informes.

El proceso de implementación consiste en tres etapas principales:

A) EXPERIMENTACIÓN

- ▶ Diseñar e implementar un proyecto(s) piloto(s).
- ▶ Crear las herramientas y los procesos necesarios para apoyar el proyecto piloto.
- ▶ Aprender de los aciertos y de los errores.
- ▶ Ajustar el diseño del proyecto basándose en las lecciones aprendidas.

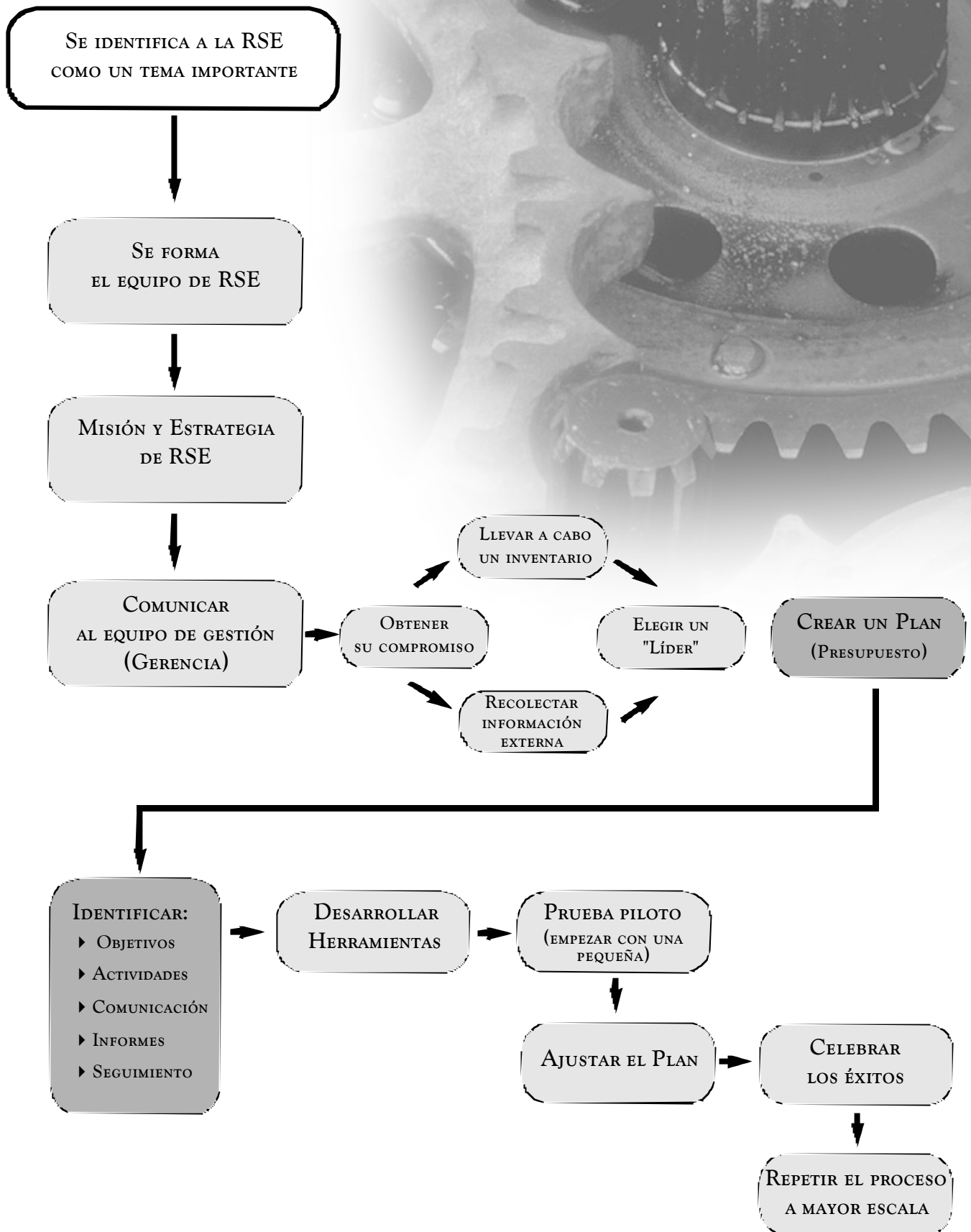
B) IMPLEMENTACIÓN DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

- ▶ Implementar las mejores prácticas en lugares elegidos y celebrar los aciertos.
- ▶ Crear la identidad, los procedimientos operativos estándares y los materiales del programa.
- ▶ Crear conciencia y entusiasmo interno por el programa.
- ▶ Crear reconocimiento externo por el programa.

C) REPETICIÓN

- ▶ Implementar proyectos multicíclicos o multiemplazamiento.
- ▶ Crear alianzas estratégicas para apoyar proyectos a gran escala.
- ▶ Fortalecer la infraestructura para apoyar los esfuerzos de repercusión.
- ▶ Integrar las actividades de RSE con las prácticas comerciales habituales.
- ▶ Compartir las mejores prácticas de RSE con otras operaciones de la empresa.
- ▶ Expandir el programa de RSE con el objetivo de abarcar nuevos conjuntos de actividades -volver a la Etapa Experimentación-.

COMO IMPLEMENTAR UN PROCESO DE RSE



Responsabilidad Social Empresaria

Las acciones de Responsabilidad Social Empresaria son tan dinámicas y variadas como lo es la propia creatividad de los empresarios y sus colaboradores.

VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

▶ CREAR LA DECLARACIÓN DE LA VISIÓN Y MISIÓN

Este paso puede considerarse como uno de los más importantes si una empresa quiere integrar en forma definitiva los conceptos de la RSE en la misma.

Una declaración "clásica" de Visión y Misión en general identifica las metas y aspiraciones de la empresa.

La Visión y Misión de una empresa comprometida con la RSE incluye, además de expresiones tales como "alcanzar utilidades", "ser el líder en...", etc., elementos que van desde " la creación de valor para la sociedad, clientes, accionistas", "el respeto por el medio ambiente", "transparencia" y "prácticas éticas", entre otros.

▶ COMPARTIR LA DECLARACIÓN

Al elaborar la Visión y Misión, preparar un borrador y luego compartirlo con distintos grupos de interés, tanto internos como externos. Involucrar al personal de la empresa, de tal forma que el resultado sea fruto de un trabajo compartido.

▶ DIFUNDIR LA DECLARACIÓN

Procure que la declaración esté presente y visible para quienes trabajan o visitan la empresa.

Recuerde incluirla en documentos e informes tales como Memorias, reportes, etc.

Si dispone de una página web, incluya esta declaración en la misma.

▶ REVISAR ESTA DECLARACIÓN PERIÓDICAMENTE

De igual forma que se realiza una evaluación de desempeño periódico, evaluar si la declaración es consistente con las metas de la empresa.

▶ CREAR UN CÓDIGO DE ÉTICA O DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS

La creación de un Código de Ética ó Código de Conducta es una herramienta muy importante para el personal al momento de enfrentarse a la toma de decisiones. Permite que las mismas sean consistentes con la misión y filosofía de la empresa.

Este Código o declaración mejora el relacionamiento de la empresa con trabajadores, clientes, proveedores y otros actores. La aplicación permite muchas veces reducir los riesgos de conflictos y demandas.

Se puede realizar una consulta entre los directivos y gerentes a los efectos de identificar cuáles son los valores que deberían incluirse en esta declaración. Conceptos tales como: honestidad, justicia, integridad, respeto y lealtad normalmente son incluidos en declaraciones de este tipo.

▶ UTILIZAR LOS VALORES ÉTICOS PARA RESOLVER DILEMAS

Procure que en las resoluciones de diferendos o conflictos se haga referencia o se tome en cuenta la declaración.

▶ GENERAR UN AMBIENTE LABORAL INTEGRADOR

En determinadas decisiones de la empresa, informar que en las mismas no solo fueron tomados en cuenta aspectos económicos sino también aspectos alineados con la filosofía de la empresa.

Mostrar que el buen desempeño de la empresa debe estar alineada con los valores de la misma.

▶ INCORPORA LA ÉTICA EN LAS EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

Si realiza evaluaciones de desempeño a los trabajadores, incorpore como un elemento importante el desempeño ético.

En las evaluaciones a directores, gerentes y tomadores de decisión considere incorporar elementos que reflejen el grado de importancia que la empresa le da al plano ético. Aunque a veces parezcan obvios, algunos ejemplos más comunmente utilizados en este aspecto son:

- ▶ La posible obtención de ventajas en compras o licitaciones a través de pagos o promesas de pagos a personas que ayuden a influenciar la decisión.
- ▶ Si existen transacciones que no estén declaradas en sus informes o en los balances de la compañía.
- ▶ Que todos los impuestos han sido registrados de acuerdo a la legislación vigente. (considere Impuesto a la Renta, IVA, Contribuciones Sociales).
- ▶ Que la compañía (o el departamento que está siendo evaluado) cumple con todas las normal legales y reglamentarias de acuerdo a la legislación vigente.

▶ En el caso de que la compañía tenga relación con inversores públicos (O.N., acciones, etc.), ¿la información generada es clara para quien debe tomar una decisión de invertir en su empresa?

▶ VALORE EXPLÍCITAMENTE EL DESEMPEÑO ÉTICO

Demuestre y promueva el concepto de que la empresa valora y toma en alta consideración las decisiones y casos resueltos en base a consideraciones éticas.

▶ REALICE EVALUACIONES DE DESEMPEÑO DE LA EMPRESA

Genere un ámbito en el cual los integrantes de la empresa (todos los niveles), puedan evaluar si la misma está en el camino correcto de acuerdo a su Visión, Misión y Declaración de Principios.

Prepare un resumen de los resultados, incluyendo logros, deficiencias y metas. Considere la posibilidad de compartir y difundir estos resultados interna y externamente.

AMBIENTE DE TRABAJO Y EMPLEO**▶ PROMUEVA LA DIVERSIDAD, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y LA CONVIVENCIA**

Considere incorporar la diversidad como un valor de la empresa. Fije políticas respecto de incluir un mínimo de personas que pertenezcan a clases sociales marginadas. Contáctese con organizaciones que puedan contar con grupos específicos.

En el mismo sentido, considere la posibilidad de dar oportunidades de trabajo a personas con "capacidades diferentes". Existen varias organizaciones en nuestro medio que facilitan y apoyan la incorporación de discapacitados en las empresas como forma de inserción laboral permanente o en carácter de pasantía temporal.

Al momento de incorporar personal, considere, además de los aspectos específicos para el cargo, temas como su situación familiar, social o etárea, teniendo en cuenta sus posibilidades de inserción laboral.

Promueva explícitamente una política de no-discriminación de las personas por el color de su piel, por su nacionalidad, religión, sexo, condiciones de salud, estado civil u orientación sexual.

Establezca políticas respecto del acoso, sea este sexual o de otro tipo.

El acoso o abuso puede ser a través del mal trato o de fomentar o practicar conductas que generen en las personas a quienes van dirigidas el sentimiento de persecución.

Explicite que prácticas de este tipo no se ajustan a la filosofía de la empresa y que serán pasibles de sanción.

▶ FACILITE LA COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

Genere y fomente políticas y procesos de comunicación clara y accesibles.

Establezca una política de puertas abiertas que permita a los empleados a expresarse sin temor.

En la medida de lo posible y lo razonable, haga accesible la información de la empresa (estado financiero, cumplimiento de metas, etc.) a los empleados.

▶ POTENCIE EL "EMPOWERMENT"

Fomente que la gente participe de la toma de decisiones.

A través de reuniones incentive que cada uno pueda dar ideas o que pueda agregar puntos de vista.

Comprometa a los empleados en planificación de mediano y largo plazo.

Haga saber que la empresa valora este tipo de compromisos y participación y demuéstrelo.

▶ CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PERSONAL

Promueva el desarrollo de los empleados. Considere que la capacitación es beneficiosa para la empresa a la vez que mejora la empleabilidad de las personas.

Promueva el desarrollo personal y la educación facilitando la continuidad de los estudios en todos los niveles.

La empresa puede evaluar la posibilidad de brindar apoyo a través de colaboración económica en casos de estudios de especialización o continuidad o también puede apoyar flexibilizando horarios y otras condiciones de trabajo.

Evalúe la posibilidad de celebrar convenios con centros de enseñanza que faciliten el acceso a los trabajadores a sus programas de capacitación (descuentos, facilidades, becas, etc.).

Considere hacer extensivos los beneficios a las familias de los trabajadores.

Genere programas de coaching y tutoría: promueva que los empleados con mayor experiencia compartan sus conocimientos con los empleados nuevos, los de nivel más básico o con menor experiencia. Valore esta práctica en las evaluaciones.

▶ RETIROS Y DESVINCULACIONES

Si bien muchas veces se trata de decisiones impostergables por el bien de la empresa, procure generar un proceso de ayuda a la persona que queda despedida a través de programas de Outplacement.

Considere el mantenimiento de vínculos con las personas que se jubilan. Esta es una etapa de la vida que genera grandes impactos.

▶ **BALANCE TRABAJO - FAMILIA**

Procure establecer un balance entre el tiempo dedicado a la empresa y el dedicado a la familia. Promueva jornadas de integración con las familias (festejos, paseos, etc.)

Apoye a las familias en situaciones de crisis. Una forma es ofrecer orientación a través de los asesores de la empresa (abogados, escribanos, asistencia financiera, etc.)

Flexibilice el horario por motivos familiares. Considere un número determinado de ausencias para asistir a reuniones escolares, acompañar a los hijos al médico, etc.

Considere también días de ausencia para los padres de un recién nacido.

En el caso de las madres de recién nacidos, considere flexibilizar los horarios, en especial durante el período de lactancia.

▶ **PROMUEVA UNA VIDA SANA**

Difunda en lugares comunes (comedores, salas de descanso, etc.), información útil referida a los beneficios de la higiene, la buena alimentación, el ejercicio, la importancia de la lactancia, etc.

Promueva la importancia de los chequeos médicos periódicos. Realice convenios con instituciones médicas para la realización de exámenes preventivos. Si es posible, facilite los mismos al realizarlos en la empresa.

Considere la realización de charlas sobre tabaquismo, drogas y alcohol a cargo de especialistas de organizaciones que tratan esta temática.

Realice entrenamiento en primeros auxilios a través de acuerdos con empresas de servicios de salud.

Procure lograr convenios importantes en el área de la salud para beneficiar a los trabajadores y sus familias.

APOYO A LA COMUNIDAD

▶ INSERCIÓN LOCAL

Considere el incorporar personal de la comunidad en la que está localizada la empresa u otras comunidades cercanas.

▶ INCUBADORA DE EMPRESAS Y MICRO EMPRENDIMIENTOS

Fomente y apoye la formación de micro emprendimientos y de pequeñas y medianas empresas.

Intercambie ideas con otras empresas relacionadas a su sector sobre el posible "apadrinamiento" de nuevos emprendimientos.

▶ APOYE Y ESTIMULE A LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Busque la manera de apoyar pequeños emprendimientos adquiriendo insumos o servicios necesarios para su empresa.

Considere incluir dentro de programas de formación de proveedores a nuevos emprendedores.

▶ PROMUEVA EL VOLUNTARIADO E INVOLUCRAMIENTO CON LA COMUNIDAD

Procure promover la importancia del relacionamiento empresa-comunidad.

Estimule la generación de ideas y programas de apoyo comunitario. Procure involucrar a los gerentes y directivos en la participación de actividades de apoyo a la comunidad.

En las evaluaciones a gerentes y encargados, valore el apoyo de iniciativas surgidas de los trabajadores y el involucramiento de estos en las mismas.

Genere una lista de organizaciones necesitadas de voluntarios y difúndala en la empresa con las características de las mismas, perfil buscado, etc. Deje abierta la posibilidad de que los propios empleados integren información de otras organizaciones.

Considere destinar un número de horas para que los empleados puedan realizar actividades de apoyo comunitario. Las mismas pueden ser dentro del horario de trabajo, las cuales no se descuentan. Algunas empresas permiten acumular horas que luego son utilizadas por los trabajadores en beneficio propio como por ejemplo, fines de semana "largos".

Averigüe cuáles organizaciones tienen a los empleados o directivos de su empresa como voluntarios. Procure que si la empresa tiene un plan o política de donaciones, que éstas se hagan a esas mismas organizaciones.

Genere un sistema de reconocimiento del trabajo voluntario de sus empleados. Los reconocimientos pueden ir desde una carta del Presidente o Gerente General de la empresa, hasta vacaciones extras, etc.

▶ **ADOpte UN PROYECTO CORPORATIVO DE APOYO A LA COMUNIDAD**

Considere tener un proyecto de apoyo a la comunidad que se identifique con la empresa. Evalúe las áreas que son más afines a su ramo. Por ejemplo, una empresa del sector alimenticio, puede apoyar a una organización que promueve la lucha contra el hambre. Si su empresa produce productos o servicios dirigidos a los niños, puede apoyar una campaña contra el trabajo infantil. Si adopta una acción de este tipo, no desestime a los empleados que apoyan otro tipo de organizaciones u otras causas.

Una opción es apadrinar un centro de apoyo comunitario, una guardería, etc. Involucre a los trabajadores a generar ideas de apoyo.

Las ideas pueden ser tan sencillas como juntar útiles para el comienzo de las clases, ropa, artículos diversos para bebés (cunas, carritos, etc.) para las guarderías, etc.

En el Día del Niño, incentive a que entre los empleados, se junten juguetes para distribuir. Se puede dar un paso más organizando una fiesta para los niños en ese día llevando refrescos, alimento y hasta contratar un entretenimiento.

▶ **DONE "TIEMPO" DE SU EMPRESA**

Estimule a que gerentes y otros directivos apoyen distintas iniciativas comunitarias brindando sus conocimientos. En este sentido, los apoyos pueden ser muy variados: Apoyar programas educativos o de iniciativas dirigidas a los jóvenes como el programa DESEM, etc.

Apoye a una organización local a través de su gerente financiero a los efectos de lograr un mejor manejo de los recursos financieros de la misma.

El personal del departamento de marketing puede ayudar al éxito de una campaña de sensibilización u obtención de fondos. De igual forma puede colaborar desde el departamento de informática.

El personal de mantenimiento puede ayudar a mejorar instalaciones u otros aspectos de locales escolares o de organizaciones.

▶ APOYO A LA INSERCIÓN LABORAL Y "PRIMERA EXPERIENCIA"

Acuerde con centros de estudio (Universidades, escuelas técnicas, institutos, etc.) posibles programas de pasantías en su empresa para los alumnos.

Las pasantías permiten a los estudiantes ir adquiriendo conocimiento y experiencia en "el mundo real". Si bien en ocasiones la empresa debe distraer tiempo para el pasante, éstos pueden ayudar a la empresa en muchos aspectos. Considere la participación de alumnos avanzados en carreras afines con el rubro de su empresa.

El permitir pasantías en su empresa muchas veces significa el acceder a la primera experiencia laboral de un joven, experiencia fundamental y necesaria que ayuda a una inserción definitiva en el mercado laboral.

▶ PROMUEVA LA INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON "CAPACIDADES DIFERENTES"

Promueva el concepto de integrar en la empresa a trabajadores con "capacidades diferentes" o discapacitados.

La integración de un discapacitado en la empresa genera un cambio de visión en torno al trabajo y a la propia empresa en todo el personal.

Considere ofrecer la posibilidad de trabajo a discapacitados, ya sea en forma de pasantías temporales o como empleados permanentes.

No sólo existen muchas tareas dentro de las empresas que pueden ser llevadas a cabo sin restricciones por parte de personas discapacitadas, sino que se ha experimentado que en algunas tareas específicas pueden ser más eficientes.

Hay diversas organizaciones en nuestro medio que apoyan a las empresas en programas conjuntos para facilitar estas experiencias. Estas organizaciones cuentan con asistentes sociales además de nuevas tecnologías que permiten una rápida adaptación.

▶ PARTICIPE A SUS PROVEEDORES, CLIENTES Y COLEGAS

Utilice su red de proveedores para involucrarlos en iniciativas conjuntas de apoyo a la comunidad. Averigüe si están realizando acciones aisladas y genere vínculos para lograr mayor impacto.

Si participa fuertemente en la utilización de medios de comunicación, procure involucrarlos en la difusión de iniciativas u organizaciones apoyadas por su empresa. Recuerde que la difusión para las ONG's u otras organizaciones comunitarias es muy importante.

Considere coordinar esfuerzos con otras empresas para desarrollar proyectos que pueden ser demasiado grandes para una sola empresa.

Promueva un "proyecto corporativo" de apoyo comunitario a nivel de las cámaras o gremiales en las que actúa.

▶ DONACIONES

Las donaciones pueden ser muy diversas, desde productos o servicios de su empresa hasta artículos en desuso.

Considere la donación de computadoras al momento de su renovación, para escuelas u organizaciones comunitarias. Esto se aplica también a mobiliario (sillas, escritorios, etc.)

Evalúe incluir en su presupuesto anual un monto destinado a "donaciones".

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

▶ COMPROMISO EXPLÍCITO

Establezca un compromiso explícito de la empresa con el medio ambiente. Esto refleja la intención de la empresa de respetar el medio ambiente en el diseño, producción y distribución de sus productos y servicios.

▶ GENERE ALIANZAS

Averigüe qué están haciendo otras empresas de su sector o relacionadas con el mismo con respecto al medio ambiente. Considere unir esfuerzos o generar alianzas para trabajar conjuntamente con otras empresas en este tema.

Promueva en las Cámaras gremiales o empresariales en las que participa que el tema del medio ambiente sea tratado institucionalmente.

▶ ESTABLEZCA UNA POLÍTICA PROCLIVE AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Promueva que se tenga presente la utilización de productos compatibles o "amigables" con el medio ambiente con criterios específicos.

Por ejemplo, si es posible, en la adquisición de productos de papel, trate de utilizar papel que posea un 50% de material reciclado.

Procure que las bolsas de residuos que se utilizan sean recicladas.

Intente reducir el uso de papel: en las comunicaciones internas, estimule la utilización del email; utilice las hojas ya impresas para borradores, etc.

▶ PROMUEVA EL RECICLAJE Y LA RE-UTILIZACIÓN.

Difunda el concepto de que los desechos representan insumos que la empresa compró pero no puede utilizar o vender. Esto permite a las personas comprender que los desechos son un costo para la empresa y que los mismos deben minimizarse.

Incentive a que los trabajadores de la empresa generen iniciativas para reducir los desechos mediante su re-utilización o reciclaje.

▶ **FACILITE EL RECICLAJE DE OTROS PRODUCTOS**

Promueva que los envases de plástico utilizados por los trabajadores (refrescos, agua, etc.) sean recolectados para su reciclaje. Existen organizaciones que facilitan recipientes para este fin y que se encargan de su recolección.

Disponga de recipientes para las pilas y baterías gastadas.

Informe a su personal sobre el poder contaminante de pilas y baterías. Permita a su compañía tomar este tema y guardar o asegurarse de tirar en el lugar correcto estos productos. Una pila de litio (relojes o calculadoras) puede contaminar 100.000 litros de agua.

Genere una costumbre de traer desde el hogar las pilas agotadas.

▶ **AUDITORÍAS VERDES**

Dentro de las posibilidades de la empresa, intente realizar "auditorías verdes". Las mismas pueden ser sencillas como por ejemplo llevar una medición de los desechos mensuales, medir mensualmente la cantidad de energía y agua que se consume, etc.

Un paso más avanzado podría consistir en contratar un "auditor externo" para evaluar sus operaciones y sugerir mejoras.

Considere la posibilidad de establecer un acuerdo con una Universidad para que, a través de una pasantía, le ayuden a evaluar temas medioambientales referidos a su empresa.

▶ **GENERE UN SISTEMA DE RETORNO**

Si es posible, genere un sistema a los efectos de que sus clientes puedan retornar envases, embalajes, productos obsoletos y otros materiales para su correcta disposición, reciclaje o re-utilización.

▶ **REDUZCA LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS TÓXICOS**

Evalúe los productos que diariamente se utilizan en su empresa y procure priorizar la utilización de aquellos menos tóxicos. Desde toner, productos de limpieza, baterías, solventes, pinturas, etc., evalúe aquellas alternativas que menos dañen al medio ambiente.

▶ REDUZCA EL CONSUMO DE ENERGÍA

Más allá de los beneficios en reducción de costos que se generan, procure armar un plan de reducción de energía.

Promueva el apagado de luces en lugares que quedan vacíos, considere la utilización de lámparas de bajo consumo, "timers" para el apagado de luces y equipos, células fotoeléctricas para el encendido y apagado de luces exteriores.

El correcto mantenimiento de los equipos de ventilación mejoran el ambiente y consumen menor energía.

▶ EDUQUE EN EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Considere la realización de charlas o cursos sobre el cuidado del medio ambiente entre sus empleados.

Existen cámaras y organizaciones que disponen de personas experimentadas que sin costo pueden brindar este servicio.

Evalúe imprimir mensajes o información sobre el cuidado del medio ambiente en los embalajes de sus productos.

▶ VALORE ACCIONES FAVORABLES AL MEDIO AMBIENTE

Incluya en las evaluaciones de desempeño (individuales o por departamento) temas referidos al cuidado de medio ambiente. Por ejemplo: medir el ahorro en papel, clasificación de desechos, etc.

MARKETING RESPONSABLE

▶ AFIRMACIONES ESPECÍFICAS, PRECISAS Y CONFIABLES

Procure dar la máxima información que respalde las afirmaciones (ventajas, seguridad, desempeño o eficiencia) sobre sus productos o servicios. Si esta información no puede acompañar a sus productos o servicios, haga que la misma sea fácilmente accesible a quien la requiera (línea 0800, página web o contacto por mail).

Sin la necesidad de revelar secretos comerciales u otra información estratégica, procure proveer la mayor información sobre el contenido y propiedades de sus productos.

▶ PROMUEVA EL USO RESPONSABLE DE SUS PRODUCTOS

Procure que sus productos sean seguros para la salud y el medio ambiente durante el ciclo de vida: manufactura, uso y eliminación. Indique el correcto uso de sus productos y como evitar efectos negativos.

▶ ESTIMULE LA VENTA ÉTICA

Genere un código de ética o simplemente estándares éticos referido a la venta.

Informe a sus empleados y clientes que prácticas como el ejercicio de presión para lograr una venta, sobrevender las características del producto o la utilización de argumentos de venta no sinceros, serán observados o sancionados.

En lo referente a los programas de marketing, difusión y publicitarios, informe a los creativos sobre la necesidad de no generar mensajes "difusos" o que puedan ser engañosos para los consumidores.

▶ RESPETE LA PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR

Establezca una política de confidencialidad con relación a vuestros clientes.

Respete el derecho de los mismos y evite compartir su información con otras empresas u organizaciones sin previo conocimiento de los clientes o brindando la oportunidad de que los clientes mantengan su confidencialidad o puedan ser retirados de las bases a su solicitud.

▶ PRODUCTOS "ESPECIALES"

Tome en cuenta a los consumidores o clientes con "capacidades diferentes". Procure, en lo posible, generar productos o servicios similares y con características que los hagan aptos a ser utilizados por personas discapacitadas.

▶ EVITE LA PUBLICIDAD "TÓXICA"

Trabaje en conjunto con sus publicistas a los efectos de evitar publicidad violenta, discriminatoria o que exalte la irresponsabilidad.

Tenga en cuenta si la publicidad podrá ser vista por niños, que la misma contenga mensajes claros e imágenes aptas.

▶ MARKETING CON CAUSAS NOBLES

Existen muchas maneras de apoyar a través del marketing diversos programas o causas. Estimule a sus creativos o al departamento de marketing a que generen ideas de cómo apoyar diversas causas o iniciativas de organizaciones.

La más simple puede ser la donación de una proporción de las utilidades para una organización determinada. Esto puede desarrollarse para un producto o una línea de productos, puede ser por un período determinado de tiempo.

Otro camino es el auspicio de eventos o publicaciones ya sea con dinero u otros elementos.

En las comunicaciones con sus clientes o consumidores puede destinar un espacio para la promoción o difusión de diversas causas u organizaciones.

En el caso de contar con espacios de venta en contacto con los consumidores, considere ceder un lugar para que una organización difunda sus actividades o necesidades.

Responsabilidad Social Empresaria

*En un mundo globalizado,
la Responsabilidad Social
Empresaria se torna
en una ventaja competitiva.*

LINKS DE INTERÉS

A continuación se detallan diversas organizaciones empresariales e instituciones, con sus respectivas direcciones de sitios web, en las cuales se puede encontrar información muy completa sobre distintos temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresaria y temáticas afines.

EMPRESA (www.empresa.org): EMPRESA es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Américas. Fortalece las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la RSE y apoya el establecimiento de nuevas organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas. Provee de apoyo a aquellas organizaciones basadas en RSE y a sus miembros para motivar a otras empresas con la RSE de las Américas.

INSTITUTO ETHOS (www.ethos.org.br): El Instituto Ethos de responsabilidad social empresarial es una asociación brasileña con compañías asociadas, de diferentes tamaños y sectores, que están interesadas en desarrollar sus actividades económicas de una manera socialmente responsable y creen en un proceso permanente y continuo de evaluación y mejora. La misión de Ethos es promover el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en el Brasil

ACCIÓN EMPRESARIAL (www.accionempresarial.cl): Organización sin fines de lucro, que surge del sector empresarial chileno, con el fin de promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre las empresas que operan en el país. Entiende la RSE como una nueva visión de los negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

FUNDEMÁS - FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN SOCIAL - (www.fundemas.org): Tiene como objetivo contribuir al desarrollo económico y social de El Salvador mediante el fortalecimiento de la Responsabilidad Social de la empresa privada, la promoción de la filantropía y de los valores empresariales.

PERÚ 2021 - (www.peru2021.org): Perú 2021 es una asociación empresarial sin fines de lucro cuyo objetivo es el de promover la creación y difusión de una visión nacional compartida de futuro que contemple nuestra sociedad como construida bajo elevados valores y con una actitud positiva. Perú 2021, basada en su compromiso con esta visión, promueve iniciativas en las áreas de educación, responsabilidad social y medio ambiente.

BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY - (www.bsr.org): fundado en 1992, con sede en Estados Unidos, es un recurso a nivel mundial para empresas que buscan sostener su éxito comercial de manera de demostrar respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. BSR asiste a sus empresas miembro y otras empresas a abordar todo el espectro de cuestiones de responsabilidad social de la empresa,

incluso los derechos humanos, medio ambiente, inversión en la comunidad y gobernanza y contabilidad. BSR brinda asesoramiento, capacitación, información legal y servicios de facilitación para ayudar a las empresas a desarrollar políticas y prácticas de negocios responsables que creen valores para los inversores, clientes, empleados, comunidades locales y demás partes interesadas.

FUNDACIÓN DEL TUCUMÁN - (www.fundtuc.org): institución sin fines de lucro, cuya misión fundamental es contribuir al desarrollo en la región del Noroeste de Argentina. Fundación del Tucumán busca contribuir al crecimiento de la RSE de los empresarios de la región, para que asuman el rol de ser constructores activos en la comunidad y colaborar a que los conceptos de organización, planificación y eficiencias propias del empresariado puedan ser asimilados y usados en la trascendente tarea de las organizaciones de la sociedad Civil.

CANADIAN BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY - (www.cbsr.ca): organización sin fines de lucro de miembros de empresas canadienses comprometidas a desarrollar, compartir e implementar prácticas de responsabilidad social corporativa. CBSR provee asesoría táctica y práctica para la implementación de RSE y ayuda a conectar a compañías y públicos de interés (stakeholders) en la creciente comunidad de la RSE. La agenda principal de CBSR es expandir la RSE en Canadá a través de la investigación, programas educativos, desarrollo de herramientas de negocio en RSE y servicios de asesoría.

CENTRARSE - (www.centrase.org): El "Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala" cuya abreviación es CentraRSE, es una asociación liderada por empresarios y apoyada por un equipo comprometido con el logro de la incorporación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala. Su objetivo es generar una actitud de cambio en los empresarios que operan en el país, para que implementen conscientemente, prácticas de RSE.

ALIAARSE ALIANZA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (AliaRSE): es una alianza de organizaciones empresariales de México, formada con el objetivo de promover la RSE. Por mayor información contactarse con empresa@cemefi.org.

PROYECTO RSE - PARAGUAY (www.rse.org.py): Programa creado por varias organizaciones e instituciones cuyo objetivo principal es promover la RSE en la sociedad en general. Busca fomentar el diálogo entre los distintos sectores, fortalecer el liderazgo empresarial y promover las prácticas de RSE en las empresas.

CEDIS (www.cedis.org.pa): El Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS) es una organización sin fines de lucro establecida en enero de 2000 y conformada por una Junta Directiva de empresarios. Su objetivo es contribuir al desarrollo económico y social de Panamá a través del fortalecimiento, la movilización y la articulación de los actores relevantes de la Responsabilidad Social Empresarial en Panamá.

PRINCE OF WALES INTERNATIONAL BUSINESS LEADERS FORUM - (www.csrforum.com): Organización educativa internacional, establecida en 1990 y con sede en Miami, que busca estimular la adopción de prácticas comerciales responsables, en beneficio de las empresas y sociedades, con el ánimo de alcanzar un desarrollo sostenible social, económico y ambientalmente, particularmente en las nuevas y emergentes economías de mercado.

THE WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD) (www.wbcsd.org): El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible es una organización internacional de empresas unidas que comparten el compromiso hacia un desarrollo sostenible a través de 3 pilares: crecimiento económico, balance ecológico y progreso social. El WBCSD está integrado por empresas y organizaciones nacionales y regionales de más de 40 países. Su misión es incentivar el liderazgo empresarial como forma de provocar un cambio hacia el desarrollo sostenible promoviendo el rol de la eco-eficiencia, la innovación y la Responsabilidad Social Empresaria.

CSR EUROPE (www.csreurope.org): organización empresarial cuya misión es ayudar a las empresas lograr rentabilidad, crecimiento sostenible y desarrollo humano a través de la adopción de la Responsabilidad Social Empresaria en la gestión empresarial.

CEMPRE URUGUAY (www.cempre.org.uy): CEMPRE (Compromiso Empresarial Para el Reciclaje) es una Asociación Civil abierta y sin fines de lucro con el fin de promover el reciclado de residuos sólidos, dentro del concepto de administración integrada de los mismos y asimismo promover en Uruguay la concientización acerca de la importancia del reciclaje como acción ambientalista efectiva.

IARSE - (www.iarse.org): Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. Organización privada sin fines de lucro con sede en la ciudad de Córdoba (Argentina). Su misión es fortalecer el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable, a través de la promoción del concepto y la práctica de la responsabilidad social de las empresas.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) - (www.globalreporting.org): iniciativa internacional de distintas partes interesadas, para crear un marco común para la elaboración voluntaria de informes sobre el conjunto de prácticas económicas, ecológicas y sociales de las empresas. CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente lanzaron esta iniciativa en 1997. En junio de 2000, la GRI publicó las nuevas directrices para la elaboración de informes sobre el desarrollo sostenible.

ACUERDO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS (GLOBAL COMPACT) (www.unglobalcompact.org): código de conducta para las grandes empresas, lanzado por Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, en 2000. Los nueve principios de las Naciones Unidas para las empresas multinacionales y transnacionales incluyen propuestas sobre derechos humanos, derecho laborales y derechos ecológicos.

BUSINESS PARTNERS FOR DEVELOPMENT (www.bpdweb.org): red internacional informal en la que participan representantes del mundo empresarial, el sector gubernamental y la sociedad civil, cuyo objetivo es promover en el mundo buenos ejemplos de asociación tripartita para el desarrollo social y económico.

SOCIETY AND BUSINESS (www.societyandbusiness.gov.uk): guía lanzada en marzo de 2001 por el Ministerio británico de comercio e industria que explica los argumentos comerciales a favor de la responsabilidad social de las empresas e indica los recursos disponibles de las empresas y el Gobierno.

CODES OF CONDUCT (www.codesofconduct.org): sitio web que ofrece recursos útiles a los interesados en conocer el texto completo de diversos códigos de conducta y sus disposiciones, patrocinadores y efectos en las prácticas empresariales.

ACCOUNTABILITY (www.accountability.org.uk): organización que promueve la RSE desarrollando competencias de individuos y organizaciones en los planos sociales, éticos y de desarrollo sostenible. Ha desarrollado diversas normas (AA1000, AA8000) a los efectos de dar mayor credibilidad y transparencia a los reportes sociales, éticos, medioambientales y económicos.

GLOSARIO

El presente Glosario pretende clarificar algunos de los términos, conceptos y definiciones más comunes que se utilizan cada vez con mayor frecuencia en ámbitos, artículos e información variada relativa a la Responsabilidad Social Empresaria.

- ▶ **INVERSIÓN SOLIDARIA O EN FAVOR DE LA COMUNIDAD:** apoyo a una causa o actividad particular mediante una inversión para financiarla. A diferencia de una donación, este tipo de inversión requiere la devolución mediante reembolso -en el caso de los préstamos- o de transacción -en el caso de las acciones-.
- ▶ **CÓDIGO DE CONDUCTA:** declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.
- ▶ **CIUDADANÍA CORPORATIVA:** la gestión de todas las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida a nivel local, nacional y mundial.
- ▶ **GOBERNANZA DE LA EMPRESA:** conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. La gobernanza de la empresa facilita también la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados -Código de la OCDE, 1999-.
- ▶ **DIVERSIDAD:** se refiere a las diferencias entre los grupos de personas -edad, género, antecedentes étnicos, raza, creencia religiosa, orientación sexual, discapacidad física -mental, etc.
- ▶ **EFICIENCIA ECOLÓGICA:** la noción de que mediante la mejora del modo en que se utilizan los recursos es posible reducir el deterioro medioambiental y los costos.
- ▶ **AUDITORÍA ECOLÓGICA:** la aplicación de criterios ecológicos no financieros a las decisiones de inversión.
- ▶ **EVALUACIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL:** análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.
- ▶ **AUDITORÍA ÉTICA:** la aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión.
- ▶ **SELECCIÓN ÉTICA:** inclusión o exclusión de acciones en carteras de inversión por razones éticas, sociales o ecológicas.

- ▶ **COMERCIO ÉTICO:** tiene por objeto garantizar que las condiciones de trabajo en las grandes cadenas de producción cumplan las normas mínimas fundamentales y erradicar las formas de explotación de la mano de obra tales como el trabajo infantil y el trabajo forzado, y eliminar los talleres de economía sumergida. Los criterios de etiquetado se basan normalmente en los convenios fundamentales de la OIT.

- ▶ **COMERCIO JUSTO Y EQUITATIVO:** se define como una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas.

- ▶ **DERECHOS HUMANOS:** los derechos humanos se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.

- ▶ **SEGUIMIENTO:** proceso de recopilación de información para controlar los resultados con arreglo a determinados criterios.

- ▶ **ESPÍRITU EMPRESARIAL RESPONSABLE:** concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social.

- ▶ **BALANCE SOCIAL / REPORTE SOCIAL:** Documento complementario al Balance Financiero o Memoria Anual que refleja públicamente el desempeño de la empresa en las diversas áreas de la Responsabilidad Social Empresaria. Es visto como un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la RSE.

- ▶ **INFLUENCIA DE LOS ACCIONISTAS:** voluntad de los accionistas de mejorar el comportamiento ético, social o ecológico de una empresa a través del diálogo, ejerciendo presión, apoyando una gestión responsable y votando en las asambleas generales anuales.

- ▶ **AUDITORÍA SOCIAL:** evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas.

- ▶ **CAPITAL SOCIAL:** conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.

- ▶ **EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL:** análisis sistemático del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre la situación social y cultural de las comunidades afectadas.
- ▶ **ETIQUETA SOCIAL:** palabras y símbolos sobre un producto con las que se intenta influir en las decisiones de compra de los consumidores garantizando el impacto social y ético de una operación empresarial en otras partes interesadas.
- ▶ **DOCUMENTO SOCIAL:** documento que comunica los resultados de una evaluación de impacto social.
- ▶ **"STAKEHOLDERS" /PARTES INTERESADAS/INTERLOCUTORES:** persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas -por ejemplo los trabajadores- o externas -por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financistas, la comunidad local, el Estado.
- ▶ **NORMA:** conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.
- ▶ **DESARROLLO SOSTENIBLE:** desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
- ▶ **TRIPLE BALANCE:** idea de que el funcionamiento general de una empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social. En inglés, muchas veces llamado las tres P, por People, Planet y Profit (personas, planeta y ganancia).
- ▶ **VERIFICACIÓN:** certificación por un auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.

El presente Manual fue desarrollado por la Comisión de Investigación & Desarrollo de DERES. El contenido se basó en resultados de distintos relevamientos llevados a cabo por DERES, la Guía Inicial de RSE de Foro EMPRESA y de información aportada por Manpower Inc.

Las fotografías utilizadas pertenecen al Clip Art de Microsoft®.

Diseño y Diagramación: Buxis Comunicación Interactiva.

Distribución gratuita - sin valor comercial.

La reproducción parcial o total del presente documento está permitida previa autorización de DERES.

DERES agradece el especial apoyo de las siguientes empresas y organizaciones:

PATROCINANTES



**ABAL
HNOS.**

ABN-AMRO Bank

ACCOR
Services

ANTEL
TELECOMUNICACIONES



Coca-Cola

**Deloitte
& Touche**

FANAPEL
FABRICA NACIONAL DE PAPEL S.A.

GERDAU LAISA
NUESTRO PRODUCTO ES EL ACERO
"MEJOR FORJALEN EL MUNDO"

IBM

OCA

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Radisson

Saceem

SAMAN



SUAT



**Universidad
Católica**
RODRIGO S. SAMBRANO TORRES

ADHERENTES



Aluminios del Uruguay
Tecnología Alcaz

**Banco
Santander**

CRISTALPET

DIAGEO

Disco



MANPOWER

**PORTONES
SHOPPING**

Spilway



TEYMA

APOYAN

EL ESPECTADOR

EL OBSERVADOR

EL PAIS

SAETA CANAL 10

SETIEMBRE FM

ASOCIACIÓN CRISTIANA DE DIRIGENTES DE EMPRESA

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES PRIVADOS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL URUGUAY

CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO Y SERVICIOS DEL URUGUAY

CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL URUGUAY

CEMPRE

UNIT



www.deres.org.uy

8 de Octubre 2738 - Montevideo, Uruguay

Tel.: (598 2) 487 7193

e-mail: deres@veritas.org.uy

Miembro de:

