UNIVERSIDAD APEC

Escuela de Graduados

INFORME FINAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE:

Maestría en Gerencia y Productividad

Título:

Proyecto para Planificar la Implementación de un Programa de Responsabilidad Social en la Empresa de Telecomunicaciones VDV COMUNICACIONES, Año 2012 – 2013

Nombre:
Lonie C. Seijo Pérez

Matrícula:
2003-2583

Asesor (a):
Edda Freites, MBA

Santo Domingo, D. N.

Abril, 2012

RESUMEN

Muchas empresas en la actualidad para mantener la preferencia de los clientes y la admiración de los empleados están adoptando estrategias de integración social y contribución con la sociedad. Una de estas estrategias es implementar programas de responsabilidad social empresarial (RSE). Estos programas se pueden definir como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, según lo han definido varios autores. Su propósito principal es ampliar el diálogo de la organización con la sociedad, promover en la empresa la incorporación de posturas éticas y transparentes en sus ejecutivos y empleados, establecer efectivas relaciones con los grupos de interés de la empresa, mejorar la imagen de la empresa en el mercado y frente a sus accionistas, planificar la gestión futura y estrategias de operación y producción según las ultimas tendencias, comparar su desempeño frente a otras empresas de su mismo sector o con diferentes industrias, así como adoptar mejores prácticas organizacionales, ayudar a que las inversiones sociales sean más eficaces, integrar los objetivos socio-ambientales a la planificación de la empresa, entro muchos otros. Este tema abordará entonces el conjunto de actividades que conformarán las prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que se proponen sean implementados en una empresa de telecomunicaciones y que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

INDICE

RESUMEN ii
AGRADECIMIENTOS x
INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 5

1.1. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica 5
1.1.1. Datos Generales 8
1.1.2. Dimensiones del estudio "El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011 12
1.1.2.1. Percepción general 14
1.1.2.2. Dimensión 1: Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos 17
1.1.2.3. Dimensión 2: Estrategias de difusión de información sobre RSE de la empresa 21
1.1.2.4. Dimensión 3: Capacidad instalada en la empresa para el avance de la RSE 22
1.1.2.4.1. Adhesión a estándares y reportes de sustentabilidad 23
1.1.2.5. Dimensión 4: Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE 33
1.1.2.6. Dimensión 5: Información sobre la empresa: actividad económica, cantidad de trabajadores, pertenencia al ranking de las 500 más grandes. 37
1.2. Conclusiones Situación Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica 39
1.3. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana 41
1.3.1. Percepción general 42
1.3.2. Dimensión 1: Sobre los valores y transparencia 46
1.3.3. Dimensión 2: Público interno 50
1.3.4. Dimensión 3: Medio ambiente 56
1.3.5. Dimensión 4: Relación con Proveedores o Suplidores 61
1.3.6. Dimensión 5: Relación con Consumidores y Clientes (Dimensión Social del Consumo) 66
1.3.7. Dimensión 6: Relaciones con la comunidad 68
1.3.8. Dimensión 7: Relación gobierno y sociedad 70
1.3.9. Estrategias de difusión de la RSE 72
1.3.10. Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE en República Dominicana 73
1.3.11. Estrategias de difusión de la RSE 77

1.3.12. Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE en República Dominicana 81
1.4. Conclusiones Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana 85

CAPÍTULO II: SÍNTESIS DE MEJORES PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 90

2.1. Norma/guía ISO 26000 Responsabilidad Social 93
2.1.1. Definición Norma ISO 26000 93
2.1.2. Antecedentes 93
2.1.3. Propósito 94
2.1.4. Alcance 95
2.2. SA 8000:2001 (Social Accountability International) 103
2.2.1. Definición 103
2.2.2. Antecedentes 104
2.2.3. Propósito 105
2.2.4. Alcance 106
2.3. Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) 118
2.3.1. Definición 118
2.3.2. Antecedentes 118
2.3.3. Propósito 119
2.3.4. Alcance 119
2.4. Reporte del Balance Social del Global Reporting Initiative (GRI) 121
2.4.1. Definición 121
2.4.2. Antecedentes 122
2.4.3. Propósito 122
2.4.4. Alcance 125

CAPÍTULO III: PLAN DE PROYECTO DESPLIEGUE DE PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. CASO: VDV COMUNICACIONES 131

3.1. Diagnóstico del estado de RSE 134
3.1.1. Pasos a seguir para la realización del diagnóstico 134
3.1.2. Cuestionario de evaluación práctica de RSE en la empresa 136
3.2. Pasos para definir la estrategia corporativa de RSE 145

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES xi
BIBLIOGRAFÍA xiv
ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Características de los consumidores 9
Gráfico 2. ¿Quiénes son los ejecutivos y consumidores por país que respondieron los cuestionarios? 10
Gráfico 3. Actividad económica de las empresas del estudio 11
Gráfico 4. Principal actividad económica de la empresa (agrupada) 11
Gráfico 5. Percepción del nivel de RSE según ejecutivos y consumidores 14
Gráfico 6. Percepción sobre el "Nivel de RSE" de las empresas según actividad económica (ejecutivos) 15
Gráfico 7. Percepción sobre el "Nivel de RSE" de las empresas según actividad económica (consumidores) 16
Gráfico 8. Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos 20
Gráfico 9. ¿Ud. considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son? Percepción de ejecutivos y de consumidores 21
Gráfico 10. ¿Cómo se han comportado las empresas en los últimos dos años? Percepciones de ejecutivos y consumidores… 22
Gráfico 11. ¿Su empresa publica reportes de sustentabilidad? Comparación con 2009… 24
Gráfico 12. Empresas que utilizan metodología GRI. Año 2011… 24
Gráfico 13. Empresas que utilizan metodología GRI, por país… 25
Gráfico 14. Empresas que incorporan a sus grupos de interés en la elaboración de reportes. Año 2011… 26
Gráfico 15. ¿Cuenta su empresa con una estrategia/ política de sustentabilidad o RSE escrita y difundida?... 26
Gráfico 16. ¿Conoce los reportes de sustentabilidad? Sólo consumidores… 27
Gráfico 17. ¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación de la RSE en su empresa?... 28

Gráfico 18. Relación entre “Nivel de RSE” y posee o no posee una política de sustentabilidad escrita y difundida…..... 29
Gráfico 19. Relación entre “Nivel de RSE” y “Capacidad instalada” en la empresa para implementar RSE… 30
Gráfico 20. ¿A cuál de estos estándares adhiere su empresa?..... 31
Gráfico 21. ¿Su empresa tiene un encargado de RSE?... 32
Gráfico 22. ¿Cuál es su cargo?... 32
Gráfico 23. ¿Usted preferiría comprar un producto que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor? ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar?... 34
Gráfico 24. Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según ejecutivos 35
Gráfico 25. Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según ejecutivos y consumidores 35
Gráfico 26. ¿Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe? 36
Gráfico 27. ¿Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe?..... 37
Gráfico 28. Nivel de RSE de empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de América Latina 38
Gráfico 29. Clasificación de las empresas 49
Gráfico 30. Perfiles participantes por sector productivo..... 49
Gráfico 31. ¿Cree usted que las empresas preocupadas por la RSE son?..... 51
Gráfico 32. ¿Podría nombrar una empresa socialmente responsable? 51
Gráfico 33. ¿Cree que las empresas están cada vez más preocupadas por ser socialmente responsables?..... 52
Gráfico 34. ¿Cuáles son las motivaciones por las que las empresas dicen ser socialmente responsables? 53

Gráfico 35. ¿Qué cree usted que es la RSE? 54
Gráfico 36. ¿Cuál es el grado de desarrollo de la RSE en las empresas dominicanas? 55
Gráfico 37. ¿Cree usted que existe suficiente información en Rep. Dom, sobre RSE? 55
Gráfico 38. ¿Posee la empresa un documento donde expone los principios y valores de la organización? 58
Gráfico 39. En relación al código de ética 59
Gráfico 40. Valores y transparencia de la empresa 60
Gráfico 41. Salud, seguridad y condiciones de trabajo 61
Gráfico 42. Desarrollo profesional de los empleados 62
Gráfico 43. Valoración y respeto a la diversidad 63
Gráfico 44. Relación con los sindicatos 64
Gráfico 45. Compromiso con los niños 65
Gráfico 46. Relación con el medio ambiente 66
Gráfico 47. Relación con proveedores 69
Gráfico 48. Relación con consumidores y clientes 71
Gráfico 49. Relaciones con la comunidad 72
Gráfico 50. Relación con el estado y los partidos políticos 74
Gráfico 51. El rol del Gobierno con la RSE debe ser. 75
Gráfico 52. ¿Cómo percibe la actuación del gobierno en materia de RSE? 76
Gráfico 53. Valoración comportamiento ético y responsable por sectores 77
Gráfico 54. ¿Ha oído alguna vez la expresión "Responsabilidad Social Empresarial"? 78
Gráfico 55. Medio en el cual obtuvo la información 79
Gráfico 56. ¿Busca información sobre RSE? 79
Gráfico 57. ¿Cómo consumidor esta bien informado sobre el comportamiento responsable de las empresas? 80

Gráfico 58. ¿Por cuáles medios de comunicación le gustaría recibir información sobre las prácticas de RSE? 81
Gráfico 59. ¿Piensa que como consumidor puede influir para que una empresa se comporte de forma socialmente responsable? 82
Gráfico 60. ¿Ha dejado de comprar un producto porque cree que esa empresa es irresponsable o contamina el medio ambiente? 83
Gráfico 61. Ante dos productos similares, si conoce que uno de ellos procede de una empresa socialmente responsable, y no conoce nada del otro, ¿Cuál de los dos compraría? 84
Gráfico 62. ¿Cuál cree usted que compraría el consumidor promedio ante esa misma situación? 84
Gráfico 63. Matriz de identificación de objetivos y acciones asociadas 147
Gráfico 64. Matriz de priorización de acciones 148
Gráfico 65. Matriz de plan de acción 148
Gráfico 66. Matriz de seguimiento y control de las operaciones previstas en el Plan de Acción plan de acción 149

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales obstáculos que enfrenta la RSE según consumidores y ejecutivos (Gráfico 24 y 25) 36

Tabla 2. Casos de RSE en República Dominicana 43

AGRADECIMIENTOS

Gracias infinitas a mi Padre Celestial que es el que me guía, acompaña, me protege, me ayuda y acoge en todos los momentos de mi vida, gracias por el privilegio que siempre he tenido de sentirle a mi lado.

Gracias a mi esposo, Andrés Cruz, por la paciencia, amor y entrega que me ha demostrado, por su apoyo para que pueda subir estos pequeños peldaños que espero puedan proveernos de frutos que podamos compartir como familia toda la vida.

A mis hijos, Sabrina, Carla y Andrés, pues a pesar de que esto representaba muchos sacrificios de tiempo, estuvieron conmigo, fueron tolerantes y pacientes. Espero que este esfuerzo sea reconocido por ustedes más adelante como ejemplo de que se pueden hacer las cosas que uno sueña cuando se tienen unos a otros, como nosotros nos tenemos. Les pido perdón.

A toda mi familia, en especial a mi madre Wanda, a mis suegros Andrés y Daisy, a mis hermanas Wanda y Mariela, y todos los que me ayudaron de manera directa o indirecta con esta meta que decidí recorrer.

"Cuando por fin obtienes lo que aspiras te das cuenta que necesitaste de alguien para alcanzarlo".

Lonie Seijo

INTRODUCCION

Uno de los principales motivos por los que se ha escogido este tema para este trabajo de grado, ha sido por la gran preocupación que a mi persona ocupa respecto de la degradación de los valores, la salud mental y física de los dominicanos y el desmejoramiento de la calidad de vida. Más que hacer una afirmación científica de esto, sólo estoy replicando lo que todos los días se comunica en nuestros medios de comunicación.

Es preocupante la gran cantidad de denuncias por temas éticos, el incremento de la delincuencia, la falta de conciencia social y ambiental que tenemos en nuestro país, cada uno de los que ocupamos un espacio somos responsable del futuro que nos depara y capaces a su vez de generar cambios, posiblemente este sea una de la mejores opciones: iniciar un programa de conciencia partiendo del conocimiento de lo que es SER SOCIALMENTE RESPONSABLE.

Aún no es tarde, ya muchos ciudadanos y empresas nos estamos dando cuenta de que hay que cambiar la forma de hacer negocios y porqué no de comprar. En la actualidad, grandes empresas establecidas en el país han decidido iniciar programas que promuevan las buenas acciones , vemos como una gran parte de inversión publicitaria realizada por estas empresas en los medios contienen temas que procuran el rescate de estos valores y comportamientos.

Hacer cambios a lo interno de una empresa y contar con el apoyo del equipo ejecutivo de la misma no es una decisión que pueda tomarse sin una debida planificación, y sólo incorporar la idea en la sangre de las empresas

requerirá coordinar ese conjunto de actividades que permitirán a la empresa conseguir el objetivo general propuesto.

El objetivo general de una empresa que se ha alistado en este tipo de programas debe ser el de contribuir activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental de su entorno, claro todo esto bajo el supuesto de mejorar su situación competitiva y ofrecer valor añadido sin poner en riesgo su existencia, es pues justamente hacer Responsabilidad Social.

En este caso, estaremos proponiendo las técnicas de diagnóstico, planificación y control que pueden ser aplicadas a una empresa de telecomunicaciones, caso particular de la empresa VDV Comunicaciones, con el fin de que utilizando la regla de planificar, hacer, revisar y mejorar, pueda iniciarse en un programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Este tema abordará entonces el conjunto de actividades que conformarán las mejores prácticas, las estrategias y sistemas de gestión empresariales para la implementación de este programa y que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental de esta empresa.

La primera parte de este estudio, estará ofreciendo un panorama general de la responsabilidad social empresarial, tanto en América Latina como en la República Dominicana a fin de que puedan servir de referencia para el conocimiento de las dimensiones y de los indicadores de medición de las mismas, además entender el nivel de conocimiento que tienen las empresas y los consumidores respecto de este tema.

En el segundo capítulo, se estarán detallando algunas de las mejores prácticas de despliegue de Responsabilidad Social Empresarial (RSE por sus siglas), con el fin de hacer benchmarking de las mismas. Estas normas servirán de base para hacer un análisis de la situación actual, definir los objetivos y las acciones que permitirán alcanzar los mismos, esto es lo que se estará abordando en el capítulo 3. En este último capítulo además Diseñar un programa de Responsabilidad Social proveerá de orientación a la empresa (Visión) y permita obtener mejores resultados en los estudios de percepción de clientes que se llevan a cabo en la República Dominicana.

CAPITULO I

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

I. Responsabilidad Social Empresarial

1.1. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica

La responsabilidad social empresarial es un tema presente en la América Latina desde principios del siglo XX. Para esa época esta relación entre la empresa y la sociedad se le conocía como la filantropía (una acción de caridad de la empresa hacia su comunidad). La concepción de la **Responsabilidad Social Empresarial (en lo adelante RSE)**, como parte de la gestión de negocios, es un tema con casi 10 años de presencia en la Latinoamérica; todas las iniciativas clave se iniciaron en la década de los noventa. Aunque todavía se nota la fuerte presencia de la filantropía, es sorprendente el interés y la cantidad de iniciativas, seminarios, organizaciones, trabajos universitarios, que aparecen en los dos últimos años en la región sobre el rol de la empresa en la sociedad[1].

La preocupación por la RSE en sentido moderno ha sido liderada principalmente en los diferentes países por organizaciones sin ánimo de lucro como aquellas asociadas a la red EMPRESA, promovidas a su vez por organizaciones que tienen su origen en Europa o los Estados Unidos. Estas iniciativas son en su mayoría apoyadas por grandes empresas nacionales y

[1] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 7.

multinacionales que operan en la región, y promueven el carácter voluntario de la RSE[2].

Respecto a este último punto en un artículo publicado por Gustavo Cabrera Sotomayor[3], otra justificación del porqué las empresas deben asumir este rol, se debe a los crecientes problemas (incremento de la pobreza, contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, mala calidad de servicios de educación y salud, deslegitimación del orden establecido y más) que están afectando a la humanidad y que han sido resumidos en la definición de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio (Anexo 1)* hasta el 2015, promovidos por las Naciones Unidas en su intento por sensibilizar al mundo entero de los peligros que ponen en riesgo su propia existencia.

El país cuyo avance en el tema es el más destacado es Brasil, donde cerca de 500 empresas ofrecen reportes públicos, siguiendo las líneas propuestas por el Instituto Ethos (llamados "balance social"), la Bolsa de Valores de San Paulo ha iniciado una clasificación de empresas similar al Dow Jones Sustainability Index, que refleja el compromiso con la RSE de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, y el tema de la RSE hace parte de la agenda pública del sector privado, la sociedad civil y el gobierno[4].

Existen por lo menos dos organizaciones que desarrollan el tema de RSE con cubrimiento regional: la *Red EMPRESA* y la red regional del

---

[2] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 8.

[3] Cabrera Sotomayor, Gustavo: Jefe de la Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación del Perú. *La Responsabilidad Social de la Empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio*. Marzo 2006. En: http://www.minedu.gob.pe/ogp/xtras/ResponsabilidadSocial-MetasdelMilenio.pdf.

[4] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 8.

Consejo empresarial mundial para el desarrollo sostenible: *World Business Council for Sustainable Development (WBSCD)*[5].

La red EMPRESA es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la responsabilidad social. Surgió a partir de una conferencia organizada en 1997 por *Business for Social Responsibility* (BSR) de San Francisco, con el fin de ser un vínculo o red virtual que conecta las diferentes organizaciones que promueven la RSE en las Américas y poder contar con una filial en cada país de las Américas[6].

Para estudiar la situación actual de la RSE en Latinoamérica, esta investigación se apoyará en el Estudio-Fórum de la RSE 2011, realizado para América Latina, el cual fue coordinado por la red Empresa denominado *"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011"* y del cual serán extraídos todos los gráficos de resultados de este documento, estos permitirán presentar la situación actual de Latinoamérica. Este estudio consideró la opinión de más de 3,200 ejecutivos y consumidores de la región y tomó como base las dimensiones de RSE y las acciones y expectativas relacionadas de la guía ISO 26.000, de la cual se abundará en el capítulo II de este trabajo.

Red EMPRESA es una red de 21 organizaciones sin fines de lucro, de base empresarial, que promueven la RSE en todas las Américas, desde Canadá a Chile. Está en 18 países y reúne a más de 3,400 empresas asociadas a sus miembros y afiliados. Su misión consiste en articular y fortalecer a las organizaciones miembros en su objetivo de fomentar la

[5] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 9.

[6] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 21.

responsabilidad social empresarial en sus respectivos países, favoreciendo entre ellas la interacción e intercambio[7].

Datos generales o ficha técnica de este estudio:

- **Metodología:** Cuantitativa.
- **Diseño del estudio:** No experimental, correlacional – longitudinal.
- **Ámbito geográfico:** 17 países de América Latina.
- **Técnica de recolección de datos:** Encuesta auto aplicada vía internet.
- **Población:** Ejecutivos de empresas y consumidores de América Latina.
- **Fecha de recolección de datos:** Desde el 1 de agosto al 15 de septiembre de 2011.
- **Técnica de muestreo:** No probabilística por accesibilidad. muestra 3.206 casos: 1.279 ejecutivos y 1.927 consumidores.

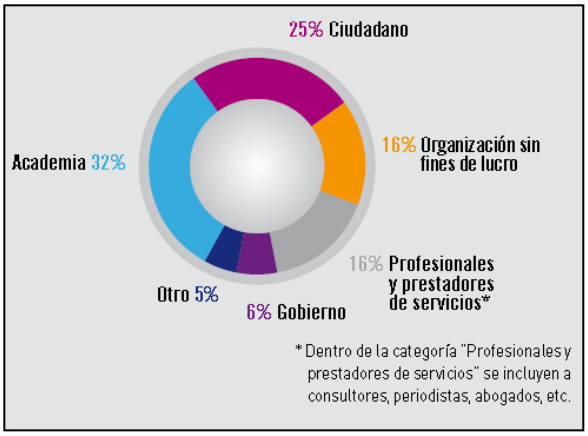
1.1.1. Datos Generales

A continuación estaremos resumiendo las informaciones relativas a este estudio: referente al detalle de la muestra, características de los participantes, tanto de las empresas, ejecutivos y consumidores, así como, la percepción general y conocimiento acerca de la RSE en esta población.

En el gráfico 1 se puede apreciar la distribución de la población encuesta según el sector al que pertenece.

[7] *Estado de la RSE en América Latina 2011*.En**:** http://www.cedice.org.ve/detalle.asp?ID=5088.

Gráfico 1. Características de los consumidores



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

El sector que mas participó en este estudio fue las academias con un 32%, podríamos asumir que esto se debe a que las mismas pueden tener un mayor interés en tratar este tipo de temas ya que de estas instituciones proviene la formación en las capacidades necesarias para crear valores de responsabilidad social. Luego los ciudadanos con un 25%, el tercer lugar y con el mismo puntaje los profesionales y prestadores de servicios y las organizaciones sin fines de lucro.

Gráfico 2. ¿Quiénes son los ejecutivos y consumidores por país que respondieron los cuestionarios?

N°	País	Ejecutivos/Total	Consumidores/Total
1	Argentina	254	450
2	Bolivia	11	25
3	Brasil	54	79
4	Chile	112	136
5	Colombia	192	435
6	Costa Rica	101	71
7	Ecuador	56	51
8	El Salvador	24	45
9	Honduras	47	30
10	México	125	248
11	Nicaragua	15	29
12	Panamá	23	15
13	Paraguay	41	47
14	Perú	77	115
15	Puerto Rico	0	4
16	Uruguay	66	67
17	Venezuela	57	65
18	Otro	24	15
	TOTAL	1279	1927
	3.200 personas completaron la encuesta		

"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Por la parte de los ejecutivos los 5 países que encabezan la lista son: Argentina, Colombia, México, Chile, Perú y Uruguay. Por la parte de los ejecutivos los 5 países que encabezan la lista son: Argentina, Colombia, México, Chile, Perú y Brasil, Puerto Rico fue el país con más baja participación, y fue el único país del Caribe que al menos participó como consumidor.

Gráfico 3. Actividad económica de las empresas del estudio

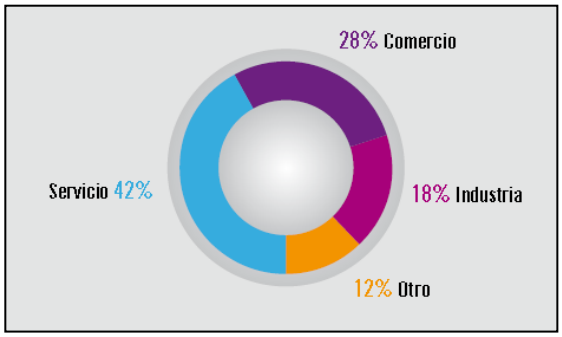
En los siguientes tres gráficos podemos observar las características de las empresas que participaron en este estudio, a que sector pertenecen y la actividad económica a la que se dedican:

Industria	Construcción
	Energía (electricidad, gas, y petróleo)
	Minería
	Transporte y almacenamiento
	Sanitarias
Servicios	Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas
	Comunicaciones
	Educación, salud, y servicios sociales
	Servicios empresariales (seguros, asesoramientos)
	Servicios financieros y bancarios
	Turismo, hoteles y restaurantes
Comercio	Agricultura, ganadería, pesca
	Comercio
	Manufacturas (alimenticios y bebidas, tabaco, textiles, cueros, papel, químicos, plástico, maquinaria, aparatos eléctricos, vehículos, reciclaje)
	Multi marcas- retail

Más información sobre la clasificación en:

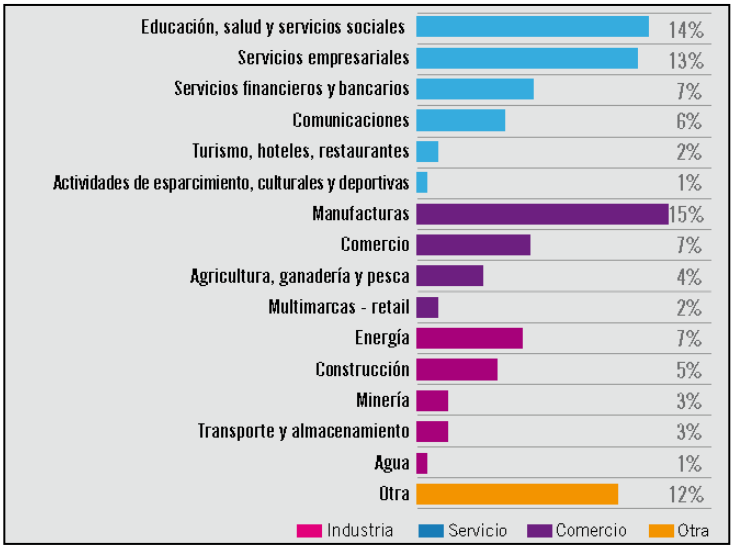
http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?cl=2&lg=3

Gráfico 4. Principal actividad económica de la empresa (agrupada)



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.

www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Las empresas con mayor participación en este estudio pertenecen a los siguientes sectores económicos:

- Manufacturas: 15%.
- Educación, salud y servicios sociales: 14%.
- Servicios Empresariales: 13%.

1.1.2. Dimensiones del estudio "El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011"[8]

Este estudio abarcaba la percepción de ejecutivos y consumidores en cinco dimensiones principales:

[8] Kowszyk –Covarrubias. *El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011*. Red Forum Empresa. En: www.empresa.org/Estudios**2**011/estado-rse-2011-libro.pdf

1. **Dimensiones de RSE:**
   - Toma de decisiones y transparencia (incluye prácticas justas de operación).
   - Relaciones con la comunidad.
   - Medio ambiente.
   - Consumidores o usuarios.
   - Relación con los trabajadores.

2. **Estrategias de difusión de información sobre RSE de la empresa.**

3. **Capacidad instalada en la empresa para el avance de la RSE.**
   - Reportes de sustentabilidad.
   - Adhesión a estándares internacionales.
   - Cargo específico sobre RSE.
   - Adhesión a una entidad promotora de RSE.

4. **Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE.**
   - Nivel de confianza en los distintos sectores (sólo para consumidores).
   - Opinión sobre la legislación en temas sociales y medioambientales.
   - Prácticas de consumo responsable (sólo para consumidores).

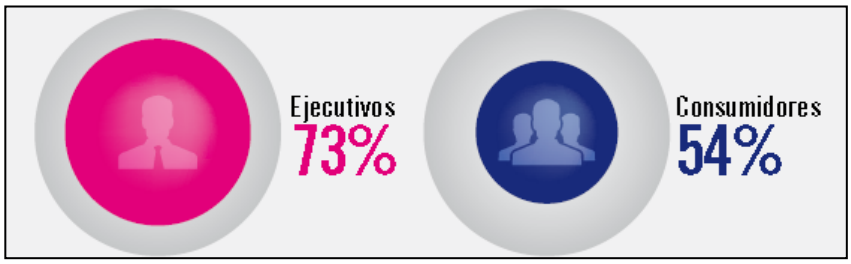
5. **Información sobre la empresa: actividad económica, cantidad de trabajadores, pertenencia al ranking de las 500 más grandes.**

A continuación serán analizados los resultados que se obtuvieron en cada una de estas cinco dimensiones:

1.1.2.1. Percepción general

La variable “Nivel de RSE” es el promedio de todos los ítems que componen las cinco dimensiones de la RSE mencionados anteriormente.

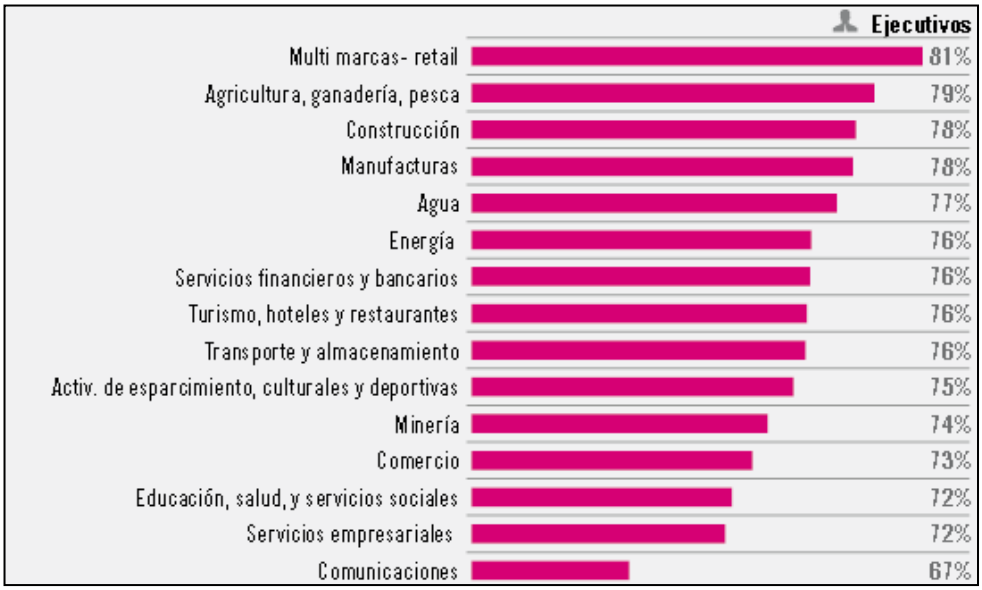
Gráfico 5. Percepción del nivel de RSE según ejecutivos y consumidores



“El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011”.Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

En este gráfico 5 se puede observar que los ejecutivos asignaron a las empresas en las que trabajan un nivel de RSE del 73%, mientras que los consumidores asignaron a las empresas de los países donde viven un 54%, tenemos una diferencia de casi 20 puntos.

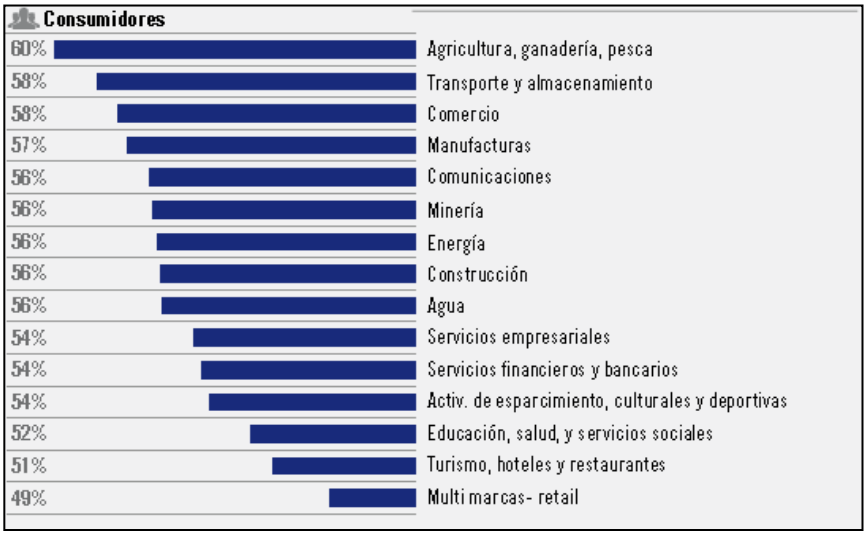
Gráfico 6. Percepción sobre el "Nivel de RSE" de las empresas según actividad económica (ejecutivos)



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Los ejecutivos que mejor evaluaron a las empresas donde trabajan corresponden a los sectores multi marcas- retail, agricultura, ganadería y pesca, construcción y manufacturas.

Gráfico 7. Percepción sobre el "Nivel de RSE" de las empresas según actividad económica (consumidores)



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Los consumidores indicaron que los sectores económicos más socialmente responsables desde su perspectiva son agricultura, ganadería y pesca, transporte, comercio y manufacturas. Podemos notar que para los ejecutivos el sector de las multi marcas-retail está primero en la lista sin embargo para los consumidores, se encuentra en el último lugar.

Sobre el sector de las Comunicaciones, tema que ocupa este trabajo, notar como para los ejecutivos se encuentra en el último lugar de la percepción del nivel de RSE con un 67% y para los consumidores se muestra aún más bajo con apenas un 56% en los países latinoamericanos.

1.1.2.2. Dimensión 1: Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos

Este estudio realizado por la RED Forum es uno de los grandes esfuerzos que están haciendo grandes organizaciones para demostrar que el desarrollo exitoso de una empresa está estrechamente relacionado, no sólo con las variables económicas, sino con un entorno social favorable, una imagen positiva que genere la lealtad de sus clientes y el orgullo de sus empleados.

Ya hemos definido la RSE como un modelo de gestión empresarial, mediante el cual, las empresas asumen un compromiso social a través de acciones y actividades que contribuyen al desarrollo y bienestar de la comunidad, su personal, los clientes y la sociedad en su conjunto.

En esta primera dimensión, se presentan los resultados del nivel de RSE en cada una de estos aspectos, por lo tanto se considera muy importante definirlos[9]:

- **Consumidores y usuarios:** Este aspecto incluye el diálogo con la comunidad, dar acceso a los usuarios a la información que los mismos soliciten y de esta forma dar una rendición de cuentas a través de la publicación de informes y auditorías demostrando la transparencia y acciones, así como los avances de la empresa en la responsabilidad social. Es muy común la utilización de medios de comunicación para relacionarse con la comunidad a través de la publicidad de sus acciones por la radio, televisión, diarios,

[9] Orsi, Adriana. *La Responsabilidad Social Empresarial en los Países en Desarrollo*. Vol. 5, no. 17, 2007. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp_ao.htm.

revistas, internet y elaboración de gacetillas informativas que se dan a divulgación.

Otra herramienta muy utilizada por las empresas son las encuestas sobre consumo e imagen que evalúan la imagen que la sociedad tiene de ellas y les permite saber qué cosas deben modificar o reforzar.

- **Relación con los trabajadores:** Son todas aquellas acciones orientadas a la mejora de la calidad de vida laboral del personal, clientes, proveedores y accionistas. El respeto a los derechos laborales y cumplir con la legislación laboral vigente de cada país, además del cumplimiento de los principios y derechos internacionales establecidos por la OIT (Organización Mundial del Trabajo).

  Como complemento a las obligaciones legales se agregan otras acciones como: la capacitación de los empleados, incentivar la finalización de sus estudios, mejoramiento del ambiente de trabajo, brindar servicios como transporte y guarderías, motivar y facilitar a los empleados a que participen de acciones solidarias, prácticas relacionadas con el buen gobierno de las empresas como son la democracia corporativa a través de relaciones de poder armoniosas entre todas las áreas con que se preocupan por la no discriminación entre ninguno de los integrantes de la empresa , así como incentivar el espíritu de colaboración entre clientes, proveedores, las autoridades gubernamentales, etc.

- **Relación con la comunidad:** En esta área se incluye a todas las políticas que se llevan a cabo en unión con la comunidad, en la

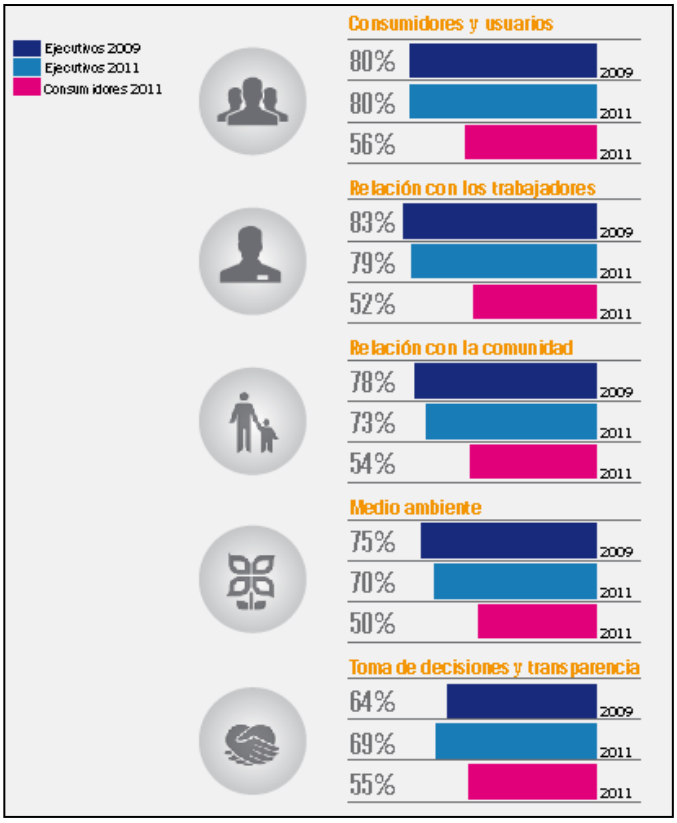
cual se encuentra instalada. Las colaboraciones más comunes son: apoyar proyectos de infraestructuras para mejorar caminos, parques, apadrinar escuelas, comedores, hospitales y orfanatos, donación de libros, y brindar ayuda a proyectos comunitarios, creación de fundaciones que recaudan fondos para temas sociales, donaciones en casos de catástrofes, crean centros de investigaciones, ofrecen becas para estudiantes de bajos recursos, organización de eventos deportivos y culturales, entre otras.

- **Medio ambiente:** Otra área relevante es el cuidado y protección del medio ambiente, en donde se espera de la empresa un compromiso mayor al cumplimiento obligatorio y efectivo de las normas ambientales existentes, a través de acciones como pueden ser: la certificación y adopción de un sistema de calidad y de gestión ambiental, promoción de campañas relacionadas con el medio ambiente, colaborar con la educación ambiental, actividades como forestar algún lugar, asumir la responsabilidad de la limpieza de algún espacio en la comunidad, etc. Además deberá asumir una actitud de mejora continua, a través de la utilización de tecnologías y modos de producción que reduzcan los niveles de contaminación o impactos negativos, así como uso eficiente de los recursos naturales.

- **Toma de decisiones y transparencia:** Esto se refiere a la ética empresarial, es un valor poco visto en estos tiempos en que los negocios en su mayoría son muy pocos claros. Debe utilizarse en todas las políticas y acciones y ser coherentes en el tiempo. Para las empresas que deciden utilizar el sistema de RSE la ética debe

ser un pilar central en todo el desempeño de las actividades. Debe poder visualizarse en medidas concretas como por ejemplo: la participación en licitaciones públicas y abiertas evitando contrataciones directas que muchas veces son mal vistas y sospechosas o aplicar la ética en la forma de elección de proveedores y la tercerización de algunas tareas.

Gráfico 8. Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos



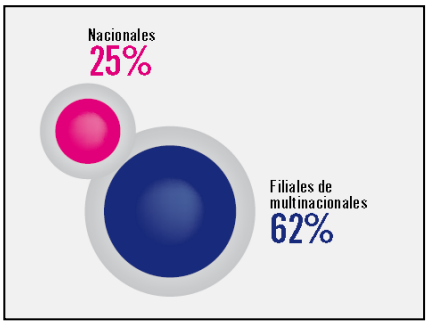
"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

En este gráfico 8 podemos notar, que a nivel de los ejecutivos la RSE descendió en la mayoría de las variables con respecto al estudio realizado en el 2009; sólo la variable “Toma de decisiones y transparencia” aumentó en sólo 5 puntos. También se puede ver las diferencias considerables, de hasta 20 puntos, en la percepción de los ejecutivos y consumidores. De esto podemos asumir, que aunque los ejecutivos conocen los esfuerzos que están realizando las empresas en estos programas los consumidores no necesariamente reconocen, valoran y están informados de los mismos.

1.1.2.3. Dimensión 2: Estrategias de difusión de información sobre RSE de la empresa

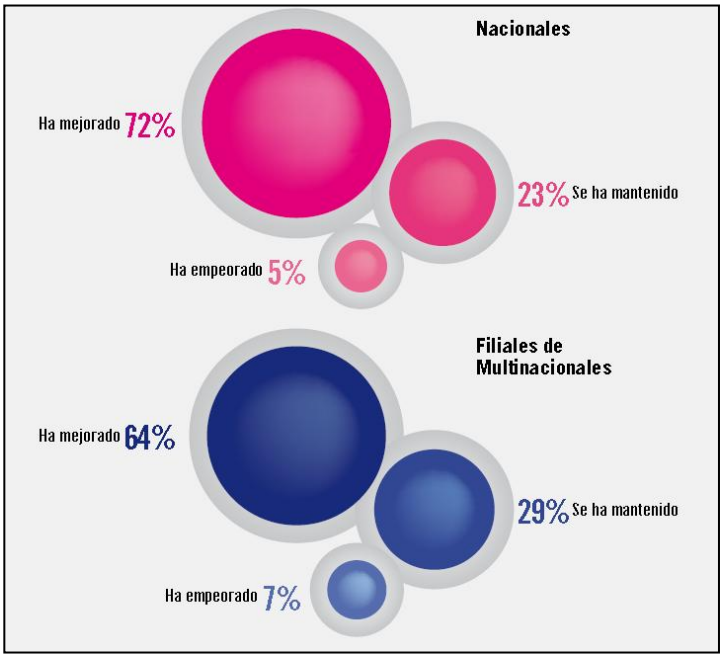
Todas las iniciativas relacionadas con la RSE procuran en sus principios que los esfuerzos realizados en estos programas sean ampliamente conocidos y publicados por todos los grupos de interés relacionados a la empresa. Los gráficos presentados en esta dimensión presentan cómo perciben los ejecutivos y consumidores que las empresas han avanzado en el tema de RSE en su país.

Gráfico 9. ¿Ud. considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son? Percepción de ejecutivos y de consumidores



“El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011”.Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Gráfico 10. ¿Cómo se han comportado las empresas en los últimos dos años? Percepciones de ejecutivos y consumidores



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

También podemos notar que los ejecutivos y consumidores han percibido que la RSE ha mejorado en las empresas nacionales más que en las empresas multinacionales en los últimos dos años.

1.1.2.4. Dimensión 3: Capacidad instalada en la empresa para el avance de la RSE

Esta dimensión abarca 4 aspectos relacionados a la gestión socialmente responsable que las empresas deben realizar y que definen un estándar que le sirve de base para medir los avances y los logros que se alcancen en los años siguientes de ejecución. Es necesario definir

claramente esta dimensión para poder interpretar los resultados del estudio[10].

1.1.2.4.1. Adhesión a estándares y reportes de sustentabilidad

A partir de que las empresas definen sobre qué base medirán su RSE, podrán planificar sus actividades para que las mismas estén alineadas a su gestión estratégica y a las necesidades y preocupaciones de sus grupo de interés.

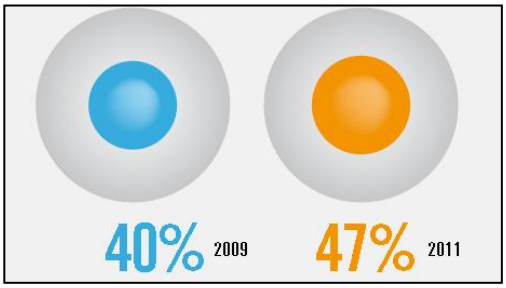
Reportes de sustentabilidad, tal como vimos en nuestro marco conceptual el desarrollo sustentable procura que el interés por la conservación del medio ambiente crezca en igual proporción del crecimiento económico de los pueblos, significa además que aquello que se obtiene del sistema ambiental para alimentos, vivienda, ropa, energía y otros usos humanos se retorne al sistema en forma de desperdicios que puedan re-usarse.

Un reporte de sustentabilidad, independientemente de la metodología que se utilice, debe mostrar los resultados en función de la triple línea de base: ambiental, social y económica. Hay una gran variedad de reportes de sustentabilidad, no hay un formato validado universalmente pero aquellas empresas que suscribieron el **Pacto Mundial (The Global Compact)** están obligadas a seguir el protocolo establecido por el G-3 (tercera versión) del Global Reporting Initiative (GRI).

---

[10] Franco, Pedro. *El Reporte de Sostenibilidad: Oportunidades u Oportunismo para las Empresas*. En: http://www.puntodeequilibrio.com.pe/punto_equilibrio/01i.php?pantalla=noticia&id=15645&bolnum_key=24&serv_key=2100.

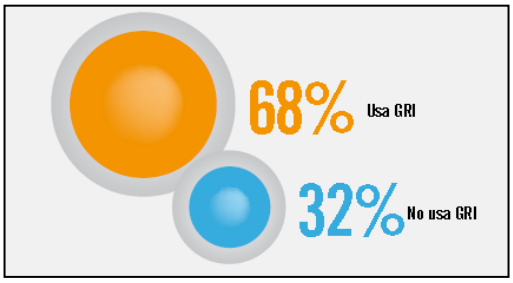
Gráfico 11. ¿Su empresa publica reportes de sustentabilidad? Comparación con 2009



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

El estudio menciona hubo un leve aumento del número de empresas que publicaron reportes de sustentabilidad, en 2009 (40%) y en 2011 (47%).

Gráfico 12. Empresas que utilizan metodología GRI. Año 2011



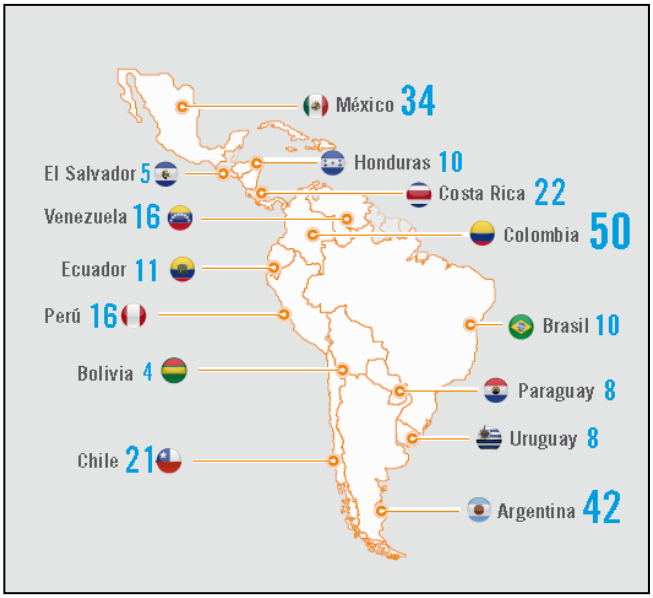
"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Como se mencionó anteriormente, aquellas empresas que suscribieron el Pacto Mundial (The Global Compact) están obligadas a seguir el protocolo establecido por el G-3 (tercera versión) del Global Reporting Initiative (GRI).Las empresas, de manera voluntaria, pueden decidirse a adherirse a estándares internacionales, esto quiere decir que estarán velando por la

publicación de su participación en RSE y emitiendo reportes, uno de estos se basa en el reporte de la metodología GRI (Indicadores del Global Reporting Iniciative por sus siglas GRI) el cual veremos en detalle en el capítulo 2 de este estudio.

El 68% de las empresas participantes en este estudio dicen utilizar la metodología GRI para normar la responsabilidad social en las empresas.

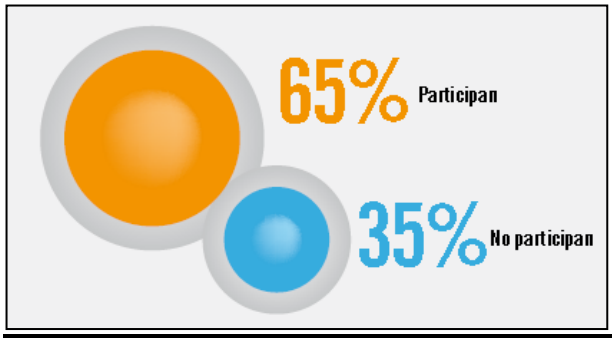
Gráfico 13. Empresas que utilizan metodología GRI, por país



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

En este gráfico podemos visualizar la cantidad de reportes publicados en los países que participaron en el estudio. Los países que más reportan son Colombia, Argentina, México, Costa Rica, Chile y Perú. Como pudimos observar en el gráfico 2, los países con mayor cantidad de respuestas tanto de ejecutivos como de consumidores se corresponden con los países que dicen estar utilizando esta metodología.

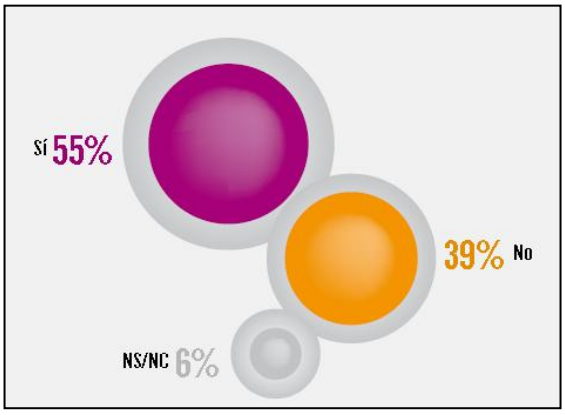
Gráfico 14: Empresas que incorporan a sus grupos de interés en la elaboración de reportes. Año 2011



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

El 65% de las empresas participantes dicen que involucran sus grupos de interés en los reportes publicados sobre RSE.

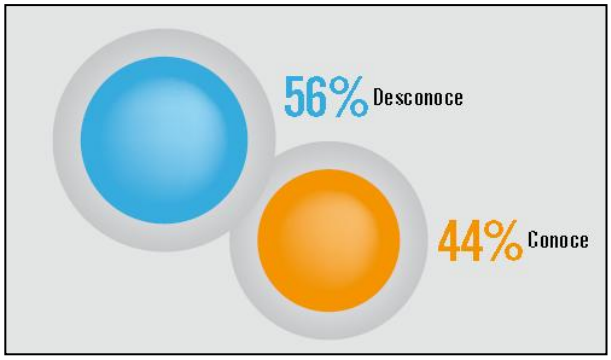
Gráfico 15. ¿Cuenta su empresa con una estrategia/ política de sustentabilidad o RSE escrita y difundida?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Esto se refiere a la dimensión **cargo específico sobre RSE**. Sobre este aspecto, la mitad de las empresas 55% de este estudio afirmó que cuenta con estrategias y políticas de RSE escritas y difundidas, sin embargo el 68% de las empresas contestaron que usan la metodología GRI para sus reportes y justamente uno de las dimensiones solicitadas por esta metodología se refiere al claro conocimiento por parte de toda la empresa y sus grupos de interés de estas estrategias y políticas.

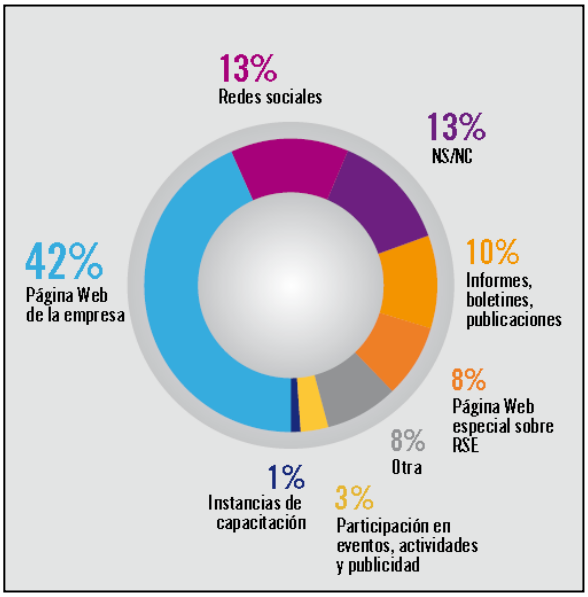
Gráfico 16. ¿Conoce los reportes de sustentabilidad? Sólo consumidores



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

En el gráfico 12, podemos ver que sólo el 44% de los consumidores evaluados conoce que las empresas participen en algún programa de RSE. Otra vez evidenciamos la falta de interés de las empresas (sobre todo de las participantes) de que sean conocidas por los consumidores sus estrategias de RSE.

Gráfico 17. ¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación de la RSE en su empresa?

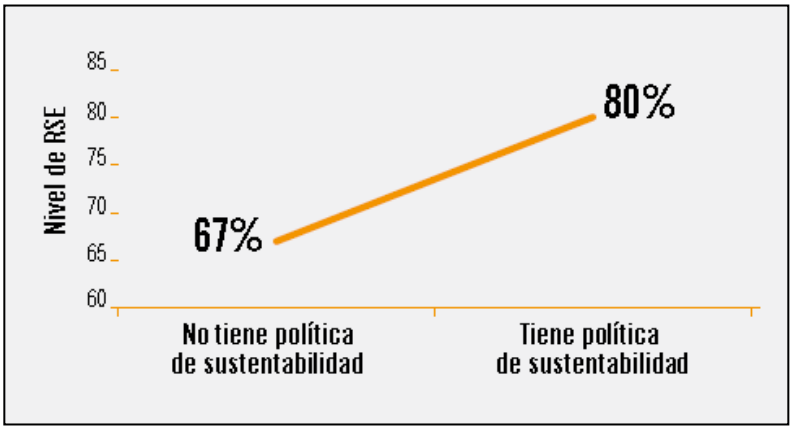


"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Acerca de los medios que utilizan estas empresas para comunicar sus estrategias de RSE los ejecutivos afirmaron que el medio más usado es la página WEB con un 42% y luego le siguen las redes sociales con un 13% (ambos medios de bajos costos).

Otro aspecto que fue evaluado en esta dimensión es la **adhesión a una entidad promotora de RSE,** esto nos permite ver la relación que existe entre las empresas que poseen una política de sustentabilidad escrita y difundida y el nivel de RSE que se percibe, notando así una relación directa, las empresas que han formalizado este tema muestran niveles más altos de RSE.

Gráfico 18. Relación entre "Nivel de RSE" y posee o no posee una política de sustentabilidad escrita y difundida

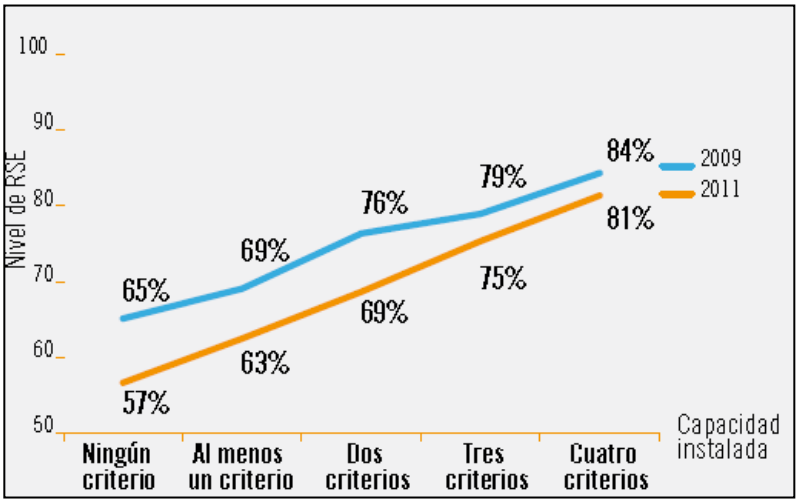


"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Para resumir esta tercera dimensión mostramos la relación entre el nivel de RSE y la capacidad instalada. La capacidad instalada incluye los siguientes componentes:

- La empresa cuenta con un reporte de sustentabilidad.
- Ha integrado al menos un estándar internacional.
- Cuenta con un cargo especifico RSE entre su personal.
- Se adhiere a una entidad promotora de RSE.

Gráfico 19. Relación entre "Nivel de RSE" y "Capacidad instalada" en la empresa para implementar RSE



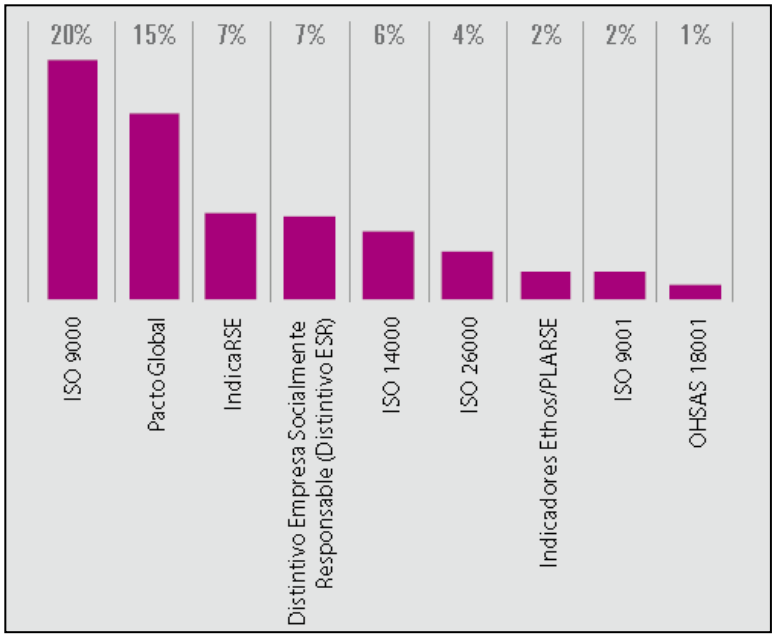
Categorías:
Capacidad no desarrollada: la empresa no cuenta con ninguno de los componentes de "Capacidad instalada".
Capacidad instalada incipiente: la empresa ha integrado uno de los componentes.
Capacidad instalada intermedia: la empresa ha integrado entre 2 y 3 componentes.
Capacidad instalada avanzada: la empresa ha integrado los 4 componentes.

"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

El gráfico 19 nos indica que las empresas que tienen más recursos o capacidad instalada para el avance de la RSE cuentan con mejores niveles de RSE. También podemos observar como bajaron estos indicadores con respecto al 2009.

Respecto de si las empresas han integrado al menos un estándar internacional, en el siguiente gráfico podemos ver cuáles son los estándares más usados por las empresas de Latinoamérica. Algunos de estos estándares serán detallados más adelante en este trabajo.

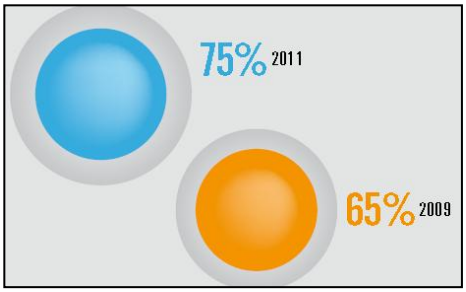
Gráfico 20. ¿A cuál de estos estándares adhiere su empresa?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Los estándares de mayor adhesión son la ISO 9.000 y el Pacto Global. Sólo el 3,9% indicó estar utilizando la guía ISO 26.000. Esto último puede estar condicionado por su reciente publicación, a pesar de ser el estándar más consensuado a nivel mundial.

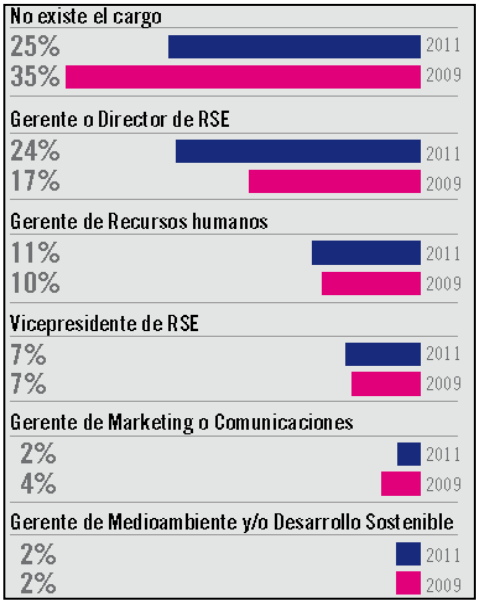
Gráfico 21. ¿Su empresa tiene un encargado de RSE?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Además fue evaluada en las empresas si dentro de la misma existe un cargo específico RSE responsable de la gestión de este modelo, y el 75% de los ejecutivos así lo afirmaron. Esta actividad se ha incrementado respecto al 2009.

Gráfico 22. ¿Cuál es su cargo?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Dentro de la estructura organizacional los niveles directivos y gerenciales se muestran con la más alta puntuación de hasta un 24%.

1.1.2.5. Dimensión 4: Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE

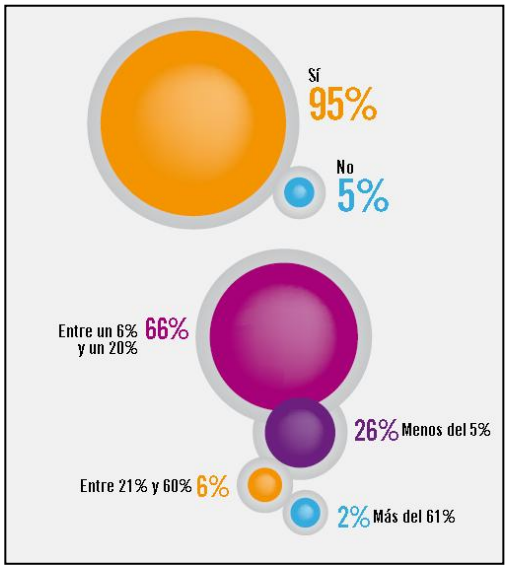
Esta dimensión abarca varios aspectos[11]:

a. Nivel de confianza en los distintos sectores (sólo para consumidores)
b. Opinión sobre la legislación en temas sociales y medioambientales.
c. Prácticas de consumo responsable (sólo para consumidores).

Bajo estos aspectos encontramos los siguientes resultados: preferencia por productos socialmente responsables y los principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según ejecutivos y consumidores.

[11] Tomado de Artículo*: Estudio sobre el Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011*.Diciembre 2011. En: http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=656.

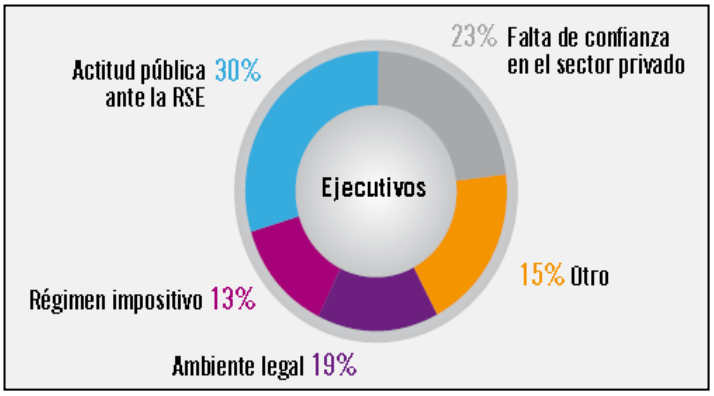
Gráfico 23. ¿Usted preferiría comprar un producto que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor? ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

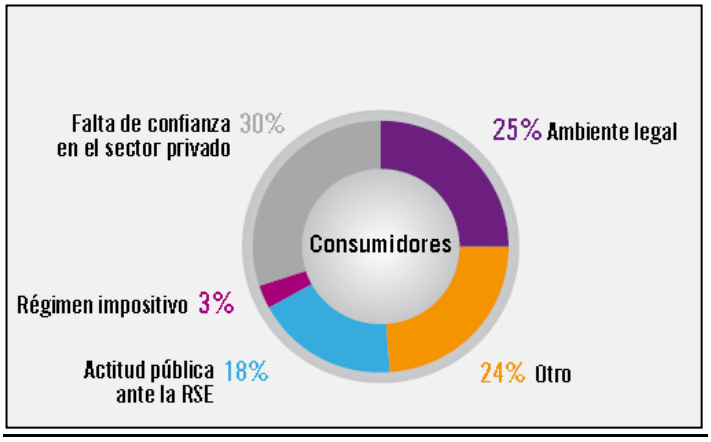
Los consumidores definitivamente están dispuestos a consumir productos y servicios de empresas socialmente responsables en un 95%, siempre que esta práctica no vaya a representar más del 20% de incremento en sus precios.

Gráfico 24. Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según ejecutivos



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

Gráfico 25. Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según consumidores



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

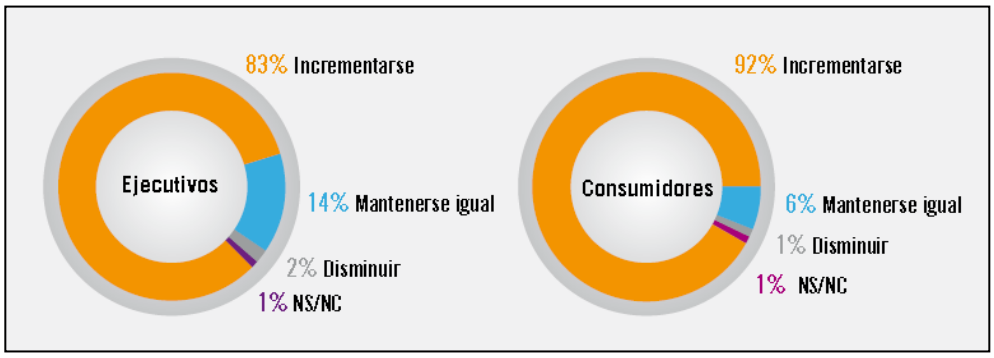
Tabla 1. Principales obstáculos que enfrenta la RSE según consumidores y ejecutivos (Gráfico 24 y 25):

Obstáculos	Consumidores	Ejecutivos
Falta de confianza en el sector privado	30%	23%
Régimen impositivo	3%	13%
Actitud pública ante la RSE	18%	30%
Ambiente legal	25%	19%
Otro	24%	15%

Autoría propia

Para los ejecutivos, el mayor obstáculo para el avance de la RSE se refiere a la actitud pública hacia la RSE, a diferencia de los consumidores que responsabilizan a la falta de confianza en el sector privado. Sobre temas relacionados al medio ambiente hay bastante acuerdo y tanto los consumidores como ejecutivos afirman que la regulación debe incrementarse.

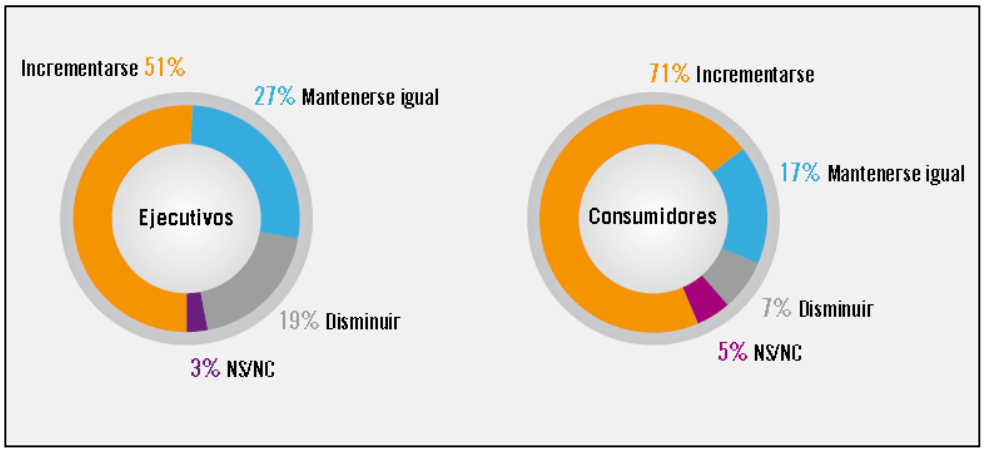
Gráfico 26. ¿Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

En el ámbito de la legislación laboral, consumidores y ejecutivos coinciden en que debe aumentar, aún cuando los consumidores se muestran mucho más convencidos sobre esta necesidad que los ejecutivos.

Gráfico 27. ¿Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe?



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

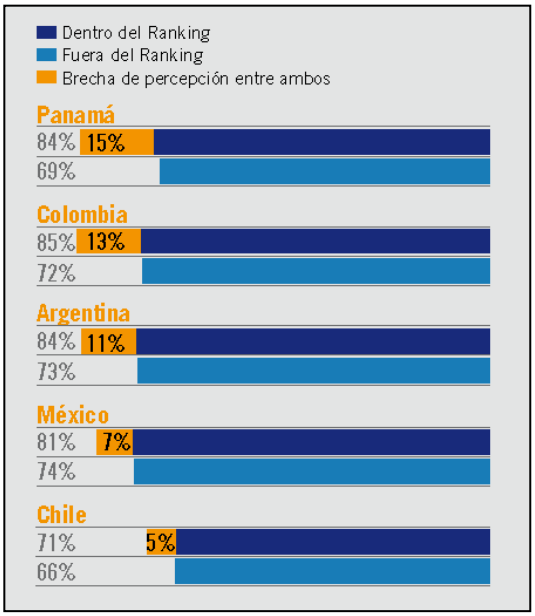
1.1.2.6. Dimensión 5: Información sobre la empresa: actividad económica, cantidad de trabajadores, pertenencia al ranking de las 500 más grandes.

En el gráfico 28 podemos evaluar (ver debajo) cuáles son las diferencias en el "Nivel de RSE" alcanzado por las empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de la región, según América Economía.

Se encontraron diferencias de 15 puntos (en una escala de 0 a 100) en Panamá, 13 puntos en el caso de Colombia, 11 puntos en el caso de

Argentina, y puntajes más bajos para México y Chile. Estas diferencias dan a entender, que los ejecutivos de las empresas que se encuentran dentro del ranking, poseen un grado de acuerdo más alto (es decir, una percepción más favorable) acerca del "Nivel de RSE" en sus empresas, en comparación con los ejecutivos de las demás empresas.

Gráfico 28. Nivel de RSE de empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de América Latina



"El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011".Red Forum.
www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf

1.2. Conclusiones Situación Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica

Algunas conclusiones importantes respecto a este estudio y a la situación actual de la RSE en Latinoamérica:

a. El 81% de los empresarios opinan que el sector económico más socialmente responsable en América Latina es el “Multi marcas - retail”, mientras que los consumidores afirmaron que este sector es el que menos ha desarrollado la RSE.
b. Mientras los ejecutivos creen que sus empresas tienen un 73% de nivel de RSE, los consumidores piensan que las empresas sólo alcanzan un 54%.
c. Respecto a si los consumidores estarían dispuestos a pagar más dinero por productos elaborados de forma sustentable, el 95% está de acuerdo; pero siempre que este costo no exceda el 20%.
d. Es preocupante los niveles de percepción de la variable” Toma de decisiones y transparencia” ya que es uno de los más bajos indicadores de las dimensiones que componen la RSE. Estos resultados fueron los más bajos tanto a nivel de ejecutivos como de consumidores, siendo un 69% y 55% respectivamente.
e. Sobre el sector de las Comunicaciones, tema que nos ocupa, notar como para los ejecutivos se encuentra en el último lugar de la percepción del nivel de RSE con un 67% y para los consumidores se muestra aun más bajo con apenas un 56%, en los países latinoamericanos.
f. Los ejecutivos y consumidores perciben que las empresas multinacionales están más avocadas a realizar actividades de RSE (62%) que las empresas nacionales sólo un 25%. Además percibieron

que las empresas nacionales han mejorado en los temas relativos a RSE en los últimos 2 años más que las empresas multinacionales (72% vs 64% respectivamente).

g. En los últimos dos años ha aumentado de 40% a un 47% la publicación de reportes de RSE.

h. El 68% de las empresas evaluadas utilizan metodología GRI para medir sus niveles de RSE y hacer sus reportes. Los países que más reportan son Colombia, Argentina, México, Costa Rica, Chile y Perú.

i. El 65% de las empresas incorporan los grupos de interés en sus reportes de RSE.

j. Más de la mitad de las empresas, el 55%, cuentan con estrategias y/o políticas de sustentabilidad o RSE.

k. Más de la mitad de los consumidores, un 56%, desconocen que las empresas tienen un programa de RSE.

l. Las empresas que tienen más recursos o capacidad instalada para el avance de la RSE cuentan con mejores niveles de RSE.

m. Los estándares de mayor adhesión son la ISO 9.000 con un 20% y luego le sigue el Pacto Global con un 15%.

n. El 75% de las empresas tienen en su estructura una función para velar por la RSE. El 24% de estas con niveles de directivos o gerenciales. Esta función incrementó considerablemente, en el 2009 representaba un 65% de las empresas mientras que en el 2011 un 75%.

o. Para los ejecutivos, el mayor obstáculo para el avance de la RSE se refiere a la actitud pública hacia la RSE (30%), a diferencia de los consumidores que responsabilizan a la falta de confianza en el sector privado (30%).

p. El 92% de los consumidores entienden deben incrementarse las regulaciones relacionadas con el medio ambiente.

1.3. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana

El concepto de responsabilidad social se convirtió en 2006 en uno de los principales instrumentos de crecimiento corporativo. Desde entonces, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) promueve esta definición en empresas multinacionales, gobiernos, empleadores y organizaciones de trabajadores de diversos países, en especial los de la Comunidad del Caribe (CARICOM), conglomerado al que pertenece República Dominicana[12].

La República Dominicana está apenas iniciando con organizaciones que procuran promover la RSE, pero nos encontramos ante un panorama muy desfavorable, según el Reporte Global de Competitividad 2007-2008, la República Dominicana ocupa la posición 96 dentro del listado de los 131 países analizados en el ranking del Índice Global de Competitividad (el puntaje obtenido es de 3.65, en un rango que va de 1.00 a 7.00).

Este posicionamiento coloca al país por debajo del promedio latinoamericano respecto al indicador de competitividad, el mismo representa un conjunto de numerosos factores: políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de un país (desde un ambiente macroeconómico estable que favorezca el crecimiento, un entorno institucional que permita que los agentes económicos puedan operar eficientemente, la protección de los derechos de propiedad, un sistema judicial adecuado y de calidad, niveles mínimos de corrupción, hasta elementos claves como la educación

[12] Revista Mercado. *Responsabilidad Social Corporativa: Más que un acto solidario*. Ed. Enero 2011. En: http://www.revistamercado.do/2011/01/responsabilidad-social-corporativa-mas-que-un-acto-solidario/. http://www.revistamercado.do/2011/01/responsabilidad-social-corporativa-mas-que-un-acto-solidario/

de toda la población y el entrenamiento técnico-profesional). Muchos de estos factores están íntimamente relacionados con la RSE.

Los principales obstáculos para la competitividad y para mejorar el clima de negocios en la República Dominicana según este reporte son[13]:

- La corrupción;
- El limitado acceso al financiamiento;
- Las altas tasas de impuestos y las ineficientes e ineficaces regulaciones impositivas;
- La inestabilidad en las políticas;
- La debilidad en la preparación y capacitación de la fuerza de trabajo;
- La ineficiencia de la burocracia gubernamental, y
- La inadecuada oferta de infraestructura.

Otros elementos mencionados por el Foro Económico Mundial son la falta de ética profesional en la fuerza de trabajo, la inflación, las regulaciones laborales restrictivas, el crimen y la violencia, las regulaciones de tipo de cambio, y la inestabilidad del Gobierno.

1.3.1. Prácticas de RSE en la República Dominicana

La Revista Mercado en su edición de Enero del año 2009 publicó acerca de cómo el empresariado dominicano ha realizado actividades en pro del mejoramiento social del país. Según esta publicación en nuestro país

[13] Economia.com.do. *Competitividad de la República Dominicana, ¿frenados por la corrupción? . Octubre 2009. En: h*ttp://www.economia.com.do/articulos/competitividad-de-la-republica-dominicana-%c2%bffrenados-por-la-corrupcion/

existen organizaciones que ya han creado comités de Responsabilidad Social Empresarial e iniciado programas de RSE, como[14:]

- *Consejo Nacional de la Empresa Privada* (CONEP)
- *Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios* (ANJE)
- *American Chamber* (AMCHAM)
- *Entre otras.*

Otros estudios realizados por ALIANZA ONG del 2008 indican[14:]

Tabla 2. Casos de RSE en República Dominicana

Casos de Responsabilidad Social Empresarial	2006
arte/cultura	5.70%
asistencia social	6.50%
bienestar familiar	0.40%
desarrollo comunitario	15.70%
drogadicción/delincuencia	3.50%
educación	17.80%
infancia	4.30%
en ingreso familiar	0.40%
medio ambiente	9.60%
mujer	2.20%
personas con incapacidad	3.90%

[14] Revista Mercado. La Responsabilidad Social en el Empresariado Dominicano. Ed. Enero 2009, págs. 61-88. En: http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/

Casos de Responsabilidad Social Empresarial	**2006**
recreación/deportes	5.20%
salud	13%
seguridad ciudadana	1.30%
vivienda	3.00%
en otras áreas	0.90%

Revista Mercado. La Responsabilidad Social en el Empresariado Dominicano. En: http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/

Los temas de RSE más abordados por las empresas dominicanas se refieren a educación (17.80%) en primer lugar, al desarrollo comunitario (15.70%) , salud (13%) y por último medio ambiente medioambiente (9.60%).

Algunas de las empresas dominicanas y/o fundaciones que en la actualidad están trabajando en un programa de responsabilidad social son[15:]

- ***AES Dominicana***: trabaja en colaboración continua con la sociedad civil, juntas de vecinos, escuelas, iglesias, asociaciones comunitarias, todo con el objetivo de ayudar a la promoción de actividades relacionadas a la cultura, educación, deporte, medio ambiente, y salud.

- ***Fundación Falcondo***: A través de esta fundación la empresa Falconbridge Dominicana impulsa su responsabilidad social en La Vega y Monseñor Nouel. Apadrinan 77,000 estudiantes en 129 de escuelas a través de su fundación. Además tienen otros

[15] Revista Mercado. La Responsabilidad Social en el Empresariado Dominicano. Ed. Enero 2009, págs. 61-88. En: http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/

programas como los sistemas de manejo forestal, el manejo apropiado del agua, y la restauración de áreas críticas a lo largo de los ríos Yuna y Yaque del Norte, entre otros programas en otras áreas sociales.

- ***Cemex*:** invierte anualmente unos RD$15 millones en iniciativas en mejoramiento del medio ambiente, educación, desarrollo comunitario, y deportes. Han involucrado a su personal en programas de reforestación y conciencia ambiental. Además, poseen el Programa de Becas Universitarias (UCE), Programa de Becas Técnicas, y donaciones de útiles escolares a escuelas públicas.

- ***Cámara Americana***: Tiene un Programa de educación con el objetivo de mejorar la calidad de la educación en República Dominicana. Ya han invertido una suma de casi RD$16 mil millones en esa iniciativa. Con una suma que supera los RD$138 millones han logrado beneficiar doce proyectos de desarrollo comunitario***.***

- ***ALIANZA ONG***: Es una red compuesta por varias organizaciones no gubernamentales con el objetivo de fortalecer la sociedad civil, la investigación y promoción de temas sociales, entre otros temas. Está compuesta por 21 organizaciones de las cuales se destacan la Asociación Dominicana para el Desarrollo de la Mujer (ADOPEM), Asociación para el Desarrollo de Microempresas (ADEMI), Fondo Pro Naturaleza (PRONATURA), Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE), Liga Dominicana Contra el Cáncer (LDC), Patronato Nacional de Ciegos (PNC), entre otras.

- ***Refrescos Nacionales***: Junto con Coca Cola International, durante el 2011, presentó en el país el programa "Apúntate a jugar", a una iniciativa que buscaba incentivar la actividad física de los menores en edad escolar. Además inicio la primera fase en las Aldeas Infantiles SOS (477 niños/as), agregando a este programa temas como la autoestima, el compañerismo, y la oportunidad de generar vínculos afectivos entre los niños/as[16].

Muchas otras empresas toman en serio su responsabilidad social en República Dominicana, de las cuales se destacan el Banco BHD siendo este el primer banco dominicano con una Gerencia de Riesgo Ambiental, sus programas tocan las diferentes dimensiones de la RSE en materia de ética, cuidado del medio ambiente, desarrollo de los recursos humanos y el establecimiento del buen Gobierno Corporativo[17].

1.3.2. Primer estudio de la percepción de la RSE en la República Dominicana

El primer estudio de la percepción de la RSE en la República Dominicana fue realizado por el Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social de la Empresa (OPERSE), de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) en el año 2009. Según este estudio en la República Dominicana los ciudadanos disponen de poca información sobre los programas de RSE; la mayoría de consumidores están dispuestos a cambiar sus hábitos de consumo para preferir productos y

[16] Revista Mercado. Especial Responsabilidad Social Empresarial: COCA-COLA. Ed. No. 223, año 18, Enero 2012, pág. 92.

[17] Revista Mercado. Especial Responsabilidad Social Empresarial: COCA-COLA. Ed. No. 223, año 18, Enero 2012, pág. 82.

servicios de empresas socialmente responsables. Además se concluyó que la percepción que tiene el 90% de las personas encuestadas sobre el comportamiento socialmente responsable de las empresas dominicanas es negativa, debido a que apenas el 10 por ciento de las empresas en la República Dominicana la incorporan dentro de su gestión y, segundo, a la escasa información de la que disponen los ciudadanos sobre los resultados sociales de aquellos negocios que sí se preocupan por ser socialmente responsables[18].

El estudio contó con la colaboración de ARS Universal, Banco Popular Dominicano, Grupo Punta Cana y Multiquímica Dominicana. Para realizarlo se consultaron 2,000 empresas afiliadas a las asociaciones empresariales, lo que conformaron la Encuesta Empresa.

Para hacer un análisis de la situación actual de la RSE en la República Dominicana estaremos tomando los aspectos y valores resultantes de este primer estudio y que servirán de base para identificar los programas actuales y las mejoras continuas a aplicar para que una empresa sea valorada por acciones socialmente responsables. Datos generales relativos o ficha técnica de este estudio[19]:

- **Metodología:** Cuantitativa
- **Diseño del estudio:** No experimental, correlacional - longitudinal

[18] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.11.

[19] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, págs. 31-34.

- **Ámbito geográfico:** República Dominicana, específicamente en Santo Domingo y Santiago.
- **Técnica de recolección de datos:** Encuesta auto aplicada vía internet.
- **Población:** Ejecutivos de empresas y consumidores.
- **Fecha de recolección de datos**: La recolección de datos se efectuó en dos etapas: una primera, que se extendió desde el 1ro. al 31 de octubre 2009, y la segunda, del 1ro. de noviembre al 12 de diciembre del 2009.
- **Técnica de muestreo:** No probabilística por accesibilidad. De las 2,000 solicitudes enviadas, se obtuvo un total de 196 respuestas. De las 196 respuestas obtenidas, se eliminaron 31, algunas por ser consideradas poco confiables, otras por estar inconclusas. Por lo que para el procesamiento de los datos sólo se tomaron finalmente en cuenta, 165 respuestas válidas.

Clasificación de las empresas encuestadas

En la República Dominicana se suele clasificar las empresas de acuerdo a su dimensión, al número de empleados, los activos y las ventas del negocio. De acuerdo al número de empleados las empresas pueden ser:

- Microempresas: Menor o igual a 10 empleados.
- Pequeñas: Son aquellas que tiene de 11-50 empleados.
- Medianas: Entre 51 a 150 empleados.
- Grandes: Si posee más de 150 empleados.

En este estudio el mayor número de empresas que completaron la encuesta corresponde a la mediana empresa.

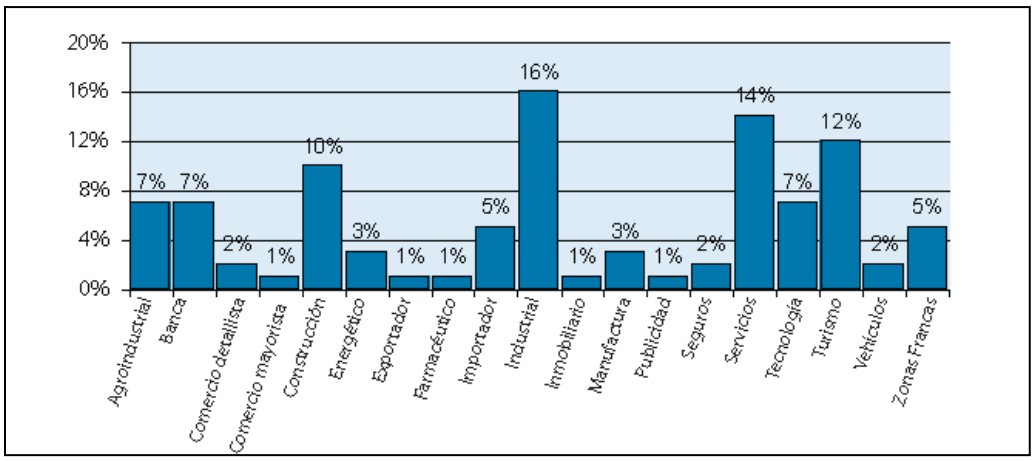
Gráfico 29. Clasificación de las empresas

	SANTIAGO	SANTO DOMINGO	TOTAL	%
Micro	6	13	19	12
Pequeña	9	26	35	21
Mediana	26	43	69	42
Grande	16	26	42	25
TOTAL	57	108	165	100

Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009.

En este estudio sólo participaron empresas de Santo Domingo y Santiago. Santo Domingo tuvo una mejor participación que Santiago (108 vs. 57).

Gráfico 30. Perfiles participantes por sector productivo



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Este gráfico nos presenta que los sectores que más participaron de este estudio fueron: el industrial, de servicios, turismo, construcción, agroindustrial, banca y tecnología.

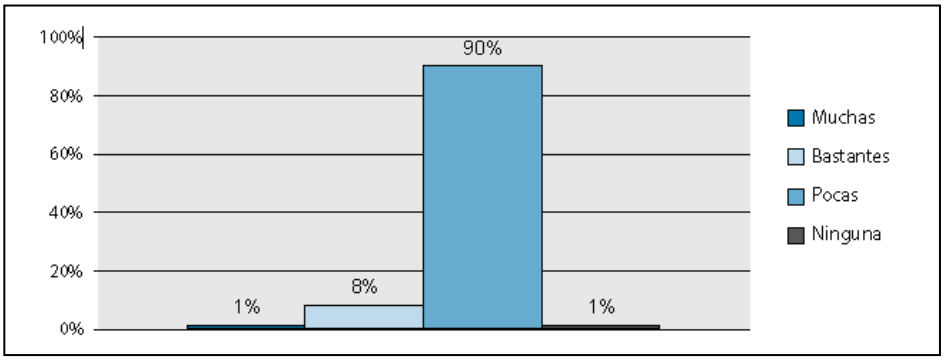
Este estudio abarcó 7 dimensiones principales, de acuerdo al modelo desarrollado por el Instituto Ethos de Brasil, el cual se centra en el enfoque de los grupos de intereses *(stakeholders)*:

1. **Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo (El Buen Gobierno de la Empresa)**
2. **Público Interno**
3. **Medio Ambiente**
4. **Relación con Proveedores o Suplidores**
5. **Relación con Consumidores y Clientes (Dimensión Social del Consumo)**
6. **Relación con la Comunidad**
7. **Relación Gobierno y Sociedad**

1.3.3. Percepción general

A continuación se incluyen las variables evaluadas con referencia a los niveles de conocimiento que tienen los ejecutivos de estas empresas respecto de la RSE.

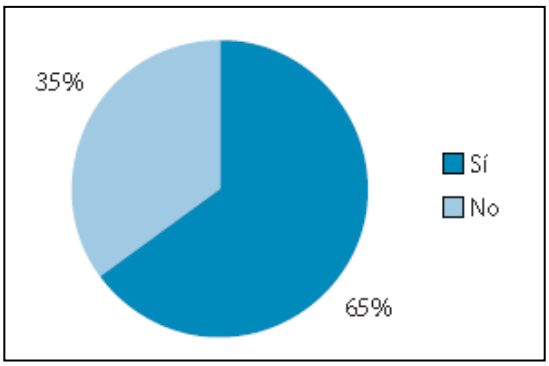
Gráfico 31. ¿Cree usted que las empresas preocupadas por la RSE son?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En este estudio participaron personas de un alto nivel académico y de un nivel jerárquico dentro de la empresa considerable, es de asombro entonces que el 90% de los encuestados (puntuación "pocas") afirman que las empresas dominicanas no están preocupadas por el tema de la RSE.

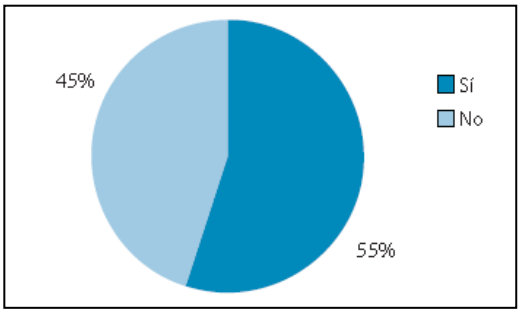
Gráfico 32. ¿Podría nombrar una empresa socialmente responsable?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El 65% de los encuestados afirman conocer alguna empresa socialmente responsable y que cada vez más las empresas dominicanas están incorporándose en este tema, sin embargo en el gráfico 31 estos mismos encuestados dicen que pocas empresas están preocupadas por la RSE, repuestas que se contradicen.

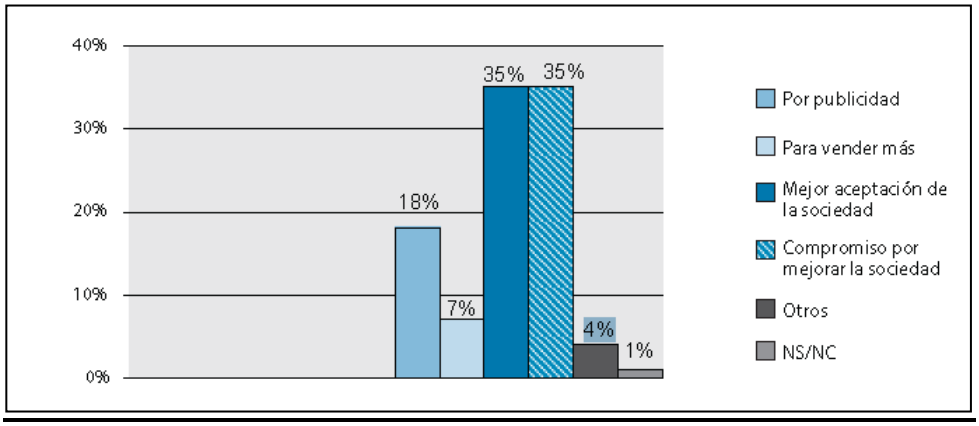
Gráfico 33. ¿Cree que las empresas están cada vez más preocupadas por ser socialmente responsables?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El 50 porciento de los encuestados dice que las empresas se interesan cada vez más en estos temas, como es el primer estudio realizado para la República Dominicana, no conocemos cómo ha variado el mismo en el tiempo.

Gráfico 34. ¿Cuáles son las motivaciones por las que las empresas dicen ser socialmente responsables?

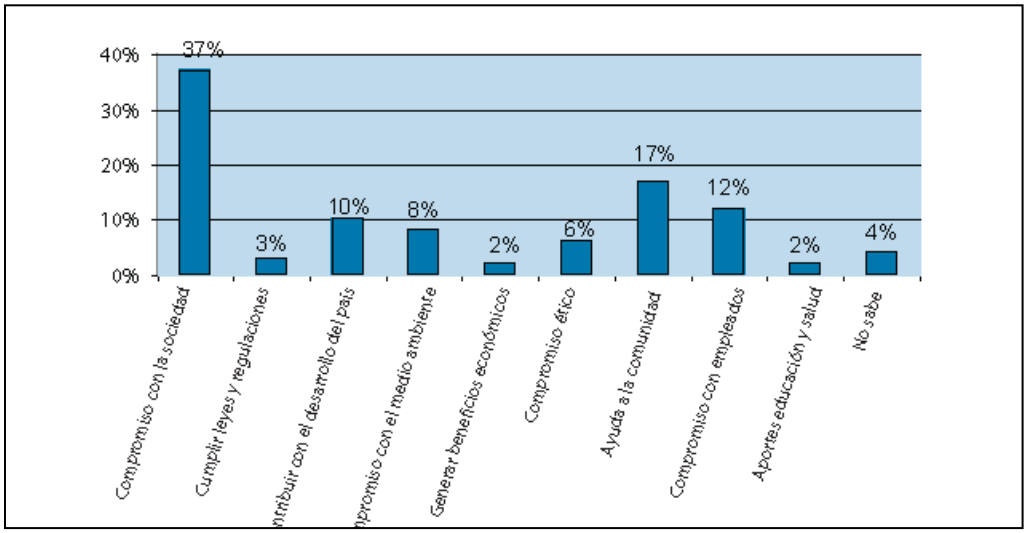


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Parece ser bien interesante la siguiente interrogante del gráfico 34, pues al parecer las empresas están tomando conciencia de la importancia que tiene la RSE sin que la misma sea punto de palanca para la consecución de los objetivos financieros.

Estos ejecutivos afirman que las razones por las que realizan actividades de RSE son para obtener mayor aceptación de la sociedad (35%) y el compromiso que tienen con la misma (35%), o sea el 70% de los encuestados dice que la razón es “meramente” social.

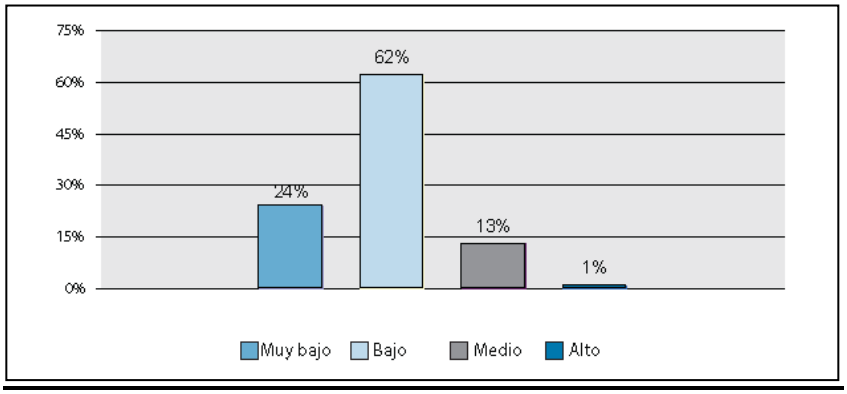
Gráfico 35. ¿Qué cree usted que es la RSE?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Acerca de lo que piensan estos ejecutivos de lo que es la RSE, observamos en el gráfico 35, que se conoce muy bien este tema, puesto que el 37% afirma que la misma es asumir su compromiso con la sociedad, lo cual es muy cierto, y el 17% entiende que es ayuda a la comunidad (17%), si sumamos ambos renglones este indicador alcanza un 54%. También podemos notar como solamente el 2% entiende que practicar RSE es generar beneficios económicos o solamente hacer aportes a la salud o educación.

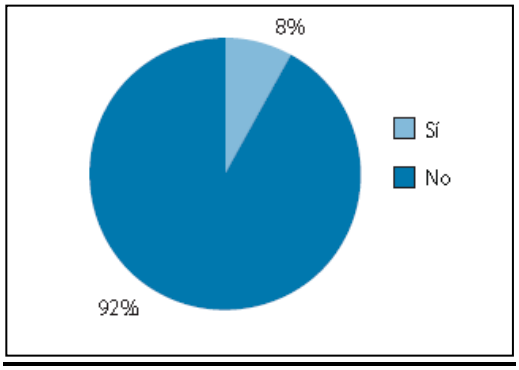
Gráfico 36. ¿Cuál es el grado de desarrollo de la RSE en las empresas dominicanas?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Un alto porcentaje de los encuestados afirman que el nivel de desarrollo de la RSE en el país es bajo y muy bajo (86%) esto demuestra claramente la falta de compromiso que pueden tener los diferentes sectores.

Gráfico 37. ¿Cree usted que existe suficiente información en Rep. Dom, sobre RSE?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Respecto al nivel de información que se tiene acerca del tema de RSE en el país, el 92% de los encuestados afirman que no hay suficiente información sobre el particular.

1.3.4. Dimensión 1: Sobre los valores y transparencia

Los altos ejecutivos deben tomar en cuenta que cada frase y acción tiene un impacto sobre la cultura de su empresa y sus valores[20]. Las empresas utilizan diferentes mecanismos para establecer políticas claras que definan las acciones éticas de sus empleados y las distingan de las que no lo son.

Tal es el caso del código de ética, que plantea los principios que se espera sigan los empleados en sus acciones y proceder dentro de la empresa. Estos códigos ayudan a entender las normas y los valores de las empresas y ofrecen reglas básicas de los comportamientos que son aceptables. Por otro lado también se debe reconocer que las opiniones sobre lo que es ético provienen de la sociedad en que tienen lugar los actos de las personas[21].

Entre los valores más importantes de una empresa se encuentran:

- El valor que tienen como personas todos los que forman parte de la empresa;
- El trabajo como autorrealización humana;

[20] Denison-Mishra. *Cultura Organizacional* "Towarda Theory of Organizational Culture and Effectiveness", Organization Science 6, núm. 2, Marzo - Abril 1995), pág. 381.

[21] Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, págs. 161-164.

- La confianza: los empleados, clientes, accionistas y público en general tienen derecho a que no se les engañe sobre temas que deben estar informados, por ejemplo en la actualidad las practicas que mejoran la calidad y las orientadas al consumidor establecen parámetros de exigencias en lo referente a informar a los consumidores;
- La eficacia y eficiencia: los empleados deben tratar de lograr los objetivos que ha definido la empresa con la mayor eficiencia y eficacia posible. Esto podría ser disminuyendo insumos y maximizando sus productos[22];
- La honradez;
- Entre otros.

Dentro de los valores éticos más importantes para una empresa es el valor de la transparencia, por medio a la cual la empresa divulga sus informaciones, sus decisiones e intenciones de manera clara y veraz a todos los públicos que se relacionan con ella.

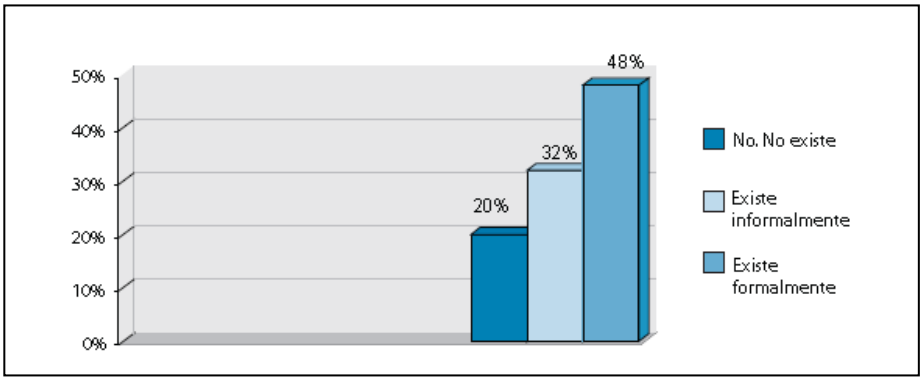
La orientación por valores expresa además, el compromiso ético de la empresa, y el instrumento más adecuado para mostrarlo es el Código de Ética o Declaración de Principios.

Ética Profesional y la RSE están íntimamente relacionadas, gracias a la ética se hace posible llevar a la práctica los valores que pregona la RSE, nos ayuda a ejercer la responsabilidad en un marco de coherencia y correspondencia social. La RSE posee un conjunto de premisas, principios, valores, y normas de conducta que se han establecido por las personas, sin embargo la ética no prescribe ninguna norma o conducta, tampoco la ética

[22] Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 167.

nos obliga o nos recomienda que deba ser realizado. El propósito de la ética se relaciona con el "cómo" se ha de aplicar en los distintos contextos profesionales y personales de nuestra vida los valores sociales[23].

Gráfico 38. ¿Posee la empresa un documento donde expone los principios y valores de la organización?

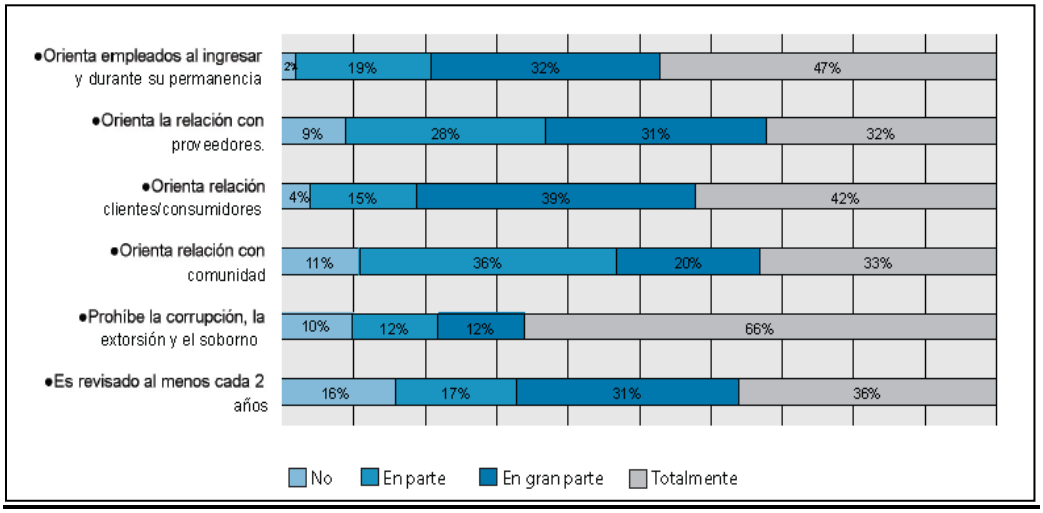


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Como podemos notar en el 20% de las empresas no existe un documento que establezca cuáles son aquellas conductas permitidas o aceptadas dentro de la misma, y si a este valor sumamos el 32% de empresas que poseen estas normas de manera informal, podríamos afirmar que más del 50% de las empresas (52%) no poseen un documento que contiene sus valores y principios y que normen de manera formal su comportamiento dentro de la empresa.

[23] Adaptado de artículo: *Ética Profesional*. En: http://pensardenuevo.org/etica-profesional-en-la-red/

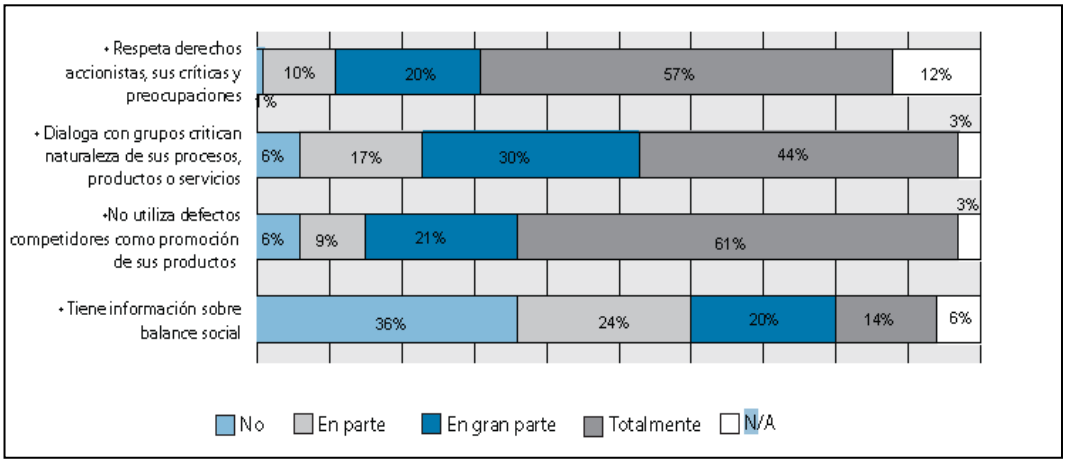
Gráfico 39. En relación al código de ética



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En el gráfico 39 podemos observar que un 79% de las empresas emplean adecuadamente el código de ética para orientar a sus empleados respecto a informaciones relativas a la empresa, relación con proveedores, con respecto a la comunidad, prohíbe la corrupción, etc., esto es para lo casos que si disponen de este código.

Gráfico 40. Valores y transparencia de la empresa



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

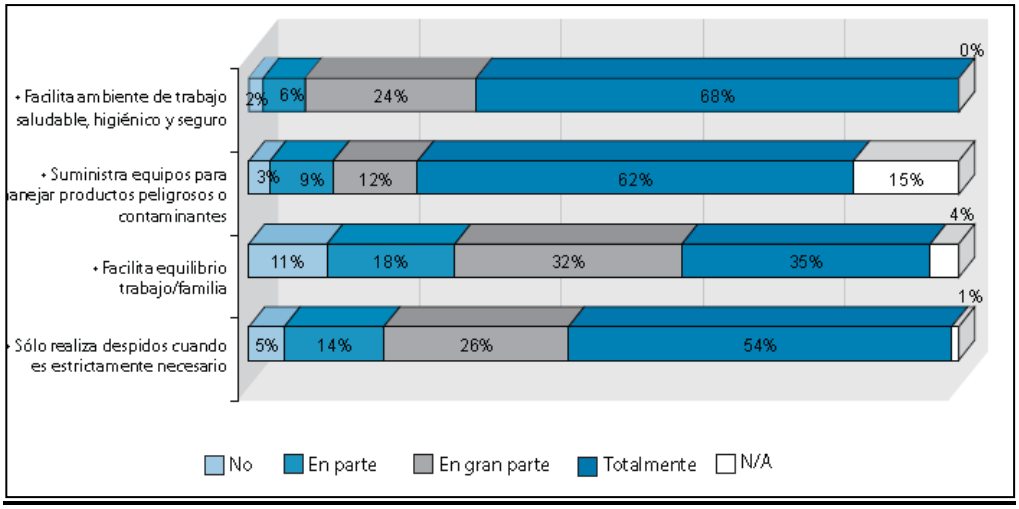
En este gráfico 40 nos muestra los indicadores del buen gobierno de la empresa, según la definición del Instituto Brasileño de Gobernanza Corporativa (IBGC) es *"el sistema por el cual las sociedades son dirigidas y monitoreadas, envolviendo las relaciones entre accionistas, consejo de administración, gerencia, auditoría independiente y consejo fiscal. Las buenas prácticas de gobernanza corporativa tienen la finalidad de aumentar el valor de la sociedad, facilitar su acceso al capital y contribuir a su perennidad".*

En relación a este indicador, los resultados muestran que las empresas (69%) reconocen los derechos de los accionistas y evalúan sus necesidades y preocupaciones. El 74% afirma involucran a sus stakeholders o grupos de interés. El otro valor relevante es que el 83% de las empresas afirman no aplican una política desleal de ventas y promoción de sus productos.

1.3.5. Dimensión 2: Público interno

Como se explicó anteriormente esta dimensión trata acerca de la calidad de vida laboral del personal, de los clientes, proveedores, y accionistas. El respeto a los derechos y legislaciones laborales. Bajo esta dimensión se incluye la salud, seguridad y condiciones de trabajo, el desarrollo profesional de los empleados, valoración y respeto a la diversidad, relación con sindicatos, compromiso con los niños.

Gráfico 41. Salud, seguridad y condiciones de trabajo

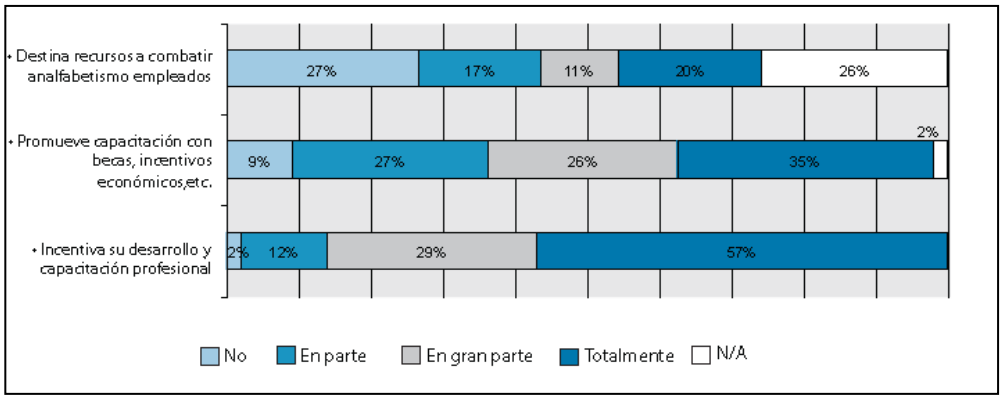


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En este gráfico podemos apreciar que las empresas dominicanas están preocupadas socialmente respecto a las condiciones de trabajo de sus empleados (92%), y pudiéramos decir que gran parte de esa responsabilidad se deriva de las obligaciones exigidas por la ley. Dentro de estas condiciones, la que presenta menor valor (67%) es la relativa al equilibrio que facilitan las empresas trabajo-familia, este es un tema muy del área de

Recursos Humanos el trabajar los aspectos de conformidad y clima dentro de las empresas.

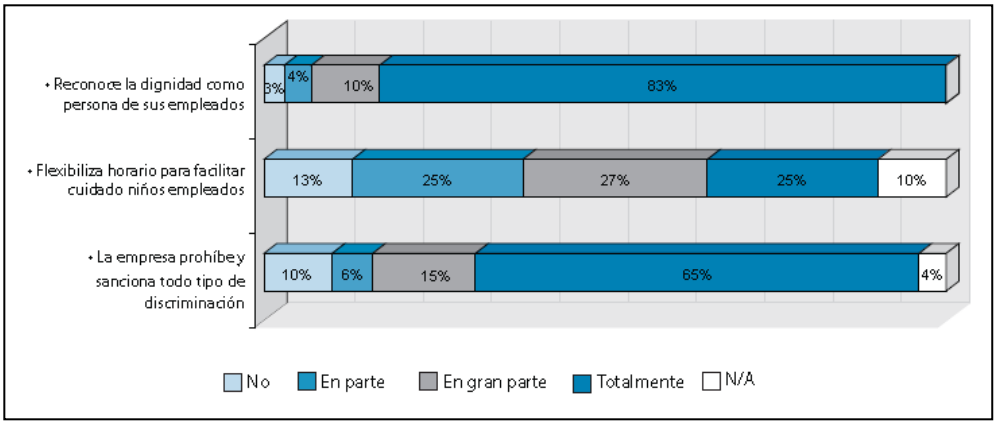
Gráfico 42. Desarrollo profesional de los empleados



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El desarrollo profesional en las empresas dominicanas es valorado y promovido según perciben los empleados en un 86%, pero de manera contraproducente podemos notar que sólo el 61% de las empresas ofrecen becas u otros incentivos económicos a sus empleados. Otro aspecto que sólo obtuvo una puntuación de 31% (totalmente + en gran parte) es la preocupación que tienen las empresas de destinar recursos para combatir el analfabetismo de sus empleados, menos de la mitad de las empresas están preocupándose de que al menos sus empleados sepan leer y escribir.

Gráfico 43. Valoración y respeto a la diversidad

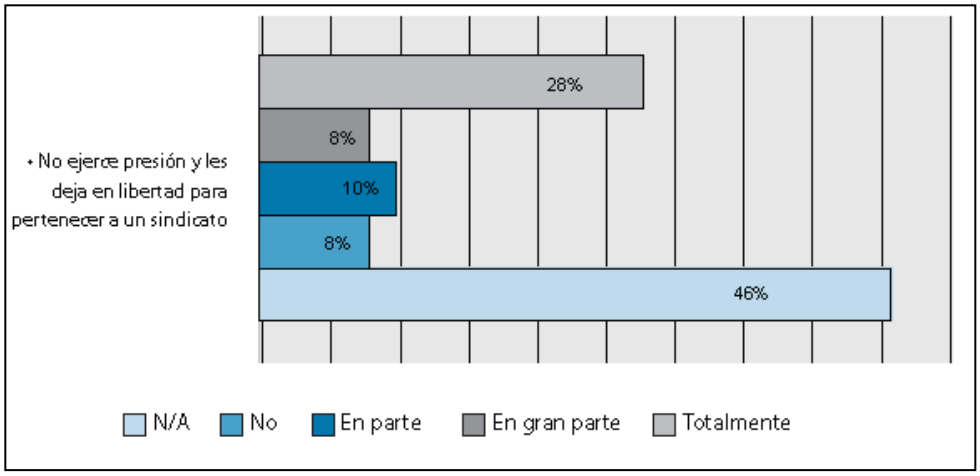


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Respecto de si las empresas valoran y respetan la diversidad, podemos observar que el 80% de los encuestados afirman (totalmente + en gran parte) que sus empresas prohíben toda práctica discriminatoria, en cuanto a género, edad, raza o discapacidad. También podemos notar que los empleados perciben que se le respeta y valora como personas en un 93%.

Al igual que pudimos ver en el gráfico 41 acerca del equilibrio trabajo-familia (67%), en este gráfico también podemos notar como sólo el 52% afirman que sus empresas son flexibles en cuanto al horario de trabajo de aquellos empleados requieren dedicar en igualdad de condiciones para el trabajo y cuidado de los hijos.

Gráfico 44. Relación con los sindicatos



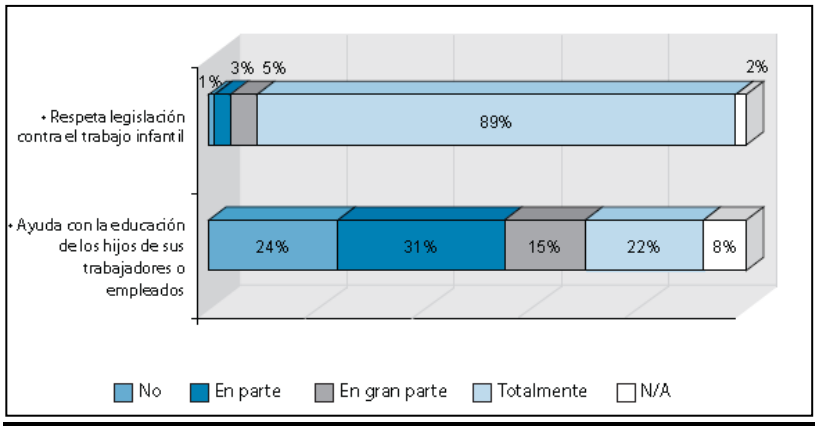
Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En este gráfico podemos notar, que el 46% de los encuestados, marcó como no aplica el renglón acerca de si les dejan participar o pertenecer a sindicatos. Si tomamos en cuenta la cantidad de respuestas que si aplicaron entonces podemos concluir que el 18% de los encuestados (correspondiente a un 33% de los que sí aplican para este renglón) afirman que no permiten o ejercen presión al libre ejercicio de los sindicatos en sus empresas y sólo el 36% (67% de los que sí aplican para este renglón) que sí lo permite o no ejerce ninguna presión a su libre ejercicio.

Más adelante, detallaremos en las diferentes normas que se estarán analizando, la importancia de que exista y se mantenga esta relación con los sindicatos, ya que las empresas socialmente responsables necesitan escuchar las necesidades de su público interno (o empleados) a través de una representación, puesto que es difícil mantener la comunicación directa

uno a uno con los empleados, y más cuando se trata de empresas de un alto volumen de empleados o se trata de un sector específico.

Gráfico 45. Compromiso con los niños



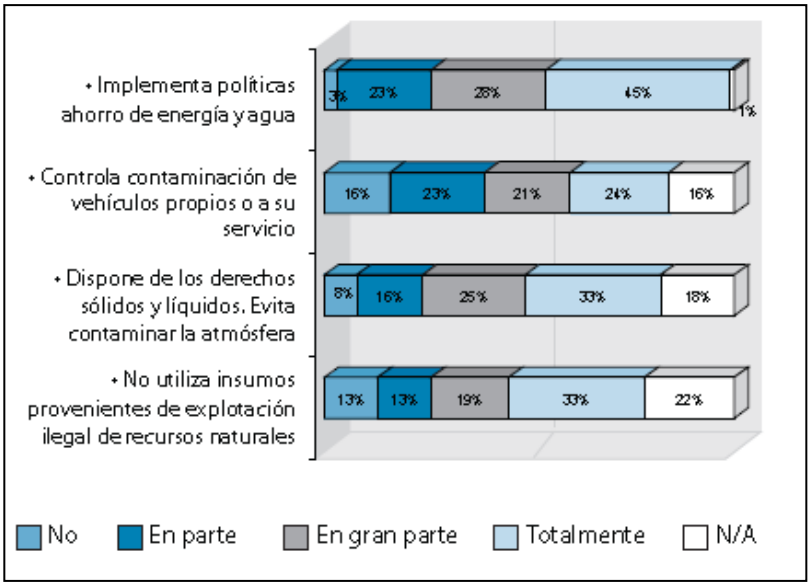
Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El compromiso con los niños/as representa uno de los más importantes de este estudio, ya que el mismo tiene un carácter regulatorio por tanto obligatorio, además su importancia es reconocida por la mayoría de las regulaciones internacionales de Responsabilidad Social. A pesar de su carácter legal, frecuentemente se escuchan que en el país se violan los derechos de la niñez a una vida digna. Una gran mayoría (94%) de los encuestados dicen que no aceptan ni promueven el trabajo infantil.

También podemos notar como menos de la mitad de las empresas dominicanas 55% (no ofrece + en parte) no otorga algún tipo de ayuda en la educación de los hijos de los empleados, mientras tanto como un 37% contribuye o lo hace sólo en parte.

1.3.6. Dimensión 3: Medio ambiente

Gráfico 46. Relación con el medio ambiente



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El problema reciente de la relación empresa-medio ambiente comienza con tres explosiones fundamentales: el poder de la técnica tras su consiguiente conversión en tecnología, la demográfica y la del consumo. Los mecanismos de absorción de la naturaleza comienzan a resultar insuficientes frente a la gran magnitud de productos, consumo masivo y el volumen de desechos que están siendo arrojados al ambiente por los seres

humanos a sus ciclos. Para algunos de estos desechos la no posee mecanismos de biodegradación y de internalización[24].

Para ser éticamente responsable ya no es suficiente con que una determinada acción humana sea el resultado del cumplimiento del deber por parte del que la ejecuta o que implique consecuencias favorables para determinados individuos o grupos. Tampoco es suficiente su rentabilidad, utilidad o su capacidad para generar nuevos empleos. El "progreso" económico que degrada el ambiente, que daña la vida y la salud de los seres humanos y de las demás criaturas vivientes, en pocas palabras, que empobrece la condición humana y ambiental, no puede ser considerado como real progreso[24].

De ahí la importancia de la responsabilidad de las empresas y la nuestra propia de preservar el medio ambiente para las futuras generaciones, es la obligación que se tiene de hacer frente a los comportamientos que están afectando el mundo y que atentan contra la vida humana, animal, vegetal y planetaria. Reconocer este peligro, adoptar políticas de conservación, y disponer adecuadamente de los desechos, son cualidades propias de toda organización responsable.

---

[24] Adaptado: Cuello, César. *Activos Éticos, Responsabilidad Social y Derechos del Consumidor en la República Dominicana*. Págs. 4,6. En: http://www.google.com.do/url?sa=t&rct=j&q=activos%20eticos%20responsabilidad%20social%20y%20derechoa%20del%20consumidor&source=web&cd=3&sqi=2&ved=0CD0QFjAC&url=http%3A%2F%2Fflacso.org.do%2Ffiles%2FACTIVOS-ETICOS-RESPONSABILIDAD-SOCIAL-Y-DERECHOS-DEL-CONSUMIDOR.pdf&ei=5qBcT_WjIM71gge9qJmiCw&usg=AFQjCNEObQ1yrMnvDcgig--DVTMZO2xR2g.

En el gráfico 46 podemos observar cual es el comportamiento de las empresas participantes acerca de implementar políticas de responsabilidad frente al medio ambiente, en los siguientes aspectos (totalmente + en gran parte):

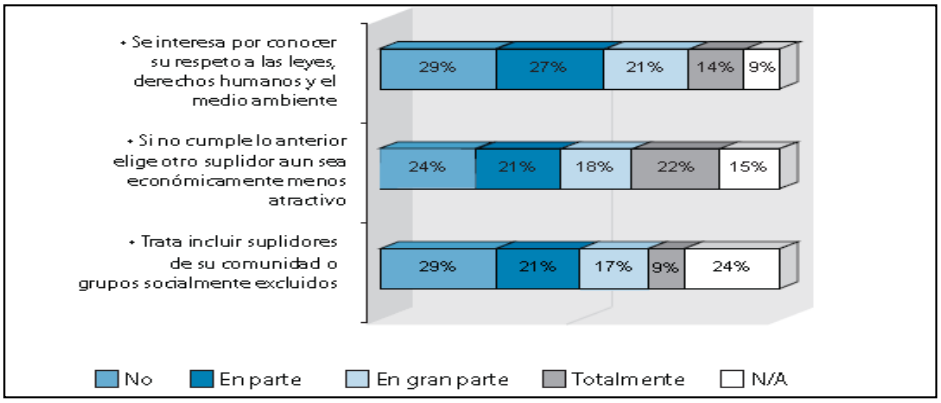
- Ahorro de agua y energía: 71%.
- Control de la contaminación provocada por los vehículos propios o de su servicio: 45%.
- Dispone de los desechos sólidos y líquidos, emisión de gases tóxicos a la atmosfera: 58%.
- No utiliza materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales: 52%.

Es de preocupar, que el único aspecto que consigue la mejor puntuación de los antes citados, tenga que ver con aspectos que su control favorece a la empresa en la reducción de sus gastos de operación, los demás aspectos rondan aproximadamente el 50% de las empresas.

1.3.7. Dimensión 4: Relación con Proveedores o Suplidores

Es importante que se reconozca que la actuación de los proveedores de una empresa puede influir en la responsabilidad social que la misma pretenda aplicar. Un proveedor que represente a la empresa o que forme parte de su cadena de suministro, deberá respetar el diseño de los procesos de calidad exigidos por la misma que forman parte de su estrategia de RSE y cuidar sus actuaciones. Para algunas empresas la mayoría de los impactos, riesgos ambientales y laborales, se encuentran en su relación con estos proveedores.

Gráfico 47. Relación con proveedores



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Los resultados obtenidos respecto a este tema reflejan el poco interés que tienen las empresas de conocer, evaluar y exigir a sus proveedores un comportamiento socialmente responsable, podemos decir que este es uno de los indicadores más bajos de las dimensiones que abarca este estudio.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- ¿Se interesa por conocer el respeto a las leyes, derechos humanos y el medio ambiente por parte de su suplidor? : 35%.
- ¿Si no cumple con lo anterior, elige otro suplidor aún sea económicamente menos atractivo?: 40%
- ¿Trata incluir suplidores de su comunidad o grupos socialmente excluidos?: 16%

Las empresas dominicanas no toman en cuenta la importancia de estos aspectos, aunque muchos de ellos hacen referencia a legislaciones laborales vigentes, respeto a los derechos humanos y al medio ambiente, esto se pone aún más crítico cuando se añade el hecho de en algunas

ocasiones el poder de las empresas en influir en un comportamiento responsable se ve limitado por el poder que tiene el proveedor, por ejemplo, en los casos en que faltan alternativas de proveedores sustitutos o debido al gran tamaño del mismo, la exclusividad o la disposición gubernamental.

1.3.8. Dimensión 5: Relación con Consumidores y Clientes (Dimensión Social del Consumo)

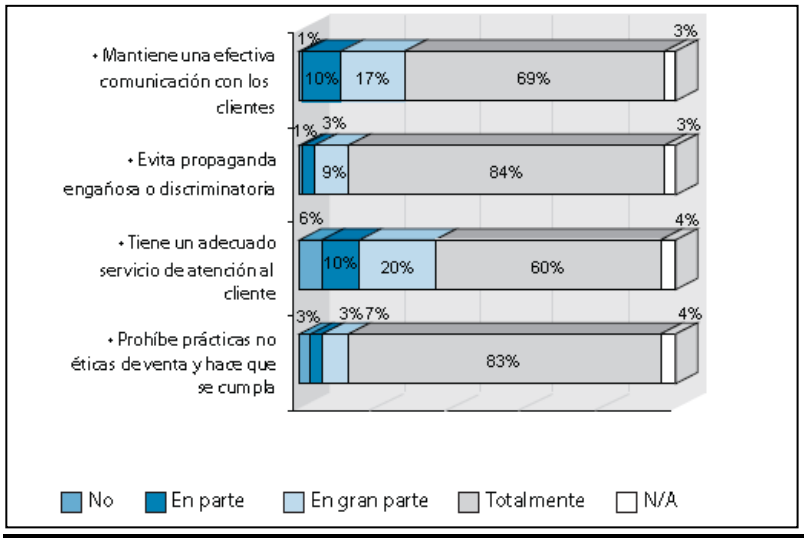
En la RSE una adecuada relación con los clientes o consumidores, tenerlos en cuenta, no sólo como generadores de ingresos, es un claro ejemplo de una gestión responsable. De ahí que sea éste uno de los indicadores que mayor incidencia tiene en la generación de valor por parte de la empresa y en una mejor fidelización de sus clientes[25].

Este aspecto incluye el cuidado de los clientes de la empresa, esto quiere decir si la empresa ha establecido procesos de comunicación efectiva con el cliente, el comportamiento que modela la empresa respecto a la integridad en la publicidad de sus productos y/o servicios, la importancia que da la misma a la atención de las inquietudes de sus clientes, el cuidado y protección de sus clientes en el desarrollo de procesos de ventas no éticos.

---

[25] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.60.

Gráfico 48. Relación con consumidores y clientes



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Podemos resumir los resultados de estas variables indicando que la mayoría de las empresas entienden tienen una estructura de servicio capaz de establecer una comunicación efectiva con sus clientes, si consideramos las puntuaciones totalmente + en gran parte, de la siguiente manera:

- Mantiene una efectiva comunicación con los clientes: 86%
- Evita propaganda engañosa o discriminativa: 93%
- Tiene una adecuado servicio de atención al cliente: 80%
- Prohíbe practicas no éticas de venta y hace que se cumpla: 90%

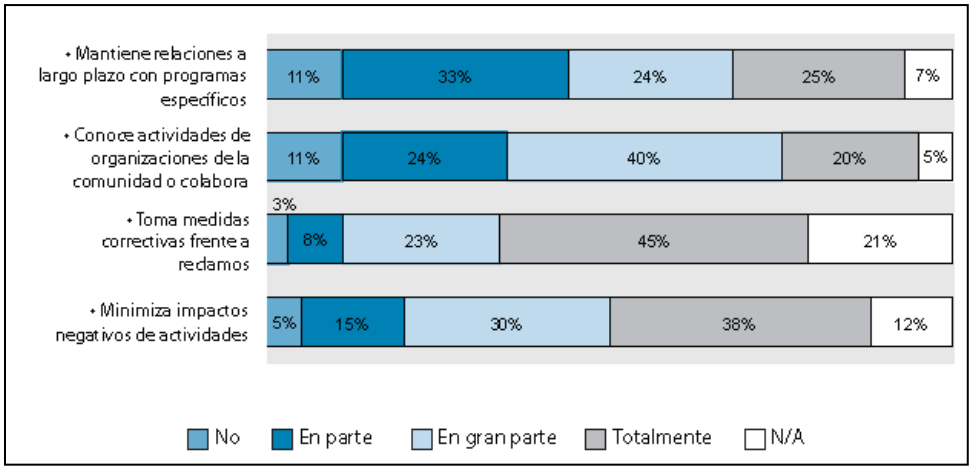
Esta es la dimensión que mejores resultados ha presentado, las empresas valoran mucho la relación con sus clientes pues están conscientes de que a mayor satisfacción de los clientes mejores serán sus resultados operaciones e ingresos. Las empresas además dicen evitar transmitir a sus clientes todo tipo de propaganda falsa o engañosa, o que haga uso en ella

de ofensas o irrespetos a grupos humanos (mujeres, homosexuales, etc.). El 80% de las empresas participantes afirman poseer un servicio al cliente con personal preparado para dar y recibir información, sugerencias, o reclamos por parte de los consumidores y clientes.

1.3.9. Dimensión 6: Relaciones con la comunidad

La comunidad local es el entorno inmediato de la empresa, y donde con mayor fuerza se sienten los impactos, positivos o negativos, de sus procesos y operaciones[26].

Gráfico 49. Relaciones con la comunidad



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

[26] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.62.

Según este gráfico, el 49% (totalmente + en gran parte) de las empresas dicen mantener buenas relaciones con la comunidad local y procuran minimizar los impactos negativos. El 68% dice toma las medidas correctivas necesarias en el caso de reclamos y en este mismo porcentaje dicen minimizan el impacto negativo de sus actividades. Un 60% de los encuestados se preocupa por conocer las actividades de su comunidad y responde a las peticiones de apoyo que le formulan. Otro dato muy interesante es ver como la mayoría de los encuestados dicen tomar medidas "reactivas" frente a las inquietudes de sus clientes.

1.3.10. Dimensión 7: Relación gobierno y sociedad

Como sociedad nos podemos referir a todas las comunidades en las que influye la empresa, incluidas las locales, nacionales e internacionales. Las empresas socialmente responsables se mantienen pendientes de la opinión pública y se sirven de ella como fuente de información para dar forma a sus prácticas gerenciales[27].

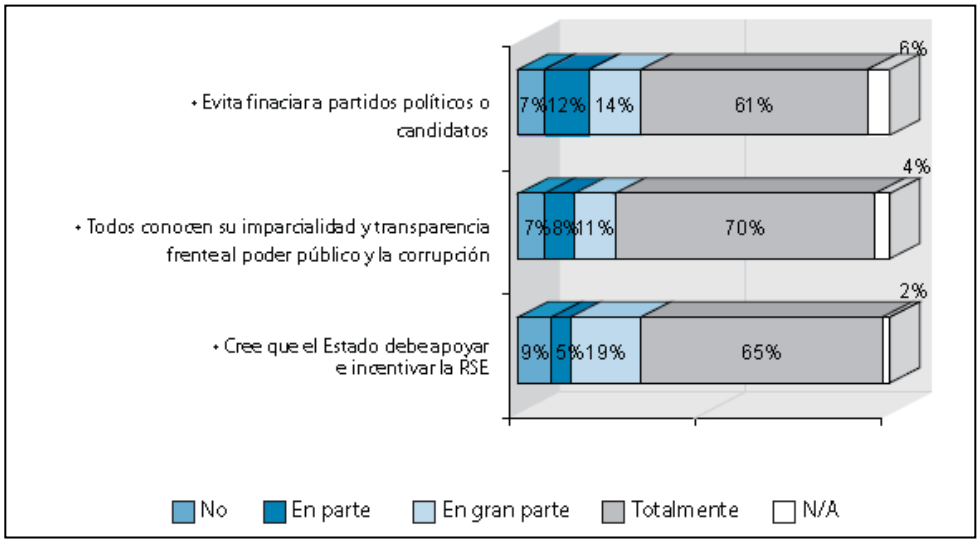
Las empresas responden a los intereses de la sociedad de diferentes maneras, por ejemplo: haciendo aportaciones, trabajando en conjunto con entidades educativas, comprometerse con intereses comunitarios; respecto de esto último es importante que las empresas reconozcan que comprometerse socialmente no es sólo hacer donativos económicos también representa esfuerzos en decisiones y acciones, tal es el caso de empresas que involucran a su personal en actividades de ayuda comunitaria. Tan

[27] Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 174.

importante es el rol social de la empresa, como su relación con el Estado y sus Instituciones.

El Estado, a través de sus organismos competentes, es quien crea el marco legal donde la empresa se establece y donde se adoptan las reglas de juego del libre comercio. Mantener relaciones claras y trasparentes con la administración pública, es condición necesaria de una gestión responsable de los negocios[28.]

Gráfico 50. Relación con el estado y los partidos políticos

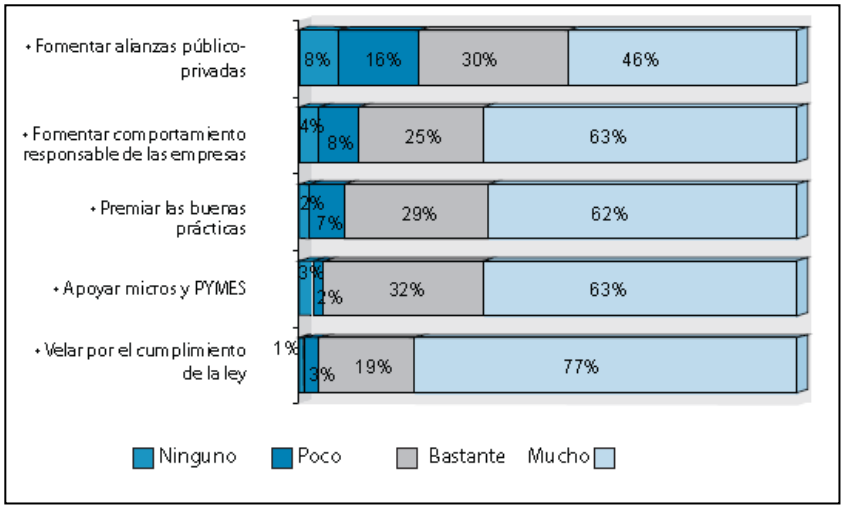


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

[28] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.62.

En este gráfico podemos notar con el 75% de las empresas en este estudio revela que evita financiar a partidos políticos y sus candidatos a cargos públicos, lo cual nos habla de un comportamiento adecuado y socialmente responsable de las empresas respecto al poder político. El 81% de estas empresas, dicen también, mantener una postura de no favorecer públicamente a funcionarios del gobierno, y combatir la corrupción, tanto dentro de la empresa como dentro de la sociedad civil. El 84% de los encuestados afirma (totalmente + en gran parte) que el gobierno de apoyar e incentivar la RSE en el país.

Gráfico 51. El rol del Gobierno con la RSE debe ser:

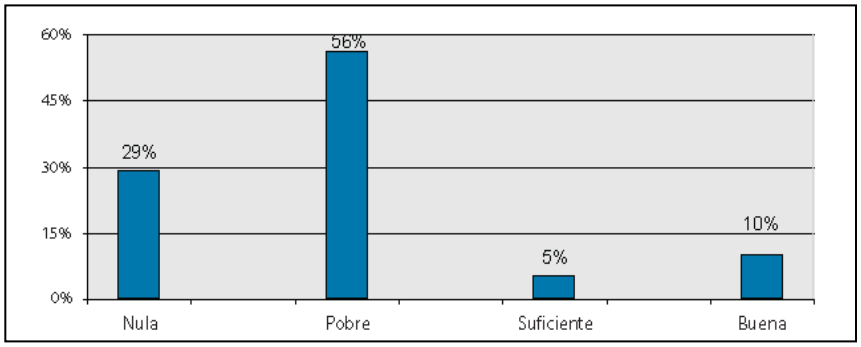


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En este mismo sentido, se pregunto a los encuestados acerca del rol que debe desempeñar el Gobierno en el establecimiento de políticas públicas que incidan en el apoyo y fomento a las prácticas de RSE en los negocios, y estos indican que (mucho + bastante):

- Velar por el cumplimiento de la ley: 96%.
- Apoyar las micros y Pymes: 95%.
- El Estado debe premiar las buenas prácticas comerciales: 91%.
- Fomentar políticas de comportamiento socialmente responsable en las empresas: 88%.
- Fomentar alianzas público-privadas: 76%.

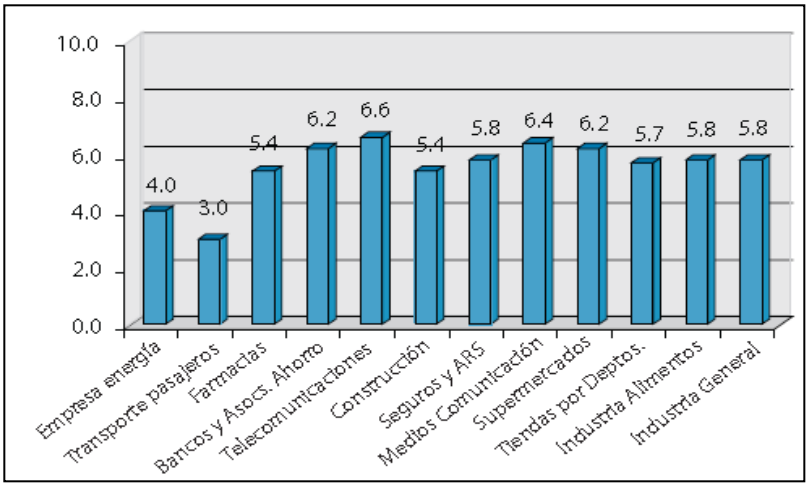
Gráfico 52. ¿Cómo percibe la actuación del gobierno en materia de RSE?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En el estudio además se evaluó la actuación del gobierno respecto a RSE. Según se puede ver en los resultados, un 85% de los encuestados consideran como nula o pobre la actuación del gobierno en materia de responsabilidad social. Un 92%, por otro lado, considera que el Estado debe adoptar como política de compra y contratación de bienes y servicios, seleccionar a aquellas empresas que exhiben comportamientos socialmente responsables.

Gráfico 53. Valoración comportamiento ético y responsable por sectores



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

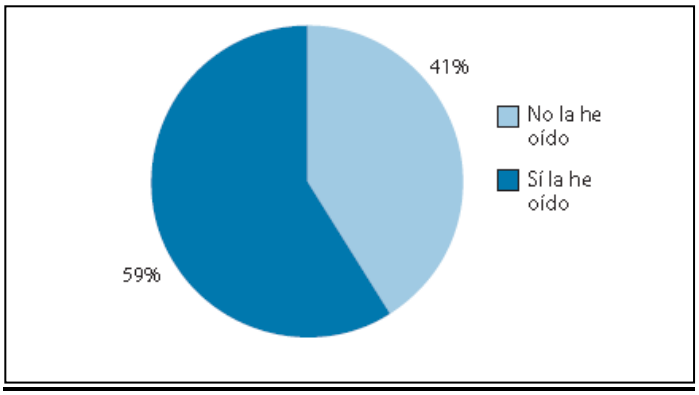
Las empresas dicen que uno de los sectores empresariales que más reflejan un comportamiento ético y responsable, es el sector de las telecomunicaciones, el mismo con un resultado de 6.6 puntos de 10, luego está el de los medios de comunicación con 6.4, los supermercados y los bancos y asociaciones de ahorro con 6.2 cada uno. Los sectores peor valorados son el de transporte de pasajeros con 3.0 y el de las empresas de energía con 4.0.

1.3.11. Estrategias de difusión de la RSE

El 92% de los encuestados entienden que en República Dominicana no existe suficiente información sobre la RSE, ver gráfico 37 de este trabajo. En los siguientes gráficos podremos constatar, que si bien es cierto se ha estado escuchando acerca de este tema en diferentes medios y sectores, se percibe la poca importancia que se está prestando y la falta de

entendimiento de las consecuencias de un comportamiento socialmente irresponsable, que lesiona no sólo la vida de los seres vivos y el planeta sino que también lesiona valores como la confianza e integridad.

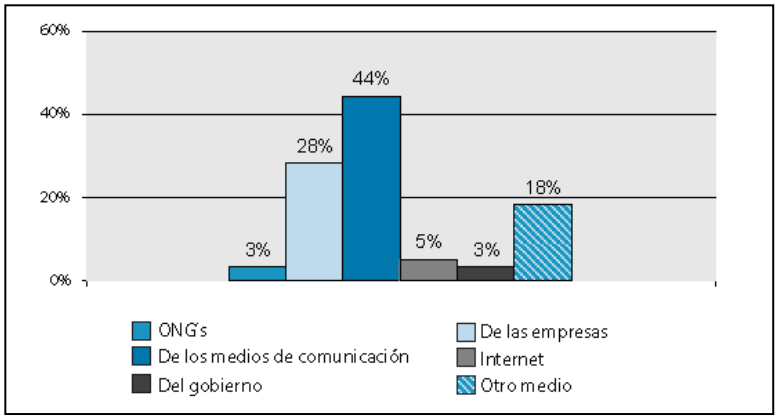
Gráfico 54. ¿Ha oído alguna vez la expresión "Responsabilidad Social Empresarial"?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Más de la mitad de los encuestados 59% han escuchado hablar de RSE, este porcentaje podría estar variando en un segundo estudio realizado pues a partir del 2010 muchas empresas iniciaron programas de RSE.

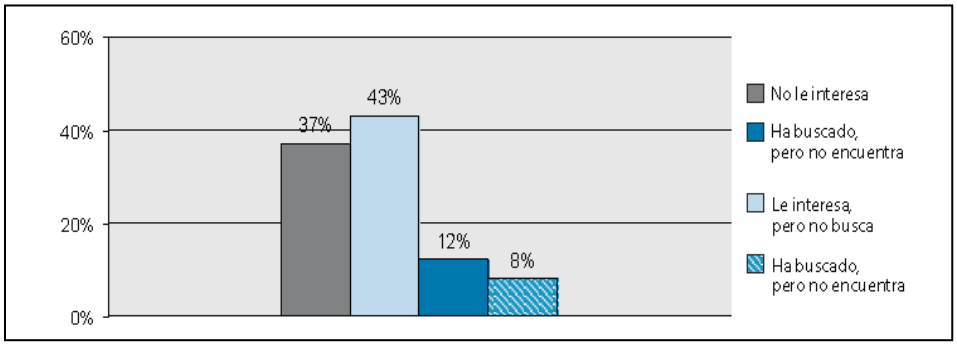
Gráfico 55. Medio en el cual obtuvo la información



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Las vías por las que las personas, en este estudio, dicen haber escuchado RSE son los medios de comunicación (44%) y las empresas (28%).

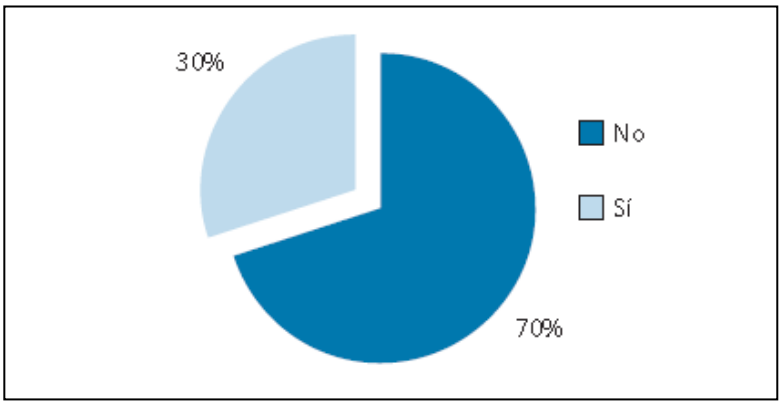
Gráfico 56. ¿Busca información sobre RSE?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

Los encuestados afirman en un 80% no estar interesados en el tema ni buscar información con referencia al mismo. Tampoco las empresas se muestran interesadas en que sus clientes conozcan de las actividades que han estado realizando de RSE.

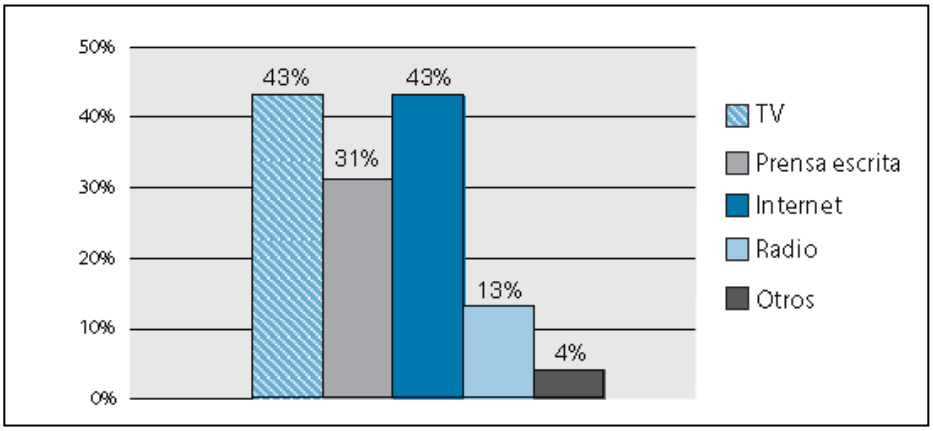
Gráfico 57. ¿Cómo consumidor esta bien informado sobre el comportamiento responsable de las empresas?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El 70% de los encuestados dice no estar enterado de las actividades que realizan las empresas. Los esfuerzos que hacen las empresas en promover acciones socialmente responsables deben ser transmitidos a clientes y consumidores, no con el propósito de publicitarse, sino para que con esta información sirva de modelo a otras empresas y a la comunidad; los consumidores a través del ejemplo pueden sentirse motivados en actuar de manera similar.

Gráfico 58. ¿Por cuáles medios de comunicación le gustaría recibir información sobre las prácticas de RSE?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El 43% de los encuestados afirma la televisión y el internet son los medios que prefieren para recibir las informaciones relativas al comportamiento socialmente responsable de las empresas.

1.3.12. Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE en República Dominicana

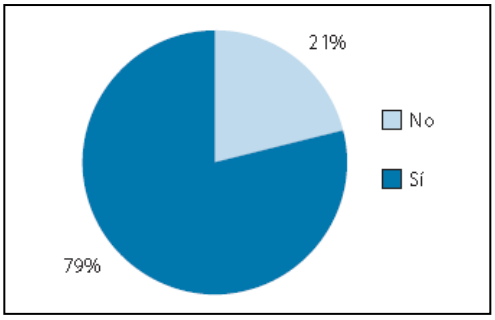
Esto se refiere al nivel de confianza de los distintos sectores respecto del comportamiento responsable y las practicas de consumo responsable por parte de los consumidores y las empresas. Los temas relativos a las legislaciones y a temas de medio ambiente la los tratamos en la relación con la comunidad y el medio ambiente que desarrollamos anteriormente.

Estos indicadores permitirán evaluar los hábitos de compra y la actitud frente a un consumo responsable. Se puede observar el grado de

concientización que tienen los clientes y el poder que puede tener en sus decisiones de compra, el comportamiento socialmente responsable de las empresas. El estudio ha denominado este indicador como consumo responsable.

El consumo responsable es aquel que toma en cuenta aspectos sociales y medio ambientales al momento de efectuar la compra de un producto o servicio. El consumidor responsable es aquella persona informada y consciente de sus hábitos de consumo, que conoce sus derechos como consumidor, y su deber de buscar las opciones de consumo que provoquen un menor impacto negativo a la sociedad y al medio ambiente. De ahí la relevancia de este conjunto de indicadores[29.]

Gráfico 59. ¿Piensa que como consumidor puede influir para que una empresa se comporte de forma socialmente responsable?

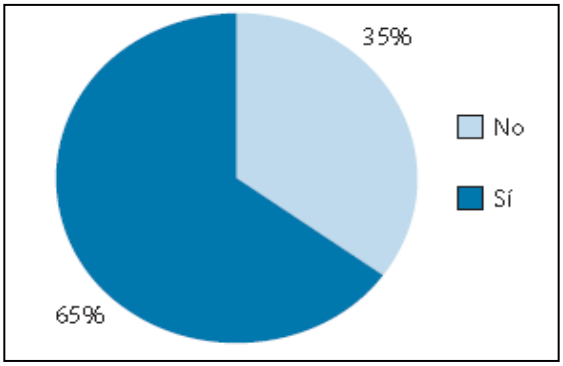


Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

[29] Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.73.

Como podemos ver en el gráfico 59, el consumidor esta consciente de que puede influir en que las empresas se comporten de manera responsable (79%), hasta dejaría de comprar su producto (65%), ver gráfico 60, pero en la realidad el comprador dominicano promedio, ver gráfico 62, compra productos por ser los mas baratos (67%) sin ser el comportamiento responsable una variable a considerar en la toma de decisiones.

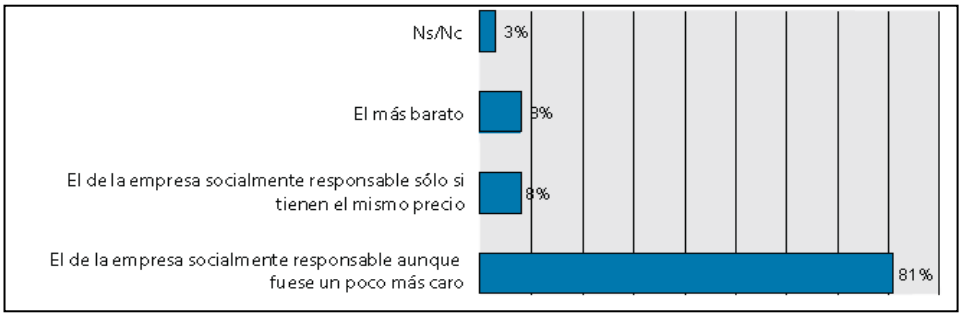
Gráfico 60. ¿Ha dejado de comprar un producto porque cree que esa empresa es irresponsable o contamina el medio ambiente?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En ambos gráficos podemos observar que los encuestados valoran el que las empresas se comporten socialmente responsables y además están conscientes de que pueden influir y/o exigir como consumidor a una empresa ser responsable (79%), además han penalizado a una empresa no comprando un producto cuando no está de acuerdo con el comportamiento de esa empresa con la sociedad o con el medio ambiente (65%).

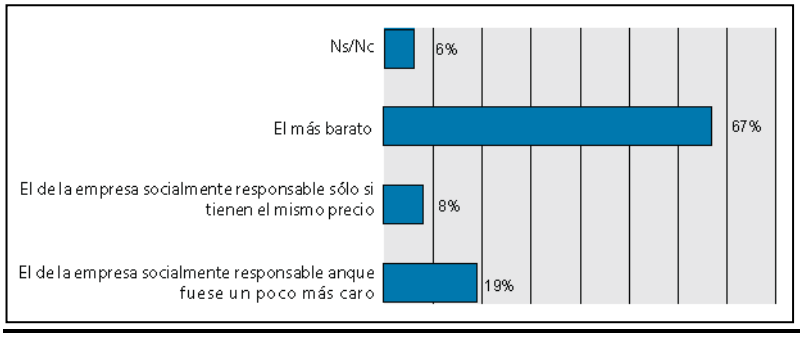
Gráfico 61. Ante dos productos similares, si conoce que uno de ellos procede de una empresa socialmente responsable, y no conoce nada del otro, ¿Cuál de los dos compraría?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

El 81% de los encuestados prefieren comprar un producto más caro si proviene de una empresa socialmente responsable. Para los consumidores de Latinoamérica esta valoración fue de un 95%, entonces entendemos que a nivel de la región la valoración de la RSE es mayor.

Gráfico 62. ¿Cuál cree usted que compraría el consumidor promedio ante esa misma situación?



Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009

En este gráfico es aún peor la valoración que se da a la RSE de las empresas, sólo el 19% de los encuestados afirman que el consumidor promedio compraría a un mayor precio por tratarse de una empresa socialmente responsable.

1.4. Conclusiones Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana

A continuación se resumen los aspectos más relevantes de este estudio:

a. La RSE es un tema de preocupación muy reciente y en la actualidad hay muy pocas empresas intentando implementar políticas de gestión social, sólo el 10% de las empresas incluidas en el estudio han incorporado la misma a sus procesos. Casi 2000 empresas fueron invitadas y sólo 165 de ellas respondieron la solicitud de participar en el primer estudio de la percepción de la RSE en la República Dominicana.

b. Sólo el 55% de ejecutivos y dueños de empresas están preocupados por la RSE, se percibe que los mismos desconocen de la verdadera importancia que tiene fijar estrategias orientadas a satisfacer los intereses de sus stakeholders y que éstas a su vez se correspondan con una conducta socialmente responsable.

c. El 70% de las empresas dicen ser socialmente responsables porque desean retribuir a su sociedad y porque quieren ser más aceptados

por sus clientes, dejando a un lado el interés particular de generar publicidad y con esto a su vez ingresos a la empresa (2%).

d. ¿Están desinformados? El 93% de los ejecutivos le gustaría ampliar sus conocimientos sobre el tema de RSE, y el 92% dicen que en nuestro país no existe suficiente información sobre RSE. Se necesita contar en el país con una organización de RSE que ofrezca información y servicios al empresariado dominicano, sobre cómo implementar con éxito estrategias de RSE dentro de su gestión, el gobierno debiera entonces tomar el control de este tema y dar el ejemplo con esta iniciativa.

e. Las dimensiones incluidas en este estudio difieren un poco de las que fueron evaluadas por el Estudio-Fórum de la RSE 2011 realizado para América Latina, visto en el tema anterior, para América Latina, no se tomó en cuenta la relación de los grupos gobierno y de los proveedores.

f. En más del 50% de las empresas no existe un documento formal que establezca cuáles son aquellas conductas permitidas o aceptadas dentro de la misma, estos son sus principios y valores. Sin embargo el 79% de los que sí poseen un código de ética, lo emplean adecuadamente, con el fin de orientar a sus empleados respecto a informaciones relativas a la empresa, relación con proveedores, con respecto a la comunidad, prohíbe la corrupción, etc.

g. El 83% de las empresas afirman no aplican una política desleal de ventas y promoción de sus productos.

h. El 92% de las empresas están preocupadas socialmente a lo interno respecto a las condiciones de trabajo de sus empleados.

i. Sólo el 61% de las empresas invierten en los conocimientos de su gente y sólo el 31% les apoya en programas para combatir el analfabetismo.

j. El 52% de los empleados perciben no hay flexibilización en las jornadas de trabajo que les permita cuidar de sus hijos y el 67% no está conforme con el equilibrio trabajo-familia.

k. Se pudo notar cómo los indicadores que tienen fuertes legislaciones que los regulan, fueron los de más alta valoración, el 94% dice no contrata menores de edad ni aceptan ni promueven el trabajo infantil.

l. Respecto al medio ambiente, es de preocupar que los aspectos que consiguen mayor apoyo de la empresa son aquellos que también favorecen el control favorecen de los costos de la misma o que reducen sus gastos de operación, por ejemplo control de energía y agua 71%, los demás aspectos rondan aproximadamente el 50% de las empresas.

m. Las empresas dominicanas no toman en cuenta el comportamiento de sus proveedores antes de contratarles, sólo el 35% afirmó que si lo hace.

n. El 90% de las empresas evaluadas cuidan a sus consumidores prohibiendo prácticas no éticas de venta y evitando propaganda engañosa o discriminativa.

o. Sólo el 49% de las empresas dicen mantener buenas relaciones con la comunidad. Otros valores muy bajos fueron los relativos a conocer las necesidades de la comunidad y la reacción reactiva ante sus reclamos.

p. El sector empresarial que fue valorado como el de mejor comportamiento ético y responsable, corresponde al sector de las Telecomunicaciones con un 6.6 puntos de 10.

CAPITULO II

SÍNTESIS DE MEJORES PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

II. Síntesis de Mejores prácticas de Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), desde la década de los 90s se ha dado una serie de declaraciones y una amplia literatura de alto nivel sobre principios relacionados con la RSE. Muchas de estas iniciativas y programas han sido impulsadas por los gobiernos representados en las Naciones Unidas, a través del pronunciamiento de los 10 principios que rigen el "Pacto Mundial" así como los "Objetivos del Desarrollo del Milenio", ver anexo I de este trabajo. El desafío es cómo poner en práctica los principios y cómo implementar la responsabilidad social efectiva y eficazmente, incluso cuando la comprensión sobre lo que significa responsabilidad social puede variar de un programa a otro. Además, iniciativas anteriores han tendido a centrarse en "responsabilidad social empresarial"[30.]

Las características principales que poseen estas iniciativas y programas son[31]:

- Tiene un carácter voluntario.
- La buena fe de las empresas de gestar sus operaciones en un entorno de transparencia.
- Promover una cultura de apropiación o entidad por parte de sus stakeholders.
- Gestionar bajo las premisas de la sostenibilidad ("balanza: económico, social y medioambiental").

[30] Santana, Julio. *Directrices para una Acción Social Responsable, La Responsabilidad Social: Nuevo Pilar del Desarrollo Sostenible.* Revista Gestión y Competitividad. Febrero 2012, año 4, no.46, pág. 30.

[31] Vásquez, Tamara. *La Responsabilidad Social más allá del brillo de la Filantropía.* Revista Gestión y competitividad. Febrero 2012, año 4, no.46, pág. 32.

- Contribuir al equilibrio de dicha balanza persiguiendo un cumplimiento más allá del carácter legal.
- Gestionar de manera integral basado en la ética.
- Proporcionar desarrollo individual y colectivo de los trabajadores.

Algunas normas e iniciativas de reconocimiento global que se han centrado en responsabilidad social y que estaremos desarrollando en este trabajo son:

1. **Norma ISO 26000 Responsabilidad Social**, elaborado por la ISO (Internacional Standarization Organization). Es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social.
2. **Norma SA 8000:2001**, elaborado por SAI (Social Accountability International). SAI es una Organización no Gubernamental, formada por diferentes grupos de interés, cuyo objetivo es mejorar las condiciones laborales y sociales. Esta norma y su sistema de control se basan en estrategias de garantía de la calidad (como las utilizadas para la norma ISO 9000) y añaden varios elementos que los expertos internacionales en derechos humanos consideran fundamentales para la vertiente socia[32].
3. **Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact),** el cual se puso en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas y es responsable de fomentar una relación armónica y beneficiosa entre negocios y sociedad.
4. **El Global Reporting Initiative (GRI)**, entidad líder en la implementación de metodología para la elaboración de informes de sostenibilidad universalmente comparables. El GRI es una

[32] *Normativa: SA 8000, ISO 26000*. En: http://www.gestion-calidad.com/sa-8000.html

herramienta muy valiosa para evaluar el impacto de las estrategias de RSE a nivel regional. En el capítulo I pudimos presentar la situación actual de la RSE en Latinoamérica tomando en cuenta las dimensiones de esta iniciativa.

Estas normas no son de carácter obligatorio, algunas de ella ni siquiera pretenden ser usadas para fines de certificación o de carácter regulatorio, pero algunos organismos de normalización ya han elaborado sus propias normas para poder certificar a las empresas en Responsabilidad Social, tal es el caso de AENOR España, el cual ha publicado una guía llamada *"Ética. Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social de las Empresas".* Esta guía está diseñada para que pueda ser implantada por cualquier tipo de Empresa (privada o pública); y está especialmente diseñada para que las PYMES puedan utilizarla fácilmente. Sus objetivos son:

- Proporcionar principios y prácticas de RSE, con el fin de permitir su implantación en la empresa; identificando y comunicándose con los grupos de interés para que las actividades de la empresa contribuyan al desarrollo sostenible.
- Permitir a la empresa la planificación, ejecución y realización del seguimiento y mejora continua de su sistema de gestión de RSE, en las diferentes actividades empresariales.
- Permitir a los grupos de interés conocer el sistema de gestión de RSE de la empresa.

En este capítulo se estará realizando una síntesis de cada una de estas normas identificando de cada una de ellas:

- **Definición**
- **Antecedentes**

- **Propósito**
- **Alcance o características**

2.1. Norma/guía ISO 26000 Responsabilidad Social

2.1.1. Definición Norma ISO 26000

La Organización Internacional de Normalización (ISO) por sus siglas, cuenta con una membrecía de 163 organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. ISO cuenta con un portafolio de más de 18.400 normas (al 2010), que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social[33.]

2.1.2. Antecedentes

ISO proviene del griego "ISOS" que significa igual, fue constituida en 1947 y su sede se encuentra en Ginebra, Suiza, es una organización no gubernamental que desarrolla y aprueba estándares técnicos internacionales, comúnmente como normas ISO y que son las de mayor aplicación y prestigio en el mundo[34.]

---

[33] Organización Internacional de Estandarización ISO, Secretaría Central 1. *Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social.* ISO 26000 Visión General del Proyecto. Ginebra, Suiza, pág. 2. En: http://www.manuales10.com/norma-iso-26000/1/.

[34] Veloz - Paz. *ISO 26000: La Responsabilidad Social Convertida en Norma.* Abril 2011. México, D.F, pág.1. En: http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/iso-26000-la-responsabilidad-convertida-en-norma/

La ISO 26000 es la culminación del proceso para el desarrollo de la primera guía consensuada sobre la Responsabilidad Social, establecida por ISO, la cual se podrá aplicar en cualquier tipo de empresa u organización. Aunque esta guía no tiene propósito de certificación, regulatorio o de uso contractual, si puede utilizarse para hacer una auto evaluación del grado de cumplimiento de los principales principios establecidos a nivel mundial para tan importante temática. ISO eligió a SIS (Instituto de Normalización Sueco) y a ABNT (Asociación Brasileña de Normas Técnicas) para que proveyeran de un liderazgo conjunto del Grupo de Trabajo de ISO sobre Responsabilidad Social[35].

La necesidad de las organizaciones públicas y privadas de comportarse de manera socialmente responsable se está volviendo un requisito que es también compartido por los grupos de stakeholders (industria, gobierno, trabajadores, consumidores, organizaciones no gubernamentales y otros) además de tener un equilibrio basado en el género y en el origen geográfico.

2.1.3. Propósito

Las contribuciones más importantes que proveen a las empresas estas normas son[36]:

---

[35] Quesada Madriz, Gilberto. *ISO 26000 Responsabilidad Social*. Grupo Kaizen .S.A. San José, Costa Rica, Enero 2008. En: www.grupokaizen.com.

[36] Organización Internacional de Estandarización ISO, Secretaría Central 1. *Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social.* ISO 26000 Visión General del Proyecto. Ginebra, Suiza, pág. 2. En: http://www.manuales10.com/norma-iso-26000/1/.

- Facilitar el comercio, la difusión del conocimiento, la difusión de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades.
- Aportar soluciones y lograr beneficios para casi todos los sectores de actividad, incluyendo agricultura, construcción, ingeniería mecánica, manufactura, distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnologías de información y comunicación, medio ambiente, energía, gestión de la calidad, evaluación de conformidades y servicios.

2.1.4. Alcance

Es importante considerar que esta norma pretende agregar valor, y no reemplazar los acuerdos intergubernamentales existentes, que tienen relevancia para la Responsabilidad Social, como son la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y aquellas adoptadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Según la norma los aspectos más relevantes que deben abarcarse para iniciar los esfuerzos de ser socialmente responsable son[37]:

- Definir el tipo de actividades que conseguirán emprenderse vinculadas por esas materias y asuntos.
- Determinar el efecto multiplicador de estas actividades y su impacto en las ramificaciones propias de la funcionalidad de la organización.

[37] Santana, Julio. *Directrices para una Acción Social Responsable, La Responsabilidad Social: Nuevo Pilar del Desarrollo Sostenible.* Revista Gestión y Competitividad. Febrero 2012, año 4, no.46, pág. 29.

- Precisar los stakeholders que posiblemente estarían implicados en las acciones.

El alcance de esta norma es de aplicación en todas las naciones, de todos los grupos de interés dentro de ellas, todos nosotros; no se considera en la misma una zona geográfica particular ni idioma, tampoco el tamaño de la empresa. A manera general la norma debe[38].

- Ayudar a las organizaciones a abordar su responsabilidad social, a la vez que se respeten las diferencias culturales, sociales, ambientales y legales, y las condiciones de desarrollo económico;
- Proporcionar una guía práctica tendiente a hacer operativa la Responsabilidad Social,
- Identificar y comprometer a los stakeholders, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre Responsabilidad Social;
- Dar énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora;
- Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otros stakeholders en las organizaciones;
- Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO;
- No estar destinada a reducir la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones;

---

[38] *Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social*. Boletín IRAM. Junio 2006, pág. 2. En: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf.

- Promover una terminología común en el campo de la Responsabilidad Social; y
- Aumentar el conocimiento y conciencia sobre Responsabilidad Social.

¿Qué son los stakeholders para ISO26000?

Los stakeholders para la Norma ISO26000 están constituido por los siguientes miembros: Consumidores - Gobierno - Industria - Trabajadores - ONGs - Servicios, apoyo, investigación y otros. A continuación la definición y alcance que otorga la norma ISO26000 a cada uno de los stakeholders o grupos de interés:

- **Consumidores:** El miembro consumidor es un representante de una organización de consumidores, que con o sin fines de lucro, no se dedica a la actividad comercial aunque participa en ellas como empleados o para proveer de información y no está afiliado a ningún partido político. También es consumidor una organización o agencia que sea activa en asuntos relacionados a los consumidores. Esta organización o agencia puede estar especializada en una temática de consumidores en particular, como por ejemplo, estándares, legislación o protección de los consumidores.
- **Gobierno:** El gobierno está representado por un individuo seleccionado formalmente por una organización gubernamental o intergubernamental, para representarla. En la mayoría de los casos, este individuo será un funcionario a sueldo, podría ser también un individuo de fuera del gobierno (por ejemplo, un académico), o un organismo nacional de normalización para representarlos. Puede ser también departamentos, comisiones

independientes, un consejo, una agencia, una oficina, propia del gobierno o una corporación controlada del gobierno.

- **Industria:** Este grupo incluye: Empresas que manufacturen productos o entreguen servicios y persigan, primariamente, intereses comerciales; empresas de soporte como las de suministro de energía y agua, bancos, comunicaciones, empresas de seguros o transporte. La industria también incluye a las organizaciones de empleadores, asociaciones de negocios, organizaciones especiales de la industria y asociaciones de comercio, que representen a varias industrias a nivel nacional, regional o internacional
- **Trabajadores:** Esta categoría fue creada para los trabajadores como stakeholders, y debe, por tanto, sólo incluir a personas designadas por organizaciones independientes representantes de trabajadores. La Convención 135 de la OIT, define a los representantes de los trabajadores como personas que son reconocidas como tales, bajo la legislación o práctica nacional, tanto si son:
    - <u>Representantes de sindicatos</u>, a saber, representantes designados o elegidos por el sindicato o por miembros de estos sindicatos;
    - <u>Representantes elegidos</u>, a saber, representantes que fueron libremente elegidos por los trabajadores de la empresa, de acuerdo a lo previsto en la legislación nacional, o en regulaciones, o en los acuerdos colectivos, y cuyas funciones no incluyen actividades que son reconocidas como prerrogativas exclusivas de los sindicatos en el país que le concierne.

- **ONG:** Una asociación de individuos u organización sin fines de lucro, que posea objetivos de interés público, relacionados con el tema de la Responsabilidad Social, o a cualquiera de los asuntos que la componen.
- **Servicios, apoyo, investigación y otros:** Organizaciones e individuos, que no pertenezcan a otras categorías de stakeholders, y que:
    - Busquen un entendimiento avanzado de la RS a través de la educación, la formación, los estudios académicos y la investigación.
    - Desarrollen normas voluntarias, códigos de práctica y herramientas relacionadas con la RS.
    - Provean servicios relacionados a la implementación y apoyo para actividades de RS.

Los temas fundamentales que aborda esta norma se resumen en 7 materias a definir[39]:

1. **Gobernanza de la información:** Aquí se hace referencia al sistema mediante el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. Una organización que se plantea ser socialmente responsable posee un sistema de toma de decisiones que está diseñado para poner en práctica los principios de RS y que son:
    - La rendición de cuentas;
    - La transparencia;
    - El comportamiento ético;

[39] Veloz - Paz. *ISO 26000: La Responsabilidad Social Convertida en Norma.* Abril 2011. México, D.F, pág.3. En: http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/iso-26000-la-responsabilidad-convertida-en-norma/

- El respeto por los intereses de las partes involucradas;
- El respeto a la ley;
- El respeto por la normativa internacional de comportamiento.

2. **Prácticas operacionales justas:** Estas prácticas se relacionan con la conducta ética en los tratos que una organización hace con otras organizaciones. Los temas relacionados con las prácticas justas de operaciones se dan en:
   - Los ámbitos de anti-corrupción;
   - Participación responsable en la esfera pública;
   - Competencia justa;
   - Promoción de la RS en las relaciones con otras organizaciones;
   - Respeto a los derechos de la propiedad.

3. **Medio ambiente:** Las decisiones y actividades de las organizaciones tienen un impacto en el medio ambiente, sin importar su ubicación. Los principios que toda organización debería observar en esta materia son:
   - La responsabilidad ambiental;
   - El enfoque precautorio y
   - La gestión de riesgos ambientales.

Para disminuir su impacto sobre el medio ambiente, las empresas deberían adoptar un enfoque integrado que considere la manera más amplia las consecuencias económicas, sociales y ambientales de sus decisiones y actividades.

4. **Derechos Humanos:** Los derechos humanos son los derechos básicos que todas las personas tienen la facultad de exigir. Estos a su vez son:
   - Inherentes, porque pertenecen a todas las personas;
   - Inalienables, porque las personas no pueden renunciar a ellos o ser despojados de ellos por los gobiernos o cualquier otra institución;
   - Universales, porque son aplicables a todas las personas independientemente de su condición;
   - Indivisibles, ya que ninguno de los derechos humanos puede ignorarse selectivamente, e
   - Interdependientes, porque el cumplimiento de un derecho contribuye al cumplimiento de otros derechos.

Se reconoce ampliamente que las empresas pueden vulnerar los derechos humanos de las personas y por eso tienen el deber de respetarlos.

5. **Prácticas laborales:** Las prácticas laborales de una empresa comprenden todas políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por y en nombre de la empresa. Estas prácticas laborales incluyen:
   - Contratación y promoción de trabajadores;
   - Procedimientos internos y de resolución de conflictos;
   - Transparencia, capacitación y desarrollo de habilidades;
   - Salud, seguridad e higiene en el trabajo;
   - Seguridad social y todos sus componentes y cualquier política o practica que afecte las condiciones de trabajo, en particular, la jornada laboral y la remuneración, el

reconocimiento de las organizaciones de trabajadores y la representación y participación, tanto de organizaciones de trabajadores como de empleadores, en negociaciones colectivas, diálogos sociales y consultas tripartitas.

Las prácticas laborales responsables desde un punto de vista social son esenciales para obtener justicia económica y estabilidad social.

6. **Tema de consumidores:** Las organizaciones que proporcionan productos o servicios a consumidores y clientes tienen responsabilidades hacia ellos. Entre ellas se incluyen:
   - Brindar educación e información precisa y verídica;
   - Usar procesos de mercadotecnia y contratación justos; transparentes, útiles;
   - Promover el consumo sostenible;
   - Protección de la salud y seguridad de los clientes;
   - Resolución de disputas e indemnización;
   - Protección y privacidad de la información y
   - Acceso a productos y servicios esenciales;

7. **Involucramiento de la comunidad y desarrollo social:** Actualmente es ampliamente aceptado que las organizaciones deberían tener una relación con las comunidades en las que operan. Las áreas claves del desarrollo de la comunidad a las que puede contribuir una organización incluyen:
   - La creación del empleo mediante la ampliación y diversificación de las actividades económicas y el desarrollo tecnológico.

- Contribuir a través de las inversiones sociales en la generación de riquezas e ingresos, mediante iniciativas para el desarrollo económico local, la salud integral, la ampliación de programas de educación y desarrollo de capacidades y la preservación cultural.

El desarrollo de la comunidad es mucho más que una filantropía.

2.2. SA 8000:2001 (Social Accountability International)

2.2.1. Definición

SA 8000 es la global con mayor reconocimiento para la gestión de los derechos humanos en el puesto de trabajo. El sentido de esta norma es proporcionar definiciones y parámetros que garanticen el respeto de los derechos universales, y evaluar el estado de los derechos de los trabajadores en las empresas. La norma SA 8000 y su sistema de verificación promueven también el trabajo conjunto entre agentes, compradores y proveedores con el fin de desarrollar y poner en marcha, una política de responsabilidad social la cual genere una mejoría en las condiciones del lugar de trabajo, en las empresas. Aunque la norma SA8000 es un instrumento para el desarrollo de la responsabilidad social en las empresas, el sistema de verificación de la norma, sólo se refiere al tema de las condiciones de trabajo, y de manera específica se relaciona con: trabajo infantil, trabajo forzoso, salud y seguridad, libertad de asociación y

negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, jornada, compensación y sistemas administrativos[40.]

2.2.2. Antecedentes

Esta norma fue creada por la Oficina de Asesoría en Acreditación de Prioridades Económicas (Council on Economic Priorities Accreditation Agency - CEPAA), llamada Responsabilidad Social Internacional[41]. Esta entidad es sin fines de lucro y se dedica al desarrollo, la implementación y el control de las normas de responsabilidad social verificables y voluntarias, la misma fue aprobada en Octubre de 1997.

La norma SA 8000 está basada en instrumentos internacionales de Derechos Humanos y Derecho Laboral. Tales documentos son: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño, y la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de toda forma de Discriminación contra la Mujer. También se basó en las siguientes convenciones y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)[42]:

1. Convenciones 29 y 105 (Trabajos forzados y esclavitud);
2. Convención 87 (Libertad de asociación);
3. Convención 98 (Derecho de negociación colectiva);

---

[40] Iglesias Rojas, María. *La Responsabilidad Social desde la Perspectiva Empresarial Norma SA 8000*. Revista Innovación y Experiencias Educativas. Córdoba, Enero 2010, no. 26, págs. 3-4. En: www.csi-csif.es/.../mod.../pdf/.../MARIA_IGLESIAS_ROJAS_01.pdf.

[41] Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 164.

[42] Artículo: *Normas SA 8000: Auditoría de las Condiciones Laborales*. Pág. 28. En: www.revistaletreros.com/pdf/89-024a030.pdf.

4. Convenciones 100 y 111 (Igual remuneración para trabajadores y trabajadoras, por trabajo de igual valor; Discriminación);
5. Convención 135 (Convención sobre los representantes de los trabajadores);
6. Convención 138 y Recomendación 146 (Edad mínima);
7. Convención 155 y Recomendación 164 (Salud y seguridad en el trabajo);
8. Convención 159 (Rehabilitación vocacional y empleo de persona s discapacitadas);
9. Convención 177 (Trabajo en el hogar), y la
10. Convención 182 (Peores Formas de Trabajo Infantil).

2.2.3. Propósito

La presente norma especifica los requisitos de responsabilidad social que pueden representar en ventajas a las empresas y a todas las partes interesadas[43:]

- **Para la empresa:**
  - Obtener la confianza de los trabajadores, consumidores e inversionistas.
  - Producir y vender en mayor cantidad.
  - Reducción de turnos.
  - Limitar los riesgos laborales y medioambientales.

- **Para los Trabajadores:**
  - Reducción de número de accidentes.

[43] Iglesias Rojas, María. *La Responsabilidad Social desde la Perspectiva Empresarial Norma SA 8000*. Revista Innovación y Experiencias Educativas. Córdoba, Enero 2010, no. 26, pág. 7. En: www.csi-csif.es/.../mod.../pdf/.../MARIA_IGLESIAS_ROJAS_01.pdf.

- Mayor y mejor formación.
- Nuevas oportunidades para asociarse libremente.
- Mejora la calidad y el estado de ánimo de los trabajadores.
- Aumento de la productividad.

- **Para los clientes:**
  - Proporcionar productos y servicios de calidad.
  - Tratarlos con honradez.
  - Hacer lo posible para su bienestar y seguridad.
  - Asegurar respeto a la dignidad humana en los productos ofrecidos, técnicas de ventas y publicidad.

- **Otras características:**
  - Crea y comunica legitimidad.
  - Crea un clima de confianza.
  - Refuerza y crea un clima social de valoración y solidaridad.
  - Integración en la comunidad.

2.2.4. Alcance

La norma SA 8000 certifica básicamente la situación interna de la empresa en relación a nueve áreas esenciales o requerimientos que se han de cumplir[44:]

a. **Trabajo Infantil:** Las intenciones u objetivos de la norma es prohibir que las personas menores de 15 años trabajen, sustentando dicha exigencia en los convenios OIT, en la

[44] Baltera- Díaz - Dussert. *Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y Potencialidades en Materia Laboral*. Departamento de Estudios, Dirección del Trabajo de Santiago de Chile. Diciembre 2005, pág. 149-153.

legislación nacional o en la aplicación de leyes o normas, dependiendo de cuál resulte más restrictiva. Busca promover la educación de los trabajadores jóvenes y garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable. El instrumento que permite evaluar el comportamiento normativo de la empresa en este aspecto, es una "lista de verificación", que busca detectar la edad de los trabajadores, el tiempo de trabajo y el tiempo en la escuela, las condiciones físicas de trabajo o exposición al riesgo, el período de aprendiz y los salarios.

b. **Trabajo forzoso:** La norma SA8000 prohíbe cualquier tipo de trabajo forzoso u obligatorio bajo cualquier circunstancia, como así mismo el llamado trabajo en garantía y el trabajo forzoso u obligatorio en cárceles. Cita: "La empresa no hará uso ni apoyará el uso de trabajo forzoso, tampoco se pedirá que el personal deje depósito o identificación alguna como condición previa para emplearse en la empresa". Además promueve la transparencia de las condiciones del empleo, antes y durante el proceso de contratación, esto quiere decir que el trabajador deberá conocer claramente los términos de su contrato.

Asimismo, el trabajador no estará sujeto a pago alguno ni quedará en deuda. La lista de verificación busca verificar algunos de estos aspectos:

- La voluntariedad en el desempeño del trabajo de todos los empleados;
- Comprensión de parte de los gerentes de los diferentes tipos de trabajo forzoso, incluyendo el trabajo en garantía, esto se refiere a que la contratación no debe estar sujeta a sobornos o depósitos;

- Establece que los empleados deben ser libres de retirarse una vez finalizado su turno o jornada;
- Renunciar a su empleo cuando así lo deseen, respetando lo acordado en la normativa legal vigente.

c. **Salud y Seguridad:** En esta parte la norma hace referencia en que los trabajadores cuenten con un lugar de trabajo seguro, saludable y sin riesgos, para lo que se deberán tomar las medidas de prevención necesarias para evitar accidentes y situaciones que pongan en riesgo la seguridad de los trabajadores. Asimismo, la empresa es responsable de garantizar la capacitación de los trabajadores y de que el programa de salud y seguridad se cumpla. La lista de verificación de salud y seguridad incluye:

- Que exista en la empresa un programa o procedimiento de salud y seguridad;
- Que exista un representante administrativo o responsable de la salud y seguridad de todo el personal;
- Que se les proporcione a los trabajadores los equipos de seguridad necesarios;
- Que exista un programa de capacitación y que se desarrolle en horario de trabajo, y
- Que se realicen las pruebas de calidad de aire, en caso de emisiones de gases peligrosos o partículas contaminantes.

d. **Libertad de asociación y derecho a negociación colectiva:** Esta dimensión declara que los trabajadores pueden hacer uso de su legítimo derecho de constituir sindicatos, afiliarse sindicalmente y negociar colectivamente, sin que los empleadores puedan impedir este ejercicio, ya sea de manera directa o indirecta, y que no apliquen sanciones a los que participan en los

mismos. Asimismo, el empleador no promoverá organizaciones que tengan como finalidad controlar las actividades organizativas de los trabajadores. La lista de verificación de esta dimensión incluye:

- El ejercicio efectivo del legítimo derecho de los trabajadores de formar o afiliarse a sindicato;
- El reconocimiento de la empresa del sindicato como interlocutor válido en el proceso de negociación colectiva;
- El ejercicio de la libertad sindical, el libre ejercicio del derecho a huelga.

e. **Discriminación:** Esta se refiere a la igualdad en el trato de todos los trabajadores. Los trabajadores deben ser contratados, capacitados, promovidos, remunerados y compensados, sólo en base a su capacidad de desempeño. Incluye además que los trabajadores no serán sometidos a ningún tipo de acoso, sea este verbal, físico, sexual y de cualquier práctica discriminatoria. Las listas de verificación de la discriminación deberán constatar:

- La existencia de procedimientos o mecanismos para prevenir cualquier tipo de discriminación, el hostigamiento, la coerción o comportamientos amenazantes;
- La existencia de procedimientos, para enfrentar este tipo de situaciones, y
- El nivel de conocimiento que tienen los trabajadores respecto de las modalidades para presentar casos de discriminación.

f. **Prácticas disciplinarias:** La norma busca que los empleadores respeten la integridad mental, emocional y física de los

trabajadores, durante la aplicación de procedimientos disciplinarios y de desempeño. Por tanto, la empresa no utilizará ni apoyará el uso del castigo corporal, ni la coerción mental o física, ni el abuso verbal. Las listas de verificación revisan:

- El comportamiento de la empresa y el tipo de medidas disciplinarias aplicadas.
- La existencia de procedimientos de apelación, manuales de procedimiento para enfrentar cualquier tipo de violación de las políticas disciplinarias, y
- El conocimiento de los trabajadores de los procedimientos de queja establecidos.

g. **Horario de trabajo:** La empresa deberá cumplir con la legislación correspondiente respecto al horario de trabajo. Las listas de verificación chequearán que en todos los casos:

- La duración del tiempo extra en labor y que éste no sea mayor de 12 horas por empleado a la semana, que este tiempo sólo se demande en casos excepcionales y por períodos breves, y los trabajadores deben conocer cómo se calcula la retribución de estas horas;
- Para que un empleador demande trabajo extra debe darse dos condiciones: que la jornada de trabajo semanal no exceda las 48 horas y que el tiempo extra se remunere de acuerdo con la legislación local y con un pago mayor;
- Que a los trabajadores se les otorgue, a lo menos, un día de descanso en un período de siete días;
- Que no se les exija trabajo en casa, y
- Que se les asigne a los trabajadores, tiempos de descanso de acuerdo a la legislación laboral.

h. **Compensación:** Referente a la compensación, la norma declara que la empresa garantizará que los salarios que se paguen, cumplan al menos con el mínimo establecido (llamado salario mínimo en nuestro país). Asimismo, el salario y las prestaciones al salario deberán detallarse con claridad y que los salarios se cubran con efectivo o cheque, según sea más conveniente para los trabajadores, habría que incluirse en la revisión los medios de pagos electrónicos muy usados en la actualidad.

La norma SA8000 busca que el salario percibido por una jornada regular (48 horas semanales) sea suficiente para el alimento, el vestuario y la vivienda de las personas que dependen de él. No deberá requerirse de tiempo extra para generar un salario de subsistencia. Las listas de verificación ponen énfasis en:

- El nivel o monto del salario neto a cada trabajador, el cual debe ser suficiente para cubrir las necesidades básicas y este debe ser, además, superior al salario mínimo fijado;
- Chequea que las deducciones extra al salario no constituyan medidas disciplinarias;
- Que los trabajadores reciban una liquidación o comprobante de su salario, incluyendo éste y todas las deducciones que se realizan, y
- Que los bonos e incentivos estén actualizados.

i. **Sistemas de gestión:** Para la norma SA 8000, es un requisito que las políticas de la empresa en responsabilidad social y condiciones laborales garanticen el cumplimiento de todas las exigencias de esta norma y las que la propia empresa establezca. Asimismo, cumplir con la legislación nacional y respetar los

instrumentos internacionales al respecto, como también su mejoramiento continuo, y que los requisitos de esta norma sean conocidos y entendidos por todo el personal de la empresa. La empresa está obligada a contar con pruebas documentales del cumplimiento de la norma. Las listas de verificación, como instrumento de seguimiento y evaluación de la aplicación de la norma SA8000, chequean en este acápite:

- **Políticas**: La alta administración de la empresa definirá su política respecto a la responsabilidad social y a las condiciones laborales, garantizando que ésta:
  - Incluye el compromiso de cumplir con todos los requerimientos de la Norma y con las obligaciones a las que la empresa se someta voluntariamente.
  - Incluye el compromiso de acatar la legislación nacional y cualquier otro derecho aplicable.
  - Incluye el compromiso de mejora continua.
  - Sea efectivamente documentada, aplicada, mantenida, comunicada, y que sea accesible y comprensible a todo el personal, incluyendo directores, ejecutivos, gerencia, supervisores, y todos aquellos, bien directamente empleados, bien contratados, o que de alguna manera representen a la empresa.
    - Sea accesible al público.

- **Revisión por la administración**: La alta administración de la empresa revisará periódicamente la oportunidad, conveniencia y efectividad de su política, los procedimientos y los resultados de su aplicación, comparándolos con los

requerimientos de la Norma y con las otras obligaciones a las que la empresa se suscriba voluntariamente. Cuando sea apropiado, se introducirán modificaciones y mejoras al sistema.

- **Representantes de la empresa:** La empresa nombrará un representante de la alta administración, quien, independientemente de otras responsabilidades, será responsable del cumplimiento de las condiciones establecidas en la Norma. La empresa garantizará el derecho del personal de planta a elegir un representante de su grupo para facilitar la comunicación con la alta administración, en asuntos relacionados con la Norma.

- **Planeamiento y aplicación:** La empresa garantizará que los requerimientos de la Norma sean comprendidos y aplicados en todos los niveles de la organización; dentro de los métodos para lograr esto se incluyen, entre otros:
  - La clara definición de los roles y de las responsabilidades dentro de la estructura jerárquica de la empresa.
  - La capacitación de los trabajadores nuevos y/o temporales al entrar en plantilla.
  - La realización periódica de programas de concienciación y de capacitación para todos los trabajadores previamente empleados.
  - El monitoreo continuado de las actividades y de los resultados de la aplicación de la Norma, con el objeto de demostrar la eficacia de los sistemas establecidos

para cumplir con la política de la empresa y con los requerimientos de la Norma.

- **Control de los proveedores/ subcontratistas y sub-proveedores:** Antes de iniciar la lista es importante definir dos conceptos nuevos utilizados en esta norma:

  Definición de sub-proveedor. *Una entidad de negocios dentro de la cadena de suministros que, de modo directo o indirecto, ofrece al proveedor bienes y/o servicios necesarios para, y utilizados en, la producción de los bienes y/o servicios del proveedor y/o de la empresa.*

  Definición de un trabajador en el hogar*. La Norma SA 8000 define como un trabajador del hogar una persona que desempeña un trabajo para una empresa, bajo contrato directo o indirecto, fuera del local de la empresa, por remuneración, que resulta en la provisión de un producto o de un servicio como especificado por el empleador independientemente de quién provea el equipo, materiales u otros insumos utilizados.*

  - La empresa establecerá y mantendrá procedimientos adecuados para evaluar y seleccionar proveedores/subcontratistas (y cuando sea apropiado: sub-proveedores) basados en su capacidad para cumplir con los requerimientos de la Norma.
  - La empresa mantendrá registros adecuados del compromiso de los proveedores, subcontratistas (y

subproveedores cuando sea apropiado) con responsabilidad social, incluyendo, entre otros, el compromiso escrito de estas organizaciones de: acatar todos los requerimientos de la Norma (incluyendo esta cláusula), participar en las actividades de control de la empresa, cuando esta así lo solicite, implementar acción remedial y correctiva inmediata para cualquier no-conformidad identificada según los requerimientos de la Norma, informar a la empresa, de forma rápida y completa, de cualquier relación comercial relevante con otros proveedores, subcontratistas y sub-proveedores.

- La empresa mantendrá pruebas razonables de que los requerimientos de la Norma se cumplen por parte de proveedores y subcontratistas.

Además de los requerimientos anteriores descritos, en los cuales la empresa recibe, maneja o promueve bienes y/o servicios de los proveedores/subcontratistas o subproveedores que están clasificados como trabajadores del hogar, la empresa tomará pasos especiales para asegurar que a los trabajadores en el hogar se les proporcione un nivel de protección similar al proporcionado al personal empleado directamente bajo los requerimientos de la Norma. Estos pasos incluirán, pero no se limitarán a:

- Establecer contratos de compra, legalmente vinculantes, escritos y que requieran conformidad con criterios mínimos (según los requerimientos de la Norma).

- Asegurar que los requerimientos del contrato de compra, escrito, sean incluidos e implementados por los trabajadores en el hogar y todas las demás partes involucradas en el contrato de compra.
- Mantener, en el local de la empresa, registros integrales detallando la identidad de los trabajadores en el hogar, la cantidad de bienes producidos/ servicios proporcionados y/o las horas trabajadas por cada trabajador en el hogar.
- Llevar a cabo actividades frecuentes de monitoreo - anunciadas y no anunciadas - para verificar el cumplimiento con los términos del contrato escrito de compra.

- **Identificando problemas e iniciando acciones correctivas:** La empresa investigará, confrontará y responderá a las cuestiones que planteen sus empleados y otras partes interesadas, con respecto al cumplimiento o incumplimiento de la política de la empresa y/o de los requerimientos de la Norma. La empresa se abstendrá de disciplinar, despedir, o discriminar de cualquier forma a los empleados que proporcionen información concerniente a la observancia de la Norma. Además llevará a cabo acciones correctoras y remediales, asignando los recursos necesarios que sean apropiados de acuerdo con la naturaleza y la gravedad de la infracción, cuando se identifique el incumplimiento de la política o de los requerimientos de la Norma.

- **Comunicación Externa:** La empresa establecerá y mantendrá procedimientos para comunicar regularmente a todas las partes

interesadas datos y otra información relativa al cumplimiento de los requerimientos de este documento. Entre otros aspectos, esta información incluirá detalle de los resultados de las revisiones realizadas por la administración de la empresa y de las actividades de monitoreo.

- **Acceso para Verificación:** Cuando exista un contrato que así lo estipule, la empresa facilitará información razonable y acceso a aquellas partes interesadas en verificar el cumplimiento de los requerimientos de la Norma. Así mismo, cuando lo exija el contrato, los proveedores y subcontratistas de la empresa deberán ofrecer similar información y acceso, mediante la incorporación de dicha obligación en los contratos de compras de la empresa.

- **Registros:** La empresa mantendrá registros apropiados para demostrar el cumplimiento de los requerimientos de la Norma.

Para la obtención de la certificación en la norma SA 8000, las empresas participan en forma voluntaria en una auditoría externa y exhaustiva y acceden a someterse a inspecciones programadas y anunciadas. Las empresas calificadas reciben el derecho de publicar su condición de SA 8000. Los partidarios en esta certificación sostienen que normas globales como estas son de particular utilidad para las empresas que dependen de proveedores ubicados por todo el mundo[45.]

---

[45] Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 164.

2.3. Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)

2.3.1. Definición

El Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social Empresarial (Global Compact), se puso en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en Julio de 2000. Su misión fomentar una relación armónica y beneficiosa entre negocios y sociedad, teniendo una particular atención en la población económicamente desposeída[46].

2.3.2. Antecedentes

En 1999 el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentó a la comunidad empresarial una propuesta de Pacto Mundial *(The Global Compact)* que incluye aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos, solicitando a los empresarios adoptar los principios que allí figuran y apoyar las políticas gubernamentales coherentes con esos mismos principios. Las empresas firmantes deben enviar un ejemplo anual de la aplicación de los principios en la práctica, e informar sobre las lecciones aprendidas. Los nueve principios universales del Pacto Mundial en materia de derechos humanos, trabajo y medio ambiente se derivan de[47]:

- La Declaración Universal de Derechos Humanos

---

[46] Baltera- Díaz - Dussert. *Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y Potencialidades en Materia Laboral*. Departamento de Estudios, Dirección del Trabajo de Santiago de Chile. Diciembre 2005, pág. 33.

[47] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 26.

- La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo;
- La Declaración de Rio sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

2.3.3. Propósito

Para que las empresas puedan poner en práctica los principios de este pacto se deben establecer a lo interno de la misma los siguientes objetivos: que el Pacto y sus principios formen parte de la estrategia corporativa de la empresa y que se posibilite la cooperación entre participantes de manera que puedan encontrar soluciones prácticas mediante el diálogo, el aprendizaje y proyectos conjuntos.

2.3.4. Alcance o características

El Pacto Mundial no se trata de una certificación o un instrumento regulador, tampoco se propone vigilar, imponer, ni evaluar la conducta o las acciones de las empresas, se trata de una iniciativa para que las empresas gubernamentales y no gubernamentales, así como organismos y sindicatos, apoyen de manera voluntaria los nueve principios que en la misma se profesan y que serán detallados a continuación.

¿Quiénes participan?[48]

- **Los Gobiernos:** que definen los principios que guían la iniciativa.
- **Las compañías:** cuyas acciones se pretende influenciar.
- **Los trabajadores:** que son los que producen.
- **La sociedad civil:** que se beneficia si hay empresas socialmente responsables.
- **Las Naciones Unidas:** que provee el foro global.
- **La Oficina del Pacto Mundial** en Nueva York juega un rol importante, pero también cuatro agencias de la ONU:
    - La Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos;
    - La Organización Internacional del Trabajo;
    - El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, y
    - El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Los nueve principios que recoge este pacto son los siguientes[49]**:**

1. Derechos humanos:

- **Principio No. 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia; y
- **Principio No. 2:** Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.

---

[48] Baltera- Díaz - Dussert. *Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y Potencialidades en Materia Laboral*. Departamento de Estudios, Dirección del Trabajo de Santiago de Chile. Diciembre 2005, pág. 34.

[49] Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 27.

2. **Trabajo:**

- **Principio No. 3:** Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- **Principio No. 4:** Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
- **Principio No. 5:** Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil; y
- **Principio No. 6:** Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.

3. **Medio ambiente:**

- **Principio No. 7:** Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales;
- **Principio No. 8:** Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y
- **Principio No. 9:** Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.

2.4. Reporte del Balance Social del Global Reporting Initiative (GRI)

2.4.1. Definición

El GRI ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, cuya primera versión surgió en el 2000, su misión principal es la de mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad. De acuerdo con el GRI, los indicadores de sustentabilidad son los elementos que muestran el resultado de la gestión de la responsabilidad

social empresarial e incluye tres secciones importantes: Los indicadores económicos, los indicadores ambientales y los indicadores de desempeño social.

Los indicadores de desempeño social tienen cuatro componentes:

1. Prácticas laborales y trabajo decente;
2. Derechos humanos;
3. Sociedad, y
4. Responsabilidad en el producto.

2.4.2. Antecedentes

La Iniciativa del Reporte Global, en inglés Global Reporting Initiative (GRI) es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES, siglas en inglés de Coalition for Environmentally Responsable Economies) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA)[50.]

2.4.3. Propósito

Uno de los principales beneficios de generar un reporte sobre el modelo GRI es que permite que la empresa se compare con empresas de los países miembros del Global Compact y pueda evidencias mejores

[50] Artículo: *Global Reporting Initiative (GRI).* Instituto de Ética y Calidad en el Agro. En: http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36.

prácticas implementadas tanto local como internacionalmente. Otros beneficios que puede aportar el poner en marcha este programa son[51]:

- **Amplía el diálogo de la organización con la sociedad:** La empresa tiene la oportunidad de mostrar cuál es su papel social y cómo encara sus compromisos con sus recursos humanos y ambientales. Esto establece un clima de confianza en sus relaciones con sus clientes, proveedores, comunidad vecina, gobierno, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

- **Ayuda al equipo a incorporar posturas éticas y transparentes:** Los funcionarios son estimulados a pensar en su papel en la implantación de los compromisos sociales de la empresa. Ellos participan en la elección de los proyectos que son llevados a cabo por la empresa y esto aumenta la comunicación interna y la integración de todo el equipo.

- **Sirve como subsidio en las negociaciones con los empleados:** Una vez resumidos los beneficios que pueden recibir los accionistas se crea un documento que sirve base para direccionar los acuerdos entre empresa-empleado, inclusive porque declara los objetivos futuros de la empresa.

- **Ayuda a establecer relación con su público de interés:** El proceso de elaboración del balance social envuelve la realización de investigaciones de opinión y de formación de grupos de discusión, que permiten evaluar como los clientes, proveedores,

[51] Scharf-Pachi. *El Balance Social y la Comunicación de la Empresa con la Sociedad.* Instituto Ethos, la Fundación Emprender y Redes. Esta publicación fue originalmente Desarrollada por la Red Ethos de Jornalistas. Cuarta edición, pág. 26-29. En: www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-3c7REDES_2.pdf.

accionistas y la comunidad en general ven a la empresa, su postura y sus productos.

- **Diferencia la imagen de la empresa en el mercado, frente a sus clientes, financistas y gobierno:** Las empresas que participan en estos programas son reconocidas por estas entidades gracias a estas acciones.

- **Ayuda a diagnosticar los desafíos futuros de una empresa:** Los proceso de levantar estas informaciones para que sean publicadas permite a las empresas hacer un diagnóstico de la salud del negocio, identificación de posibles situaciones de riesgos y la verificación de la capacidad de reacción de la empresa.

- **Permite a la empresa comparar su desempeño y sus relaciones con el de otras empresas:** Ya visto anteriormente, esta es una de las razones fundamentales de la publicación, identificar modelos ya implementados y reconocidos a nivel global.

- **Amplía la eficiencia de las inversiones sociales:** Permite además identificar donde concentrar los recursos para una mejor planificación y monitoreo de los proyectos.

- **Integra los objetivos socio-ambientales a la planificación de la empresa:** La responsabilidad social pasa a ser parte del gerenciamiento cotidiano, demostrando la necesidad de definición de metas e instrumentos de acompañamiento.

2.4.4. Alcance

Este estudio contempla casi 80 indicadores, ha sido diseñado por los países que forman el Pacto Mundial (The Global Compact), brazo importante de la Organización de las Naciones Unidas. Los países desarrollados y los países en desarrollo deben ser capaces de adoptar este modelo de reporte para mostrar los resultados de la gestión socialmente responsable, y más si se tratase de empresas transnacionales o multinacionales (con operaciones en diferentes continentes).

Es perfectamente aceptable que la empresa se conforme con reportar los indicadores al 20 o 30 por ciento en el primer año de reporte y sobre esto defina su línea de base como punto de partida para que, mediante un proceso de mejora continua, cada año aumente el número de los indicadores aplicados en su Reporte de Sostenibilidad, con la finalidad de que a mediano plazo se alcance el 100%.

Las empresas que se rigen bajo el protocolo GRI establecen una escala que define los niveles de aplicación en la elaboración del Reporte de Sustentabilidad y la misma debe declarar el nivel de aplicación del modelo GRI. Los tres niveles de aplicación del modelo son: avanzado, intermedio y principiante, y reciben la calificación A, B y C, respectivamente. A su vez, cada uno de estos niveles debe ser medido en función del alcance de su aplicación mediante la asignación de un “+”, que es atribuido por un evaluador externo. Esta evaluación ofrece una medida del alcance de la aplicación de los indicadores GRI y brinda al lector del reporte la tendencia de los avances que la empresa en el transcurso de los años:

- El nivel principiante se asigna a aquellas empresas que elaboran la línea de base; es decir, el diagnóstico inicial que sirve de referente para evaluar los avances y las mejoras a través del tiempo.
- El nivel avanzado se asigna a las empresas que, con el transcurso del tiempo, han logrado un nivel de sofisticación en la aplicación de los protocolos establecidos por el GRI, generalmente son aplicados por evaluadores independientes.

Esta metodología se basa principalmente en contenidos medioambientales, los informes elaborados en base al GRI sostienen varios principios[52]:

1. **Principios para determinar los <u>asuntos e indicadores</u> sobre los que la organización debería informar:**

- **Materialidad:** La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la empresa o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.
- **Participación de los grupos de interés:** La empresa debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** Se consulta sobre la forma en la que contribuyen las empresas, o pretenden contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y

[52] Artículo: Global Reporting Initiative (GRI). Instituto de Ética y Calidad en el Agro. En: http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36.

condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global.

- **Exhaustividad:** La cobertura de los indicadores y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la empresa informante durante el periodo que cubre la memoria.

2. Principios para garantizar la calidad y la presentación adecuada de la información divulgada:

- **Equilibrio:** La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la empresa para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad:** Se deben seleccionar, recopilar divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras empresas.
- **Precisión:** La información debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la empresa informante.
- **Periodicidad:** La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

- **Claridad:** La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.
- **Fiabilidad:** La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

Esta norma tiene 3 partes fundamentales[53]:

- **Perfil:** Información que define el contexto general de la empresa y permite comprender el desempeño de la empresa, a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo. Se incluye la Visión y Estrategia de Sostenibilidad: Debe estar firmado por el Presidente de la empresa.
- **Enfoque de la dirección:** Información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta. Como se maneja la empresa en términos de estructura de decisiones y los sistemas de gestión para controlar tales decisiones. Además se presenta el compromiso con los stakeholders, las políticas sociales y ambientales.
- **Indicadores de desempeño:** económico, ambiental y social, estos a su vez, están clasificados en indicadores principales y optativos. Indicadores que permiten disponer de información

[53] Artículo: Global Reporting Initiative (GRI). Instituto de Ética y Calidad en el Agro. En: http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36.

comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

En la última versión publicada, denominada G3, se incluyen 47 indicadores principales y 32 adicionales. Para producir un informe exigido por GRI, una empresa debe informar sobre todos los indicadores principales o dar razones de por qué no lo hace.

En el anexo II de este estudio podremos revisar en detalle la estructura básica de Balance Social de la Global Reporting Initiative (GRI) con el fin de que pueda ser usado para revisar la situación actual de la empresa.

CAPITULO III

PLAN DE PROYECTO DESPLIEGUE DE PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

CASO: VDV COMUNICACIONES

III. Plan de Proyecto Despliegue de Programa de Responsabilidad Social Empresarial. Caso: VDV COMUNICACIONES[54]

Para una empresa tomar la decisión de poner en marcha un programa de responsabilidad social empresarial se requiere de dedicación, reflexión y que todos los miembros compartan esta misma visión. Se puede decir que el primer paso que se debiera dar es conocer realmente de que se trata esta iniciativa y estar claros de los beneficios e implicaciones a nivel de recursos y esfuerzos que se requieren.

Una vez tomada la decisión, sólo es necesario identificar las tareas a realizar, las cuales deben ser continuas, permanentes, evaluadas y realizadas en coordinación con los grupos de interés que estarán beneficiándose de los mismas, ya que no se pretende que sean interpretados como actos aislados, paternalistas y que no persigan un fin que no sea el mejorar la calidad de vida de quienes están involucrados en este proceso.

Un plan de RSE debe traducirse en acciones concretas tales como:

1. Identificar los responsables de hacer que las cosas sucedan y la autoridad que tienen para materializar las mismas;
2. Los recursos por utilizar;
3. Las etapas por las que se desarrollaran los objetivos;
4. Los plazos y las prioridades que deben perseguirse.

---

[54] *Especial Responsabilidad Social Empresarial: Una Ruta para trabajar con Responsabilidad Social*. Revista Mercado. Edición no. 223, año 18, Enero 2012, pág. 76.

El punto de partida para llevar a cabo el programa sería crear un inventario de posibles acciones a realizar como trabajo de RSE y que esté relacionado a lo que la empresa está haciendo en este momento. Estas actividades pueden ser: donaciones en efectivo a causas y beneficencias, reciclando, uso correcto de combustibles, promover trabajo saludable y vida saludable en los empleados.

El segundo paso es establecer un diálogo con los grupos de interés de la empresa y averiguar lo que es significativo para ellos. Ya hemos visto cuales son los actores de estos grupos de interés con los que se relaciona la empresa siendo cada uno de gran importancia para la toma de decisiones responsables. Es recomendable que en estos temas a abordar con la comunidad sean tomados en cuenta aquellos para los que la empresa tiene competencias específicas y que pueden ser de más fácil y rápida atención. En este diagnóstico de la relación con los grupos de interés se deberán identificar también como los mismos afectan a la empresa y viceversa.

El enfoque de RSE además debe reflejar cómo la empresa hace negocios. El establecimiento de acciones responsables no puede nunca poner en riesgo los recursos de la empresa, las acciones de RSE deben actuar en forma proporcional con los recursos de la misma, de lo contrario, estas no serían sostenibles y terminarían convirtiéndose en el corto plazo en una moda pasajera, o en un mero ejercicio de Relaciones Públicas.

Asegurar de que todos los niveles de la empresa están involucrados en el programa de responsabilidad social, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea.

Por último, pero no menos importante, es la de considerar evaluar el plan de responsabilidad social. En esta evaluación se considerara la confirmación de cumplimiento de las metas específicas y medibles que fueron concebidas en el inicio. Una adecuada evaluación permitirá a la empresa darse cuenta de cómo han aportado cada una de las acciones realizadas a las metas de la empresa.

Resumiendo, la ruta descrita entonces para poner en marcha este programa incluirá:

1. Hacer un diagnóstico del estado de RSE en la empresa, lo cual dará como resultado, un inventario de posibles acciones. La herramienta de evaluación que se recomienda utilizar para este diagnóstico ha sido preparada tomando en consideración los elementos más relevantes de cada una de las normas descritas en este trabajo.
2. Coordinar un plan de trabajo para la implementación y el despliegue a toda la empresa de esta iniciativa aprobada previamente por el equipo directivo de la misma.
3. Establecer herramientas de seguimiento y control de la planificación a realizar, la cual deberá hacerse de manera periódica.

3.1. Diagnóstico del estado de RSE

El primer paso a considerar para desarrollar un programa de RSE en la empresa será el de realizar un diagnóstico del estado de la misma. El objetivo de este diagnóstico es conocer las acciones que se vienen realizando de manera consciente o inconsciente, pero aislada, y que pueden ser integradas y ejecutadas a través de un sistema de gestión de RSE formal; otros objetivos que se derivan de este ejercicio son[55]:

- Un informe de los resultados donde se identifique los puntos débiles y los puntos fuertes de la empresa en materia de RSE.
- Mostrar los puntos clave de la gestión de la RSE a la administración, gerentes y responsables del área.
- Identificar la capacidad actual de la empresa en materia de información e indicadores de seguimiento y control.

3.1.1. Pasos a seguir para la realización del diagnóstico

Dentro de los pasos a seguir para llevar a cabo el diagnóstico de la situación actual de la RSE se incluyen los siguientes pasos[56]:

- **Paso 1. Reunión de información a nivel directivo:** La intención de iniciar con una estrategia de RSE, debe ser impulsada y

[55] Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social para Pymes. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Pág. 23. En: http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download

[56] Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social para Pymes. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Págs. 27-28. En: http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download

guiada desde los más altos cargos de la empresa. En esta reunión se informará y abordarán los siguientes temas:

- Información general sobre la RSE;
- Interés de la empresa en esta iniciativa;
- Beneficios y objetivos esperados;
- Requerimientos y recursos (nombramiento del coordinador y colaboración necesaria de todas las áreas implicadas);
- Compromiso y apoyo que se necesita de la dirección;

- **Paso 2. Determinación del equipo de trabajo en la empresa:** Una vez ha sido aprobado el proyecto, la dirección deberá identificar las áreas y el personal clave para la realización del diagnóstico. Se conforma el equipo de trabajo, que debe constar de:
  - Un coordinador, realizará el seguimiento del proceso.
  - Los responsables de realizar las entrevistas a partir del cuestionario recomendado a continuación.

  El equipo de trabajo deberá estar conformado por personas que no están comprometidas en los procesos que serán analizados.

- **Paso 3. Planificación de las entrevistas y cronogramas:** El equipo se reúne para planificar el cronograma de trabajo para realizar las entrevistas.

- **Paso 4. Entrevistas:** El equipo de trabajo deberá realizar las entrevistas necesarias para completar los cuestionarios.

- **Paso 5. Elaboración del informe de resultados:** Cada responsable de ejecutar las entrevistas será responsable de preparar un informe de resultados. El informe deberá seguir la estructura del cuestionario en cuanto a temas, además deberán indicarse cuáles son los puntos débiles y fuertes para cada uno de los temas tratados y la capacidad de la empresa para recoger y procesar información necesaria para la gestión de RSE. El coordinador del equipo deberá consolidar los informes elaborados, de manera que el informe final sea un documento homogéneo y coherente, además deberá incluir las conclusiones globales del diagnóstico donde se establecerán las principales debilidades y fortalezas en materia de RSE.

- **Paso 6. Presentación del informe de resultados al equipo directivo:** Esta es responsabilidad del coordinador, en la misma se estará presentando además de los resultados globales las sendas de acción de la empresa sobre la iniciativa de RSE.

3.1.2. Cuestionario de evaluación prácticas de RSE en la empresa

Uno de los entregables de este estudio es recoger de cada una de las herramientas e iniciativas presentadas los principales aspectos a evaluar en la empresa VDV Comunicaciones, de manera que los resultados de la empresa puedan ser comparables con los estudios realizados en la región y en la República Dominicana. **Abarcará pues 4 dimensiones importantes:**

8. **Evaluación del nivel de conocimiento y aplicación de la RSE en la empresa VDV Comunicaciones.**
9. **Valores y transparencia de la empresa VDV Comunicaciones.**

10. **Sociedad (Preguntas a realizar en grupo de enfoque a clientes de la empresa)**
11. **Relación con los grupos de interés de VDV Comunicaciones.**

Es importante que sólo se considere la participación de los altos ejecutivos de la empresa en esta primera etapa del programa. A continuación las preguntas a realizar durante las entrevistas:

1. Evaluación del nivel de conocimiento y aplicación de la RSE en la empresa VDV Comunicaciones.

1.1. ¿En la declaración de la visión y de la estrategia de la empresa menciona o cita el compromiso con su contribución al desarrollo sustentable o con los grupos interesados?
1.2. ¿Conoce lo que es la RSE?
1.3. ¿Conoce los reportes de sustentabilidad?
1.4. ¿Posee la empresa una política de sustentabilidad escrita y difundida?
1.5. ¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa relativa a la RSE? Indique en cuáles de estos casos participa.

Casos de Responsabilidad Social Empresarial			
arte/cultura		medio ambiente	
asistencia social		mujer	
bienestar familiar		personas con incapacidad	
desarrollo comunitario		recreación/deportes	
drogadicción/delincuencia		salud	
educación		seguridad ciudadana	
infancia		vivienda	
en ingreso familiar		en otras áreas	

1.6. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados por la empresa para difundir las actividades de RSE?

1.7. ¿Conoce la relación entre el nivel de RSE y la capacidad instalada? La capacidad instalada incluye los siguientes componentes:

- La empresa cuenta con un reporte de sustentabilidad.
- Ha integrado al menos un estándar internacional.
- Cuenta con un cargo especifico RSE entre su personal.
- Se adhiere a una entidad promotora de RSE.

1.8. ¿Su empresa tiene un encargado de RSE? Especificar el cargo.

1.9. ¿Cuáles son los principales obstáculos para el avance de la RSE en su empresa?

2. Valores y transparencia de la empresa VDV Comunicaciones.

2.1. ¿Posee la empresa un documento donde expone los principios y valores de la organización?

2.2. ¿Las políticas de la empresa están debidamente documentadas, aplicadas, mantenidas, comunicadas, y que se encuentran accesible a todo el personal?

2.3. Su código de ética, provee a sus empleados orientación o lineamientos respecto de estos aspectos (Las respuestas incluyen: (No/En parte/ En gran parte/ Totalmente):

- Orientación a los empleados de nuevo ingreso y durante su permanencia en la empresa
- Relación con los proveedores
- Relación con clientes/consumidores
- Relación con la comunidad
- Prohíbe la corrupción, la extorsión y el soborno.
- Es revisado al menos cada dos años.

2.4. Acerca de los valores y transparencia la empresa:

- ¿Respeta los derechos del accionista, sus críticas y preocupaciones?
- ¿Dialoga con los grupos que critican los procesos, productos o servicios?
- ¿Utiliza los defectos de sus competidores para promover sus productos?
- ¿Tiene información sobre la responsabilidad social de su empresa?

2.5. ¿Considera que la empresa acata la legislación nacional y cualquier otro o derecho o legislación con la más alta responsabilidad?

2.6. ¿Establece la empresa programas de mejora continuas para aquellos indicadores relativos a la ética y responsabilidad social que estén por debajo de los objetivos de la empresa?

3. Sociedad (Preguntas a realizar en grupo de enfoque a clientes de la empresa)

3.1. ¿Conoce lo que es la RSE?

3.2. ¿Podría nombrar una empresa de telecomunicaciones socialmente responsable?

3.3. ¿Usted preferiría comprar un producto que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor? ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar?

3.4. ¿Considera que la empresa debe incrementar sus actividades en temas medioambientales?

3.5. ¿Por cuáles motivos considera que la empresa VDV está realizando actividades socialmente responsable?

- Por publicidad
- Para vender más
- Mejor aceptación de la sociedad

- Compromiso de mejorar la sociedad
- Otros

4. Relación con los grupos de interés de VDV Comunicaciones.

4.1. **Relación con los empleados:**

4.1.1. **Trabajo infantil:**

- ¿Respeta la empresa la legislación contra el trabajo infantil?
- ¿Ayuda la empresa con la educación de los hijos de sus empleados?

4.1.2. **Trabajo forzoso:**

- ¿Desempeña el empleado de manera voluntaria?
- ¿Los niveles gerenciales comprenden los diferentes tipos de trabajo forzoso, esto se refiere a que la contratación no debe estar sujeta a sobornos o depósitos?
- ¿Los empleados son libres de retirarse una vez finalizado su turno o jornada?
- ¿Los empleados pueden renunciar al empleo cuando así lo deseen, respetando lo acordado en la normativa legal vigente?

4.1.3. **Salud, seguridad y condiciones de trabajo:**

- ¿Existe en la empresa un programa o procedimiento de salud y seguridad?
- ¿Facilita la empresa un ambiente de trabajo saludable, higiénico y seguro?
- ¿Existe en la empresa un responsable de la salud y seguridad de todo el personal?
- ¿Se les proporciona a los trabajadores los equipos de seguridad necesarios como aquellos que se necesitan para manejar productos peligrosos o contaminantes?

- ¿Se realizan pruebas de calidad de aire, en caso de emisiones de gases peligrosos o partículas contaminantes?
- ¿Existe un programa de capacitación y se desarrolla el mismo en horario de trabajo?
- ¿Los despidos en la empresa se realizan sólo cuando es estrictamente necesario?
- ¿Existe en la empresa empleados analfabetos? ¿En qué cantidad?
- ¿Desarrolla un programa de educación y desarrollo de manera anual como parte de su plan corporativo?
- ¿Dispone de un plan de becas, incentivos económicos o cualquier otro incentivo que promueva la capacitación?

4.1.4. **Valoración y respeto a la diversidad:**

- ¿Existen procedimientos o mecanismos para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de discriminación, el hostigamiento, la coerción o comportamientos amenazantes?
- ¿La empresa prohíbe o sanciona todo tipo de discriminación?
- ¿Tiene programas de horarios flexibles que permite a los empleados disponer de tiempo para el cuidado de sus hijos?

4.1.5. **Relación con los sindicatos:**

- ¿Permite a los empleados el legítimo de derecho de formar o afiliarse a sindicato?
- ¿Reconoce la empresa la importancia de los sindicatos como interlocutor válido en el proceso de negociación colectiva?

4.1.6. **Prácticas disciplinarias:**

- ¿Existe en la empresa un sistema de aplicación de medidas disciplinarias?

- ¿Existe en la empresa procedimientos de apelación, manuales de procedimiento para enfrentar cualquier tipo de violación de las políticas disciplinarias?
- ¿Conocen los empleados los procedimientos de queja establecidos?

4.1.7. **Horario de trabajo:**

- ¿En la empresa se controla la duración del tiempo extra en labor, de manera que se cumplan con las legislaciones laborales establecidas?
- ¿A los empleados se otorga al menos un día de descanso en un período de siete días o los tiempos de descanso de acuerdo a la legislación laboral?
- ¿Se exige a los empleados trabajo en casa?

4.1.8. **Compensación:**

- ¿El monto pagado por salario mínimo por la empresa a los empleados se corresponde con los establecidos en las regulaciones del país?
- ¿Aplica medidas disciplinarias realizando deducciones del salario?
- ¿Reciben los empleados un comprobante de pago de su salario, incluyendo en el mismo todas las deducciones que se le realizan?
- ¿Los bonos e incentivos establecidos se corresponden con las legislaciones vigentes y con los establecidos en las políticas internas?

4.2. **Relación con el Medio Ambiente:**

- ¿La empresa da cumple de manera cabal las normas ambientales existentes?

- ¿La empresa realiza mejora continua a sus procesos de producción de manera que utiliza procesos y/o tecnologías que reducen los niveles de contaminación así como el eficiente uso de los recursos naturales?
- ¿Implementa la empresa políticas de ahorro de energía y agua?
- ¿Controla la contaminación que puede generar el servicio que presta?
- ¿Dispone de un programa de reciclaje y de eliminación de desechos?
- ¿No utiliza insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales?

4.3. **Relación con Proveedores o Suplidores:**

- ¿Dispone la empresa de procedimientos para evaluar y seleccionar proveedores/subcontratistas?
- Dentro de los requisitos para que un suplidor sea tomado en cuenta ¿La empresa tiene registros adecuados del compromiso de los proveedores?
- ¿La empresa establece contratos de compra, legalmente vinculantes y por escritos?
- ¿La empresa guarda un registro de la identidad de todos sus empleados o de sus contratistas, la cantidad de bienes producidos/ servicios proporcionados y/o las horas trabajadas por cada trabajador en el hogar?
- ¿Realiza auditorias programadas y no programadas a sus proveedores para verificar el cumplimiento con los términos del contrato escrito de compra?
- ¿Si los proveedores no cumplen con los acuerdos establecidos se cambia de suplidor aun sea el ultimo mas costoso?

4.4. **Relación con el cliente:**

- ¿En todas sus interacciones con los clientes y consumidores brinda educación e información precisa y verídica?
- ¿Mantiene una efectiva comunicación con sus clientes?
- ¿Promueve en sus clientes una cultura de consumo sostenible?
- ¿Se responsabiliza de que sus acciones no vayan en contra de la salud y seguridad de sus clientes?
- ¿Tiene un adecuado servicio al cliente?
- ¿Tiene procedimientos para resolver las disputas e indemnizar al cliente?
- ¿Tiene procesos y sistemas que aseguran la protección y privacidad de la información de sus clientes?
- ¿Prohíbe la práctica de ventas no éticas y establece mecanismos de control para prevenir y hacer que se cumpla?

4.5. **Relaciones con la comunidad:**

- ¿Mantiene relaciones a largo plazo con programas específicos?
- ¿Conoce y colabora en las actividades organizadas por su comunidad?
- ¿Toma acciones correctivas frente a reclamos?
- ¿Crea empleos mediante la ampliación y diversificación de sus actividades económicas y desarrollo tecnológico?
- ¿Contribuye en las siguientes inversiones sociales?
    - Contribuye a través de sus inversiones sociales al desarrollo económico local.
    - A la salud integral.
    - Programas de educación.
    - Apoya y promueve la preservación cultural.

4.6. **Relación gobierno y sociedad:**

- ¿Evita financiar partidos políticos o candidatos?
- ¿Se mantiene imparcial y transparente frente al poder público y a la corrupción?
- ¿Promueve la RSE en las relaciones con otras organizaciones?
- ¿Respeta los derechos de la propiedad?

3.2. Pasos para definir la estrategia corporativa de RSE

A partir del análisis de fortalezas y debilidades encontradas, la empresa puede decidirse en hacer programas de RSE de corto, mediano y largo plazo, con el objeto de mejorar el comportamiento empresarial que puede impactar los temas laborales, medioambientales y sociales.

Durante este proceso, que por lo general es de medio a largo plazo, deberán considerarse los recursos disponibles, la situación de la empresa y del sector, de manera que puedan priorizar las acciones y realizar su programación a través del tiempo.

El plan de trabajo debe permitir a la empresa[57]:

- Definir los objetivos de la empresa en el marco de la RSE;
- Identificar las acciones asociadas al cumplimiento de estos objetivos;
- Coordinar los recursos de manera eficiente y eficaz en la realización de las acciones;

[57] Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social para Pymes. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Pág. 39. En: http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download

- Establecer un sistema simple de seguimiento y control de la ejecución del plan de acción en RSE de la empresa;

Los pasos recomendados para realizar este plan incluyen[58]:

- **Paso 1. Definición del objetivo general de la empresa en RSE-Visión:** La definición del objetivo de la empresa deberá responder a la pregunta: ¿Hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué desea convertirse?, la respuesta de esta pregunta constituirá la Visión u objetivo general y será la guía para definir todas las acciones relacionadas a la RSE. La visión debe formularse de forma clara y objetiva para que llegue a formar parte de la cultura organizacional de la empresa.

- **Paso 2. Determinación de equipo de trabajo:** Al igual que en el diagnóstico, se deberá conformar un equipo de trabajo que será el responsable por las tareas a ejecutar en materia de RSE. Estará conformado por un coordinador, el cual deberá tener una visión general de la empresa y un equipo de trabajo que debe contar como mínimo de tres personas.

- **Paso 3. Definición de los objetivos específicos y acciones asociadas:** Este equipo de trabajo será el responsable de identificar los objetivos específicos y las tareas asociadas, tomando en cuenta el informe resultante del diagnóstico y el objetivo específico. Para la realización de esta actividad se propone la "Matriz de identificación de

[58] Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social para Pymes. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Págs. 40-49. En: http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download.

objetivos y acciones asociadas". Los objetivos específicos deben surgir a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo corregir o reforzar a la empresa frente a sus puntos débiles?
- ¿Cómo potenciar los puntos fuertes de la empresa?
- ¿Esta esto en concordancia con el objetivo general de la empresa?

Gráfico 63. Matriz de identificación de objetivos y acciones asociadas

Objetivo General:		
Objetivos específicos	**Ámbito de trabajo**	**Acciones propuestas**

Tomado de: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE.*

- **Paso 4. Priorización de acciones:** Luego de identificados los objetivos y sus respectivas acciones, el equipo de trabajo deberá priorizar cada acción. El proceso de priorización se realiza con el fin de identificar, cuáles acciones considerar, tomando en cuenta de que los recursos en las empresas son limitados, por lo que no todas podrían realizarse simultáneamente. Es importante que el equipo acuerde cuáles serán los criterios de priorización, se recomienda utilizar esta segunda matriz para realizar este ejercicio.

Gráfico 64. Matriz de priorización de acciones

Objetivo General:						
Objetivos específicos	Ámbito de trabajo	Acciones propuestas	Criterios (Valoración de 1 a 5)			Priorización
			Coste	Factibilidad	Importancia	Valor total
Objetivo 1						

Tomado de: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE.* http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download.

- **Paso 5. Elaboración del plan de acción en RSE:** Una vez se conoce el orden de ejecución de las actividades, el equipo de trabajo con el visto bueno de la dirección, desarrolla un plan de acción para las mismas utilizando la "Matriz Plan de Acción", ver ejemplo debajo. Para realizar esta tarea el equipo debe coordinar la misma con la dirección financiera para la asignación de presupuesto. Luego de completado este plan, debe presentarse a los directivos de la empresa para lo cual deberán emitir una aprobación.

Gráfico 65. Matriz de plan de acción

Objetivo General:							
Objetivos específicos	Acciones priorizadas			Responsable	Priorización		Presupuesto (moneda)
	Código	Titulo	Descripción		Fecha Inicio	Fecha Fin	

Tomado de: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE.* http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download.

- **Paso 6. Diseño de indicadores de seguimiento y control:** Esta será la última tarea del equipo de trabajo, la función de estos indicadores es

medir el avance de la ejecución del plan de acción de la empresa. Estos indicadores dependerán de la acción a realizar, por lo que el equipo de trabajo debe ser creativo y práctico. Estos indicadores deberán ser organizados en la siguiente “Matriz de seguimiento y control de las operaciones previstas en el Plan de Acción”. Esta herramienta permite monitorear el avance de cada una de las acciones del plan.

Cada uno de estos indicadores se medirá en base al grado de ejecución (en porcentaje), tendrá un responsable de transmitir el valor del indicador en el momento de la acción de seguimiento y control. Esta actividad se recomienda realizar de manera periódica (cada tres meses). La dirección debe designar el responsable de recoger estos indicadores. Al igual que en todos los pasos anteriores deberá presentarse al equipo directivo el detalle de estos indicadores.

Gráfico 66. Matriz de seguimiento y control de las operaciones previstas en el Plan de Acción plan de acción

Grado de ejecución

Objetivos específicos	Acciones		Seguimiento y Control								
	Código	Titulo	Indicador	Forma de cálculo	Responsable	Valor neto	Fecha	Valor	Fecha Actual	Valor alcanzado	Grado de Ejecución

Tomado de: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE.* http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download.

- **Paso 7. Difusión y comunicación del documento de Plan de Acción:** La dirección de la empresa será la responsable de difundir el Plan de Acción de RSE entre el personal, de manera que todos conozcan los objetivos del plan y sus responsabilidades. Se

recomienda se haga una presentación del proyecto para toda la empresa, esto con el fin de que los empleados puedan apreciar las iniciativas y afianzar el compromiso de todos los niveles. La presentación de esta iniciativa además deberá estar acompañado de un sistema de orientación e información, donde los empleados puedan consultar, criticar o sugerir acerca del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La responsabilidad social empresarial más que ser una moda, es una respuesta de todas las organizaciones, centros de investigación y expertos a las crecientes demandas de muchos grupos de interés de que se establezca una nueva forma de hacer negocios.

A partir de esta ultima década y de los próximos años, este será un nuevo estilo de gestión empresarial y de patrón de producción, para lo que las empresas deberán comenzar a prepararse; pues los consumidores estarán dispuestos a realizar mayores exigencias sobre la base de un mayor conocimiento. Este nuevo modelo de gestión promoverá el cambio en todos los niveles de tomas de decisiones corporativas, ya que promueve los grupos de interés sean escuchados en este proceso de ejecución empresarial.

Gracias a la existencia de normas e iniciativas de responsabilidad social empresarial se puede contar con indicadores que permitan orientar a la empresa en el mejor camino a seguir. La gran variedad de dimensiones que abarca la responsabilidad social empresarial permite además que las empresas, de acuerdo a sus fortalezas, puedan desarrollar un programa consistente y de valor agregado, no sólo en el tema financiero sino también en agregar ventaja competitiva e incrementar la satisfacción de sus clientes.

Las dimensiones antes vista podrían sugerir actividades a realizar por parte de la empresa que se ha decidido implementar un programa de RSE, podríamos mencionar algunas como:

- **Trabajar los aspectos relacionados a lo interno de la empresa:** bienestar de sus empleados, al clima laboral, desarrollo de los mismos, lo que llamamos público interno.
- **Trabajar temas relacionados a lo externo:** Promover la conservación del medio ambiente, el compromiso con el desarrollo económico y social de una comunidad, comportarse de manera ética y justa frente a las demandas de sus clientes, accionistas y distribuidores, ser un ciudadano responsable frente a la sociedad y al Estado y todo esto inyectarlo en la cultura organizacional de la empresa.

Tomando en cuenta además de que se tienen varios grupos de interés: comunidad, clientes, proveedores, estado, empleados, sociedad en general, sindicatos, accionistas; son innumerables las acciones que se pueden desarrollar, pero la pregunta es entonces, ¿Cómo puedo conocer cuales son aquellas iniciativas que debo realizar primero? ¿Cómo puedo saber en qué impacta estas iniciativas en mis operaciones y resultados? Este trabajo permite justamente trazar la línea a seguir para contestar a todas las inquietudes que pueden tener los ejecutivos y accionistas y proveer a los responsables de llevar a cabo los proyectos las directrices necesarias. Esto es la primera fase pero la más importante para poder llevar a cabo la implementación de un programa de RSE, la planificación.

A través de este esfuerzo se espera que la empresa VDV Comunicaciones adquiera las siguientes obligaciones:

- Los ejecutivos deberán considerar que además de que en la empresa se cumplan las obligaciones regulatorias hay una nueva manera de liderar y de hacer el bien social.
- El fomento y la preservación de los valores éticos que deben acompañar las decisiones diarias de las empresas de manera que las

consecuencias de las mismas procure cuidar el cliente, medio-ambiente y la economía.

- La responsabilidad de compensar a la naturaleza los daños que puede ocasionar la gestión de sus negocios.
- Hacer mejora continua de sus procesos y sistemas para asegurar los planes de RSE sean consistentes y perdurables.
- Estar dispuestos a entablar comunicaciones efectivas con sus grupos de interés y establecer procesos de solución a sus necesidades y demandas.
- Entre otras.

Finalmente este material servirá de apoyo para que la empresa VDV Comunicaciones pueda conocer lo que es RSE, sus innumerables beneficios, las estrategias y finalmente la ejecución de un plan como debe ser.

BIBLIOGRAFIA

1. Correa, Flynn, Amit. *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Santiago de Chile, Abril 2004, pág. 7, 26, 8-9, 21.

2. Cabrera Sotomayor, Gustavo: Jefe de la Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación del Perú. La Responsabilidad Social de la Empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio. En: http://www.minedu.gob.pe/ogp/xtras/ResponsabilidadSocial-MetasdelMilenio.pdf. Marzo 2006.

3. Estado de la RSE en América Latina 2011.En: http://www.cedice.org.ve/detalle.asp?ID=5088.

4. Orsi, Adriana. La Responsabilidad Social Empresarial en los Países en Desarrollo. Vol. 5, no. 17, 2007. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp_ao.htm.

5. Kowszyk –Covarrubias. *El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011*. Red Forum Empresa. En: www.empresa.org/Estudios2011/estado-rse-2011-libro.pdf.

6. Franco, Pedro. *El Reporte de Sostenibilidad: Oportunidades u Oportunismo para las Empresas*. En: http://www.puntodeequilibrio.com.pe/punto_equilibrio/01i.php?pantalla=noticia&id=15645&bolnum_key=24&serv_key=2100.

7. Tomado de Artículo*: Estudio sobre el Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011*.Diciembre 2011. En: http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=656.

8. *Responsabilidad Social Corporativa: Más que un acto solidario*. Enero 2011. Revista Mercado. En: http://www.revistamercado.do/2011/01/responsabilidad-social-corporativa-mas-que-un-acto-solidario/.

9. *Competitividad de la República Dominicana, ¿frenados por la corrupción? .* Economia.com.do. *Octubre 2009. En: h*ttp://www.economia.com.do/articulos/competitividad-de-la-republica-dominicana-%c2%bffrenados-por-la-corrupcion/

10. *La Responsabilidad Social en el Empresariado Dominicano*. Revista Mercado. Enero 2009, págs. 61-88. En: http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/

11. Especial Responsabilidad Social Empresarial: COCA-COLA. Revista Mercado. Edición no. 223, año 18, Enero 2012, pág. 82, 92.

12. Michelén, Jesús Elías. *Primer Estudio de Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en República Dominicana*. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). Santo Domingo 2009, pág.11.

13. Hellriegel-Jackson-Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 161.

14. Denison-Mishra. *Cultura Organizacional* "Towarda Theory of Organizational Culture and Effectiveness", Organization Science 6, núm. 2 (marzo - abril 1995), pág. 381.

15. Adaptado de artículo: *Ética Profesional*. En: http://pensardenuevo.org/etica-profesional-en-la-red/.

16. Adaptado: Cuello, César. *Activos Éticos, Responsabilidad Social y Derechos del Consumidor en la República Dominicana*. Pág. 4. En: http://www.google.com.do/url?sa=t&rct=j&q=activos%20eticos%20responsabilidad%20social%20y%20derechoa%20del%20consumidor&source=web&cd=3&sqi=2&ved=0CD0QFjAC&url=http%3A%2F%2Fflacso.org.do%2Ffiles%2FACTIVOS-ETICOS-RESPONSABILIDAD-SOCIAL-Y-DERECHOS-DEL-CONSUMIDOR.pdf&ei=5qBcT_WjIM71gge9qJmiCw&usg=AFQjCNEObQ1yrMnvDcgig--DVTMZO2xR2g.

17. Santana, Julio. *Directrices para una Acción Social Responsable, La Responsabilidad Social: Nuevo Pilar del Desarrollo Sostenible.* Revista Gestión y Competitividad. Febrero 2012, año 4, no.46, pág. 30.

18. Vásquez, Tamara. *La Responsabilidad Social más allá del brillo de la Filantropía.* Revista Gestión y competitividad. Febrero 2012, año 4, no.46, pág. 32.

19. *Normativa: SA 8000, ISO 26000*. En: http://www.gestion-calidad.com/sa-8000.html

20. Veloz - Paz. *ISO 26000: La Responsabilidad Social Convertida en Norma.* Abril 2011. México, D.F, pág.1-3. En:

http://www.bibliotecavirtual.info/2011/04/iso-26000-la-responsabilidad-convertida-en-norma/

21. Organización Internacional de Estandarización ISO, Secretaría Central 1. *Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social.* ISO 26000 Visión General del Proyecto. Ginebra, Suiza, pág. 2. En: http://www.manuales10.com/norma-iso-26000/1/

22. Quesada Madriz, Gilberto. *ISO 26000 Responsabilidad Social*. Grupo Kaizen .S.A. San José, Costa Rica, Enero 2008. En: www.grupokaizen.com.

23. *Norma ISO 26000: Guía sobre Responsabilidad Social*. Boletín IRAM. Junio 2006, pág. 2. En: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf.

24. Iglesias Rojas, María. *La Responsabilidad Social desde la Perspectiva Empresarial Norma SA 8000*. Revista Innovación y Experiencias Educativas. Córdoba, Enero 2010, no. 26, pág. 3-4. En: www.csi-csif.es/.../mod.../pdf/.../MARIA_IGLESIAS_ROJAS_01.pdf.

25. Artículo: *Normas SA 8000: Auditoría de las Condiciones Laborales*. Pág. 28. En: www.revistaletreros.com/pdf/89-024a030.pdf.

26. Artículo: Global Reporting Initiative (GRI). Instituto de Ética y Calidad en el Agro. En: http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36.

27. Baltera- Díaz - Dussert*. Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y Potencialidades en Materia Laboral*. Departamento de Estudios,

Dirección del Trabajo de Santiago de Chile. Diciembre 2005, págs. 33, 149-153.

28. Scharf-Pachi. *El Balance Social y la Comunicación de la Empresa con la Sociedad.* Instituto Ethos, la Fundación Emprender y Redes. Esta publicación fue originalmente Desarrollada por la Red Ethos de Jornalistas. Cuarta edición, pág. 26-29. En: www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-3c7REDES_2.pdf.

29. *Especial Responsabilidad Social Empresarial: Una Ruta para trabajar con Responsabilidad Social*. Revista Mercado. Edición no. 223, año 18, Enero 2012, pág. 76.

30. Cuadernos de trabajo de Responsabilidad Social para Pymes. *Cuaderno 1: El Diagnóstico Previo y el Plan de Acción en RSE*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. Págs. 23,27-28. En: http://www.slideshare.net/imedes/el-diagnstico-previo-y-el-plan-de-accin-en-rse/download

ANEXOS

ANEXO I

Objetivos y Metas del Milenio

Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre

- **Meta 1**. Reducir a la mitad el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a un dólar por día.
- **Meta 2.** Reducir a la mitad el porcentaje de personas que padecen hambre.

Objetivo 2. Lograr la enseñanza primaria universal

- **Meta 3.** Velar porque todos los niños y niñas puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.

Objetivo 3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

- **Meta 4.** Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza para 1015.

Objetivo 4. Reducir la mortalidad infantil

- **Meta 5.** Reducir en dos terceras partes la tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años.

Objetivo 5. Mejorar la salud materna

- **Meta 6.** Reducir la tasa de mortalidad materna en tres cuartas partes.

Objetivo 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- **Meta 7.** Detener y comenzar a reducir la propagación del VIH/SIDA.
- **Meta 8.** Detener y comenzar a reducir la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves.

Objetivo 7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- **Meta 9.** Incorporar los principios de desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales; invertir la pérdida de recursos del medio ambiente.
- **Meta 10.** Reducir a la mitad el porcentaje de personas que carecen de acceso al agua potable.
- **Meta 11.** Mejorar considerablemente la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios para el año 2020.

Objetivo 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

- **Meta 12.** Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio. Ello incluye el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos y la reducción de la pobreza, en cada país y en el plano internacional.
- **Meta 13.** Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. Ello incluye el acceso libre de aranceles y cupos para las exportaciones de los países menos adelantados, el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados, la cancelación de la deuda bilateral oficial y la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generoso a los países que hayan mostrado su determinación de reducir la pobreza.
- **Meta 14.** Atender a las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y de los pequeños estados insulares en desarrollo.

- **Meta 15.** Encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo.
- **Meta 16.** En cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo
- **Meta 17.** En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo.
- **Meta 18.** En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular, los de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

ANEXO II

Estructura básica de Balance Social de la Global Reporting Initiative (GRI)

1. Visión y Estrategia

1.1. Declaración de la visión y de la estrategia de la organización y su contribución al desarrollo sustentable.

1.2. Declaración del director-presidente (o autoridad equivalente) comentando los puntos principales del balance.

2. Perfil de la organización

2.1. Nombre de la empresa.

2.2. Principales productos y servicios, incluyendo marcas si es aplicable.

2.3. Estructura operacional de la organización.

2.4. Descripción de los principales departamentos, empresas en operación, subsidiarias *y joint ventures.*

2.5. Países en que está presente.

2.6. Tipo y naturaleza legal de propiedad de la empresa.

2.7. Mercados atendidos.

2.8. Tamaño de la organización.

2.9. Lista de las partes interesadas, los atributos de cada uno y su relación con la organización.

Alcance del reporte

2.10 Personas a ser contactadas para aclaraciones, incluyendo sus direcciones electrónicas.

2.11 Período a que se refieren las informaciones (año fiscal o calendario).

2.12 Fecha del informe anterior (si hubiese).

2.13 Alcance del reporte (países o regiones, productos o servicios; departamentos, instalaciones, joint ventures o subsidiarias, y cualquier limitación específica del alcance).

2.14 Alteraciones significativas ocurridas desde el reporte anterior (en el tamaño, en la estructura, en el control accionario o en productos y servicios).

2.15 Método de elaboración del reporte en lo que se refiere a joint ventures, subsidiarias parcialmente controladas, instalaciones alquiladas, operaciones tercerizadas y otras situaciones que puedan afectar la comparación entre periodos distintos o con reportes de otras organizaciones.

2.16 Explicación de la naturaleza y de las consecuencias de cualquier reformulación de informaciones contenidas en reportes anteriores y el motivo de dicha reformulación (por ejemplo, fusiones o adquisiciones, cambios en el periodo o año base, naturaleza del negocio, métodos de medición).

Perfil del reporte

2.17 Razones para no aplicar principios o protocolos de GRI en la elaboración del reporte.

2.18 Criterios y definiciones usados en la contabilidad de costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.

2.19 Alteraciones significativas en relación a los años anteriores en los métodos de medición aplicados a datos económicos, ambientales y sociales relevantes.

2.20 Políticas y procedimientos internos usados para reforzar y asegurar la exactitud, integridad y confiabilidad del reporte de sustentabilidad. Tales procedimientos incluyen sistemas de gestión internos, procesos y

auditorías para garantizar que los datos brindados son confiables y completos en relación al alcance del reporte.

2.21 Políticas y procedimientos actuales para proveer verificaciones imparciales en el reporte.

2.22 Medios por los cuales los usuarios del reporte pueden obtener informaciones adicionales sobre aspectos económicos, ambientales y sociales de las actividades de la organización, incluyendo detalles disponibles sobre instalaciones o secciones específicas.

3. Estructura de gobernanza y sistemas de gestión

Estructura de gobernanza

3.1. La estructura de gobernanza corporativa, incluyendo los principales comités existentes debajo del consejo de administración que sean responsables por la estrategia y la supervisión de la organización.

3.2. Porcentaje de directores no ejecutivos del consejo, con autonomía de acción.

3.3. Determinación de la especialización que los miembros del consejo deben tener para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades o riesgos ambientales y sociales.

3.4. Competencia del consejo para la supervisión de la gestión de riesgos y de oportunidades económicas, ambientales y sociales. Vínculo entre la remuneración de los ejecutivos y alcance de las metas financieras y no financieras de la organización (desempeño ambiental, prácticas laborales, etc.).

3.6. Estructura organizacional de profesionales responsables de la supervisión, implementación y auditoria de políticas económicas, ambientales y sociales.

3.7. Misión y valores, códigos internos de conducta o principios y políticas relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y su implementación.

3.8. Mecanismos de habilitación de accionistas para la aprobación de recomendaciones o seguimiento del consejo de administración.

Involucramiento de las partes interesadas

3.9. Base para la identificación y selección de las principales partes interesadas.

3.10. Formas de consulta a las partes interesadas, de acuerdo con la frecuencia de las consultas, por tipo o grupo de interesados.

3.11. Tipo de información generado por las consultas a las partes interesadas.

3.12. Uso de las informaciones resultantes del involucramiento de las partes interesadas.

Políticas de alcance y sistemas de gestión

3.13. Explicaciones sobre cómo el principio de precaución es tratado en la empresa.

3.14. Cartas de principios internacionales u otras iniciativas sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales que la organización suscribe.

3.15. Participación en asociaciones industriales y empresariales y/o organizaciones nacionales o internacionales de defensa de los derechos individuales.

3.16. Políticas y/o sistemas para administrar los impactos de la cadena productiva, incluyendo: gestión de la cadena de proveedores y de su desempeño social y ambiental; iniciativas para mejorar la gestión de servicios y productos, tales como esfuerzos para mejorar el diseño del

producto, minimizando los impactos negativos asociados a su fabricación uso y desecho.

3.17. Medios que la organización relatora utiliza para administrar impactos económicos, ambientales y sociales indirectos resultantes de sus actividades.

3.18. Modificaciones realizadas durante el periodo de elaboración de los reportes en relación a la localización y cambios en las operaciones.

3.19. Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social, como por ejemplo:

- Establecimiento de prioridades y objetivos;
- Programas para mejorar el desempeño;
- Comunicación interna y entrenamiento;
- Auditoría interna y externa;
- Revisión de la auditoria

3.20 Certificación relativa al sistema de administración económico, ambiental y social.

4. Sumario del contenido de GRI

5. Indicadores de desempeño

La versión íntegra los indicadores de desempeño económico, ambiental y social de GRI puede ser consultada en www.ethos.org.br, publicaciones Ethos, sección Guías, en Directrices para Reportes de Sustentabilidad-GRI.

ANEXO III

Anteproyecto Monográfico

UNIVERSIDAD APEC

Escuela de Graduados

INFORME FINAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE:

Maestría en Gerencia y Productividad

Título:

Seminario Monográfico
PMA-609

Tema:

Proyecto para Planificar la Implementación de un Programa de Responsabilidad Social en la Empresa de Telecomunicaciones VDV COMUNICACIONES, Año 2012 – 2013

Sustentante:

Lonie C. Seijo Pérez 2003-2583

Asesor (a):

Edda Freites, MBA

Santo Domingo, D. N.
Febrero, 2012

1. La selección y definición del tema de investigación

Muchas empresas en la actualidad para mantener la preferencia de los clientes y la admiración de los empleados están adoptando estrategias de integración social y contribución con la sociedad.

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas para alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido[1].

La responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado. Bajo este concepto de administración y de management se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental[2].

---

[1] *Project Management Institute*, *Guía de los fundamentos de gestión de proyectos* PMBOK, Tercera Edición. En: http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto

[2] *Responsabilidad Social Corporativa*. Tomado en : http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa

La telecomunicación es una técnica consistente en transmitir un mensaje desde un punto a otro, normalmente con el atributo típico adicional de ser bidireccional.

El término telecomunicación cubre todas las formas de comunicación a distancia, incluyendo radio, telegrafía, televisión, telefonía, transmisión de datos e interconexión de computadoras a nivel de enlace.

Telecomunicaciones, es toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, datos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúa a través de cables, medios ópticos, físicos u otros sistemas electromagnéticos[3].

Este tema abordará entonces el conjunto de actividades que conformarán las prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que se proponen sean implementados en una empresa de telecomunicaciones y que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

[3] Concepto de Telecomunicación y Telecomunicaciones. Tomado en: http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaci%C3%B3n

2. Planteamiento del Problema

2.1. Situación actual

Este tema estará abordando como la empresa de telecomunicaciones VDV COMUNICACIONES a pesar de ser líder en el mercado de las telecomunicaciones no se muestra igual su participación en los estudios de percepción de mercado con respecto al tema de Responsabilidad Social Empresarial (por sus siglas RSE).

VDV COMUNICACIONES ofrece una amplia gama de soluciones a sus clientes para suplir las necesidades de comunicación y entretenimiento personal, tanto para residencias y negocios, provee servicios de voz móviles y fijos, transmisión de datos a alta velocidad, redes IP y soluciones gestionadas, así como televisión digital. Esta empresa está considerada como un ciudadano corporativo ejemplar y demuestra su compromiso con la comunidad y el país a través de un programa histórico de actividades, estas actividades pueden encontrarse en su página corporativa www.*VDV COMUNICACIONES.com.do.*

Hacer el bien puede significar una ventaja competitiva

En una investigación de Cone Communications y de Roger Group reveló que el 76% de los consumidores prefieren marcas y productos relacionados con algún tipo de acción social, siempre y cuando tengan precio y calidad competitiva.

Las empresas se están viendo cada vez más apremiadas a exhibir un comportamiento responsable, no sólo en cuanto a mantener la competencia

y calidad de sus productos, sino en cuanto al modo de asumir sus compromisos con todos los grupos de interés (stakeholders) con los cuales se encuentran involucradas.

Los consumidores tiene más facilidad de obtener información y publicar en cualquier lugar del mundo acerca de cómo se está comportando una empresa en particular, por ejemplo, si el producto o servicio que están adquiriendo proviene de una empresa que se comporta de manera ética y responsable[4].

La empresa VDV COMUNICACIONES reconociendo la importancia que tiene para el país, para la comunidad y para sus clientes ser un ciudadano socialmente responsable y cómo a través de estas actividades y programas puede mejorar la satisfacción y percepción de sus clientes para con su servicio así lo manifiesta en su misión y valores corporativos publicados.

Algunos aspectos que se han evidenciado la baja preocupación e involucramiento que ha tenido esta empresa relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial son los siguientes:

- La empresa en los últimos 5 años no ha evaluado la percepción de los clientes respecto a estos programas ni tampoco ha mantenido la consistencia en el tiempo en la ejecución de los mismos. Desde el 1999 no ha realizado estudios en la comunidad que le permitan reconocer cuáles son las expectativas y necesidades de la comunidad para colocar su inversión en responsabilidad social en aspectos altamente valorados por la misma.

[4] Chiavenato, Idalberto. Recursos Humanos, edición compacta, Sao Paolo, Editora Atlas, 1998, p.464

- La empresa ha perdido casi 10 puntos en los últimos 5 años en resultados de la encuesta de satisfacción de empleados específicamente en la pregunta “Considera que las empresa cumple con los más altos estándares éticos y de responsabilidad social para con la comunidad”.

- La empresa tampoco ha incluido en su planeación anual de actividades (planeación estratégica), iniciativas propias de Responsabilidad Social que permiten direccionar los esfuerzos de los ejecutivos y empleados en general.

Estos fueron algunos casos de éxitos, los cuales la empresa no ha dado continuidad al programa:

- **Programa Caja Electrónica**, iniciado en el 2009, el cual fue una iniciativa de la casa matriz de la empresa. En este programa se adquirieron mini laptops a bajo costo para niños de escasos recursos. La intención del proyecto es acercar a los estudiantes de primaria a las tecnologías de la información en cualquier parte del mundo. Se distribuyeron dos mil a nivel nacional. Este programa solo realizó esta entrega y la empresa no ha vuelto a dar continuidad al mismo por lo que el programa sólo benefició a unos pocos.

- También se tiene el mismo caso del **Proyecto EVA.** La empresa a principios de los años 2000 realizó un estudio para determinar, desde el punto de vista de la comunidad, donde debían invertir, dando como resultado que la población favorecería un considerable aporte en la educación. En este proyecto la empresa ponía a disposición de 89 distritos escolares unidades modulares móviles con computadoras y

servicio de internet para ser instaladas en una escuela rural donde no existiera ningún tipo de infraestructura, eléctrica o de telecomunicaciones. Este proyecto tenía proyectado llegar a 1,156,800 personas, con una inversión de casi US$7.0 Millones de dólares. Estas aulas no han vuelto a ser replicadas ni tampoco actualizadas en base a la última tecnología adquirida por VDV COMUNICACIONES.

Esta empresa además reconoce que como parte de su cultura organizacional, los programas que han sido ejecutados en los últimos 3 años han respondido y han sido congruentes con lo profesado en su Misión y Valores corporativos, pero que a su vez han sido escasos y sólo se han avocado a categorías determinadas.

Como sabemos la misión de una empresa es el propósito o razón de ser de la misma; su planteamiento suele responder a preguntas básicas como: ¿En qué negocio participan?, ¿Quiénes son? y ¿Cuál es su intención?[5].

La intención de VDV COMUNICACIONES para la comunidad se expresa en su Misión, veamos cuáles actividades realizadas durante el 2011 la empresa ejecutó que apoyan su Misión y los Valores:

Misión de VDV COMUNICACIONES:

"Ser una organización líder en el mercado nacional de las comunicaciones, anticipándonos a las necesidades de nuestros clientes y superando sus expectativas con soluciones integrales de calidad mundial; excediendo los objetivos financieros para contribuir con el crecimiento de nuestros

[5]Chiavenato, Idalberto. Recursos Humanos, edición compacta, Sao Paolo, Editora Atlas, 1998, pág.145.

accionistas, generando bienestar y desarrollo para los empleados y la comunidad".

Como podemos notar dentro de su misión corporativa la empresa indica su compromiso en bienestar y desarrollo, por tanto es su intención ser un ciudadano dispuesto a contribuir.

El bienestar social, es el conjunto de factores que participan en la calidad de vida de una persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dé lugar a la tranquilidad y satisfacción humana[6].

Desarrollo, este se puede definir como la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político.

La Comunidad, se puede definir según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española como la junta o congregación de personas que viven unidas bajo ciertas constituciones y reglas, como los conventos y colegios. Puede decirse que una comunidad también es un grupo de seres humanos que comparten elementos en común, como idioma, costumbres, ubicación geográfica, visión del mundo o valores[7].

---

[6] . *Reyes , Giovanni E, PhD. Comercio y Desarrollo: Bases Conceptuales y Enfoque para América Latina y el Caribe. En:* Zona Económica. http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo.

[7] Concepto de Comunidad. En: http://definicion.de/comunidad/

Los valores organizacionales se pueden definir como los temas que deben tener prioridad en el proceso de decisión, en el comportamiento o en la actitud de las personas en las organizaciones[8.]

La empresa VDV COMUNICACIONES como parte de su cultura organizacional también incluye a la comunidad en los valores corporativos. Esto quiere decir que la empresa estará tomando en cuenta a la comunidad al momento de tomar decisiones, al igual que espera lo mismo de sus empleados.

Valores de VDV COMUNICACIONES:

- **Honestidad**. Nuestra conducta es coherente con los más altos estándares éticos, cumpliendo con los compromisos establecidos y asumiendo siempre nuestra responsabilidad individual y colectiva.
- **Trabajo**. Como actividad humana logra cubrir necesidades y al mismo tiempo, servir a los demás. Creemos en el trabajo esforzado y en equipo; ofrecemos lo mejor de nosotros para lograr transformar y mejorar de manera creativa el ambiente en que vivimos, fortaleciendo las relaciones interpersonales.
- **Austeridad**. Ser austero significa cuidar y utilizar eficientemente lo que tenemos, optimizar el uso de los recursos y evitar desperdicios, implica gastar en lo necesario y prescindir de lo inútil o superfluo.
- **Manos en Operación**. Nuestros líderes, conocedores de las estrategias del negocio, de los empleados a su cargo y de las necesidades de los clientes, dirigen de manera cercana a su personal, involucrándose todos en la operación para lograr una gestión eficiente, que permita exceder las expectativas de nuestros clientes.

[8] Chiavenato , Idalberto. Recursos Humanos, edición compacta, Sao Paolo, Editora Atlas, 1998, p.145.

La empresa durante el 2011 desarrolló actividades de Responsabilidad Social Empresarial que apoyan los objetivos mencionados en su misión y valores, mencionamos algunos de los más relevantes para la empresa:

Generar bienestar[9]	
Conecta gratuitamente la Plaza Pública a Internet:	Los visitantes de este espacio de esparcimiento y recreación tendrán la posibilidad de conectarse gratuitamente al servicio de internet inalámbrico de banda ancha que ha provisto la empresa de telecomunicaciones VDV COMUNICACIONES.
Programa Enlazando la Educación:	A través de este programa la empresa permite que cientos de estudiantes meritorios de nuevo ingreso a diferentes universidades del país, sean dotados gratuitamente de una computadora portátil, provista con servicio de Internet Móvil Gratis.
Limpieza de Playas:	Con motivo de celebrarse el Día Internacional de Limpieza de Playas, la empresa VDV COMUNICACIONES y empleados de su programa Voluntarios en Acción (VEA), se unieron al Ministerio de Medio Ambiente y diversas entidades, para realizar un operativo de limpiezas de playas y costas, tanto en la ciudad de Santo Domingo como en el interior del país.
Fundador de la Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental	Participa constantemente en programas orientados a preservar los Recursos Naturales y el Medio Ambiente, en los que también involucra a sus empleados para realizar jornadas de reforestación y las limpiezas de

[9] *Autoría Propia: Información tomada de la página Web de VDV COMUNICACIONES. Sobre Nosotros, Noticias VDV COMUNICACIONES.*
En: http://contenido.VDV COMUNICACIONES.com.do/wps/portal/do/pc/personas/sobre-nosotros

Generar bienestar[9]	
(RENAEPA):	playas y costas.
Programa "Por un mundo más Sano, cuida tu ambiente":	La empresa fue la primera en la industria en lanzar un programa de reciclaje de equipos móviles y accesorios desechados. Como una iniciativa para proteger el medio ambiente a través del correcto descarte de los equipos celulares y sus accesorios, la empresa dispuso la colocación de unidades de recopilación en todos los Centros de Atención a Clientes del país.
Programa Facturación Ecológica:	El objetivo de este programa es reducir la utilización de papel en las impresiones de las facturas que envían a sus clientes. Este programa inició primero con sus empleados y recientemente para los diferentes servicios provistos a sus clientes, así como la sustitución del plástico utilizado para la impresión de sus tarjetas de llamadas, por un material de cartonite más bio-degradable.
VICINI y VDV COMUNICACIONES entregan facilidades comunicación a atletas Olímpicos:	Durante esta actividad se entregaron de 19 de 42 computadoras tipo laptops equipadas con el servicio de Internet de alta velocidad a los atletas del Comité Olímpico Dominicano pertenecientes al Ciclo Olímpico 2009-2012.

Generar desarrollo[10]	
VDV COMUNICACIONES TV lanza Novedosas Aplicaciones únicas en el mercado:	Clientes podrán conectarte a Redes Sociales, Periódicos, Emisoras y contenido de su computadora. Estas aplicaciones se agregan de manera gratuita a los clientes que tienen activados los Planes 1 y 2.
Programa de Capacitación a Maestros - Empleados voluntarios actuarán como facilitadores:	En este programa la empresa pretende que sus empleados se muestren responsablemente sociales. El Ministerio de Educación (MINERD) y VDV COMUNICACIONES firmaron un acuerdo mediante el cual la empresa telefónica ofrecerá capacitación tecnológica a docentes de las diferentes direcciones regionales, abarcando en una primera etapa a dos de las correspondientes a Santo Domingo durante un año. Mediante este programa los maestros adquirirán conocimientos sobre los programas Excel Básico, Word Básico, Power Point, navegación en Internet básico y Redes Sociales (Facebook, You Tube y Twitter).El entrenamiento estará a cargo de empleados voluntarios de VDV COMUNICACIONES y se llevará a cabo en un aula debidamente equipada, del Centro de Capacitación de la empresa, conforme con lo establecido por el convenio.

[10] *Autoría Propia: Información tomada de la página Web de VDV COMUNICACIONES. Sobre Nosotros, Noticias VDV COMUNICACIONES.*
En: http://contenido.VDV COMUNICACIONES.com.do/wps/portal/do/pc/personas/sobre-nosotros

2.2. Formulación del problema y Sistematización del problema

- ¿Qué impacto ha tenido la falta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción de los Empleados para con la Empresa?
- ¿Cuál es la incidencia que ha tenido los programas ejecutados durante el último año en la percepción de los clientes respecto al comportamiento socialmente responsable de la empresa?
- ¿Por qué la empresa carece de un programa consistente de Responsabilidad Social Empresarial?

De acuerdo a lo expuesto en el planteamiento del problema, se ha detectado la necesidad de diseñar un Proyecto que permita planificar la implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa. Para lograr esto desglosamos las siguientes interrogantes:

- ¿Qué actividades deberá ejecutar la empresa para incrementar la percepción de los empleados y su satisfacción respecto a pertenecer a una empresa con responsabilidad social?
- ¿Cuáles son las mejores prácticas que deben llevarse a cabo para encaminar a la empresa en acciones de responsabilidad social empresarial reconocidas?
- ¿Qué cambios en los procesos actuales deberá la empresa hacer para recibir los beneficios de un efectivo programa de Responsabilidad Social Empresarial?

- ¿Cuáles son las áreas en las que la empresa deberá hacer inversiones sociales que le permitan obtener ventaja competitiva y reconocimiento en el mercado?

3. Objetivos de la Investigación

3.1. Objetivo General

El objetivo general de esta propuesta es diseñar un Plan de Proyecto para planificar la implementación de un programa de responsabilidad social empresarial en la empresa VDV COMUNICACIONES para el período 2012-2013.

3.2. Objetivos Específicos

- Identificar los modelos de Responsabilidad Social Empresarial y la situación actual respecto a este tema en los diferentes sectores que han resultado en casos de éxito para la comunidad, el país y las empresas.

- Identificar y analizar las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa que se han establecido como normas y guías, para contribuir a crear una cultura organizacional apoyada en los valores de responsabilidad social y de servicio a la comunidad.

- Proveer las herramientas para la planificación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial que provea orientación a la

empresa y permita implementar las estrategias y objetivos a definir de RSE.

- Contribuir con todas las acciones en una sociedad mejor.

4. Justificación de la Investigación

Este proyecto estará destinado a incrementar la percepción de los clientes respecto a las actividades y programas que realiza la empresa referentes a la Responsabilidad Social Empresarial , así como también plantea fortalecer la cultura organizacional establecida donde se refleja la importancia de la comunidad para la empresa y los empleados.

- Orientar a la empresa en las mejores prácticas de responsabilidad social empresarial.
- Elevar el nivel de satisfacción de los empleados para con la empresa.
- Elevar el posicionamiento en el mercado de la empresa respecto a la Responsabilidad Social.
- Promover una cultura organizacional de servicio a la comunidad.
- Generar mejoras en la comunidad consistente y sostenible en el tiempo.

5. Marco de referencia

5.1. Marco Teórico

En el marco teórico de este trabajo, se estarán definiendo algunas descripciones teóricas importantes respecto a la Responsabilidad Social Empresarial.

5.1.1. Marco Conceptual

En el desarrollo de esta investigación se recurrió a la consulta de libros, publicaciones recientes de páginas de internet que ofrecen asesoría y soporte a empresas, entre otros documentos, para poder contar con una base de información bastante amplia que permita la toma de decisiones en base a mejores prácticas, basados en estudios y métodos previamente aprobados y demostrados, abarcando temas relativos a la responsabilidad social empresarial, normas que la regulan y guías de mejores prácticas y ejecución.

Dentro de los textos de consultas utilizados para soportar este análisis estuvieron:

- **Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones** de Idalberto Chiavenato, la edición de 2002.
- **Administración: Un Enfoque Basado en Competencias**. Hellriegel/Jackson/Slocum. Novena Edición. México. Pág. 6.

- **Teoría y Diseño Organizacional** de Richard L. Daft, novena edición de 2007.
- **Guía de Responsabilidad Social de la Empresa**, publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones).

Publicaciones y estudios importantes publicados en diferentes páginas de internet:

- **La responsabilidad social en el empresariado dominicano**, publicado en Abril 2009, en:
- http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/.
- **Revista Futuros**. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. Artículo: Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. Alina Alea García. No. 17 ano 2007, Vol.5. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

5.1.2. Conceptos Generales

Las empresas en la actualidad están prestando mucho interés en participar de actividades que le permitan ser reconocidos y admirados socialmente. Esto se ha debido especialmente a la intensificación de la globalización, la explosión de los medios informativos y las redes sociales y el surgimiento de grandes economías emergentes, donde ha crecido significativamente la producción de bienes y servicios, que en ocasiones son producidos sin tomar en cuenta los derechos laborales o quizás provocando daños al medio ambiente.

Otro elemento que ha influido ha sido la gran preocupación universal de que los recursos naturales son limitados y que no se pueden seguir consumiendo al ritmo actual pues se debe considerar los niveles de pobreza que en la actualidad viven algunos países en desarrollo.

Asegurar un cambio en el comportamiento ético, moral y de responsabilidad social debe ser entonces una preocupación de las empresas, los profesionales, el gobierno, las instituciones educativas, las familias, iglesias, entre otras organizaciones para poder sostener nuestra sociedad a través del tiempo.

¿Quién es la empresa?

Podemos definir la empresa como un grupo de personas que cuenta con una estructura y se esfuerza por lograr metas que los individuos no podrían alcanzar solos[11].

Las empresas son organizaciones que tienen una actividad, una meta a desarrollar, y para llevar adelante dicha actividad llevan a cabo diferentes actuaciones en el día a día. Las empresas van adquiriendo unos hábitos, un modo de hacer las cosas, partiendo de su libertad para actuar y para tomar sus decisiones.

[11] Guía de Responsabilidad Social de la Empresa. Publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones). En: http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. pág. 5.

Para dirigir la toma de decisiones, las actuaciones de los empleados y guiar las actividades diarias de los empleados para la consecución de la metas las empresas definen una cultura organizacional.

La cultura es el conjunto de valores, normas, creencias orientadoras y entendimientos compartidos por los miembros de una empresa, y estos mismos se enseñan a los nuevos miembros. Esta representa la parte no escrita pero percibida[12]. La cultura proporciona a los miembros de una empresa un sentido de identidad y genera en ellos un compromiso con las creencias y valores que son más grandes que ellos mismos. La cultura apoya dos funciones críticas de las empresas:

- Integrar a los miembros de manera que sepan como relacionarse entre sí. La integración interna significa que los miembros desarrollan una identidad colectiva y saben cómo trabajar en conjunto de manera efectiva. Esta es la que guía las relaciones de trabajo cotidianas y determina la forma en la que la gente se comunica con la empresa, indica que comportamiento es aceptable o no aceptable y como se distribuye el poder y estatus.
- Ayudar a la empresa a adaptarse al entorno. La adaptación externa se refiere a la forma en que las organizaciones alcanzan sus metas y tratan a los externos. Las compañías también responden a varios participantes en el proceso de identificación de lo que es correcto. Se considera la forma en que los clientes, gobierno, accionistas y la comunidad en general pueden percibir sus acciones.

[12] Denison - Mishra. Cultura Organizacional "Towarda Theory of Organizational Culture and Effectiveness", Organization Science 6, num. 2 (marzo - abril 1995), pág. 379.

Podemos definir entonces la cultura organizacional como “un conjunto de temas básicos compartidos por un grupo que aprendió la manera de resolver sus problemas de adaptación externa e integración interna, y que funciona bien hasta el punto de ser considerada válida y deseable para ser transmitida a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir frente a los problemas”[13].

La cultura organizacional también ayuda a los empleados en su toma de decisiones en ausencias de políticas y reglas escritas. Las fuerzas inmediatas que afectan las decisiones éticas en las empresas se resumen en siguiente cuadro.

Relación del entorno y la estrategia con la cultura corporativa u organizacional[18]

[13] Chiavenato, Idalberto. Recursos Humanos, edición compacta, Sao Paolo, Editora Atlas, 1998, pág.147.

A continuación detallamos cada uno de estos aspectos:

- **La ética personal**

La ética es un conjunto de valores y reglas que definen los comportamientos correctos e incorrectos; señalan cuando es aceptable una acción y cuando es inadmisible[14].

Todas las personas aportan una serie de creencias y valores personales a su lugar de trabajo. La gente atraviesa etapa de desarrollo moral que afecta su capacidad de traducir valores en comportamiento. Los antecedentes históricos, culturales, familiares, religiosos y comunitarios de los directivos dan forma a sus valores personales y proporcionan los principios a partir de los cuales administran el negocio. Otro factor consiste en si los directivos han desarrollado un marco ético que guie sus decisiones, sobre este aspecto se pueden incluir algunas tendencias:

- La teoría utilitaria argumenta que las decisiones éticas se deben realizar para generar los beneficios más significativos para el mayor número de gente.
- El marco de la libertad personal argumenta que las decisiones se deben tomar a fin de asegurar el mayor grado posible de libertad de elección y autonomía para los individuos. Estas libertades incluyen la libertad de actuar según la propia conciencia, la libertad de expresión, el derecho a un proceso justo y el derecho a la privacidad.

[14] Adaptado. Alea García, Alina. Artículo: Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. Publicación Web: Revista Futuros. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. No. 17 ano 2007, Vol.5. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

- Marco de la justicia distributiva, sostiene que las decisiones morales son aquellas que promueven la equidad, la justicia e imparcialidad con respecto a la distribución de recompensas y la administración de reglas las cuales son esenciales para la cooperación social.

- **Cultura organizacional**

La cultura organizacional tiene un impacto poderoso en la ética individual debido a que sirve de guía a los empleados para la toma de decisiones cotidianas. Algunos de los aspectos críticos e importantes que se pueden observar de la cultura son los ritos y ceremonias, las historias, los símbolos y el lenguaje.

- **Ritos y ceremonias:** Actividades planeadas y elaboradas que constituyen un evento especial.

  - **Historias:** Son narraciones basadas en eventos reales, que con frecuencia comparten los empleados de la organización y las transmiten a los nuevos empleados.

  - **Lenguaje**: Sistema compartido de sonidos vocales, signos escritos, gestos o ambos que utilizan los integrantes para transmitir significados. Ejemplo: La frase Somos una Familia.

  - **Símbolos**: Es cualquier cosa visible que se utilice para representar o resumir un valor compartido, es la forma de expresión cultural más simple. Pueden ser logotipos, arquitectura, uniformes, galardones, etc.

- **Sistemas organizacionales**

Los sistemas organizacionales constituyen la arquitectura básica de la empresa, como el hecho de si los valores éticos están considerados en las políticas y reglas; si los empleados tienen a su alcance un código de ética que se distribuye entre ellos; si las recompensas tales como: premios, concesiones y promociones están vinculados con el comportamiento ético; y si la ética es un factor de consideración en la elección y capacitación de los empleados.

- **Participantes Externos**

La ética directiva y la responsabilidad social también son influidas por participantes externos, grupos ajenos a la organización que tienen interés en el desempeño corporativo. La toma de decisiones responsables desde el punto de vista ético y social reconoce que la empresa es parte de una comunidad más grande y considera el impacto que una acción o decisión puede llegar a tener sobre todos los participantes.

Los participantes externos más importantes son: el gobierno, los clientes, los grupos de interés especial, o las personas preocupadas por el entorno natural. Las compañías deben operar dentro de los límites de ciertas regulaciones gubernamentales, como las leyes de seguridad, los requerimientos de protección ambiental y muchas otras leyes y reglamentaciones.

Los grupos de interés especial continúan siendo uno de los mayores problemas, tal es el caso de los grupos que están interesados en la responsabilidad corporativa con el entorno natural. Gracias a estos grupos

de interés el ambientalismo se está convirtiendo en una parte integral de la planeación organizacional y de la toma de decisiones de empresas líderes.

Otro concepto es el de desarrollo sustentable, estos grupos procuran un esfuerzo dual del crecimiento económico como en la conservación del entorno. La sustentabilidad ambiental que significa que aquello que se obtiene del sistema ambiental para alimentos, vivienda, ropa, energía y otros usos humanos se retorne al sistema en forma de desperdicios que puedan re-usarse.

Valores

Los valores desde la teoría de la administración pueden tener muchos significados[15:]

- **Valores organizacionales:** Son los temas que deben tener prioridad en el proceso de decisión, en el comportamiento, o en la actitud de las personas en las empresas.
- **Valores personales:** Ideales y expectativas que las personas asumen como esenciales y primordiales.
- **Valor para el accionista:** Retorno que el accionista percibe y evalúa en sus inversiones y transacciones financieras.
- **Valor para el cliente:** Retorno que el cliente percibe y evalúa en las transacciones con la empresa al adquirir productos y servicios.

[15] Guía de Responsabilidad Social de la Empresa. Publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones). En: http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. pág. 5.

Los valores son los creadores de la integridad y la responsabilidad, son los forjadores del optimismo y la autoestima, y de las definiciones de quiénes somos. Un compromiso con la línea de fondo de la ética, los valores y la integridad, contribuye al desarrollo de poderosas fuerzas relacionales, tales como comprensión, libertad, igualdad, justicia, imparcialidad, respeto, responsabilidad, moral y cohesión social, que son superiores en su propio derecho, y cuando no se cumplen, obstruyen la capacidad de alcanzar, incluso, las líneas de fondo financieras de la empresa.

Planificación Estratégica

Durante el proceso de planificación estratégica de una empresa la misma se compromete en la identificación de los objetivos que pretende perseguir y el desarrollo de las formas para conseguir los mismos. La planeación permite a la empresa establecer el marco y rumbo de las funciones de organización, dirección y control[16].

La planificación estratégica es el proceso de:

1. Diagnosticar el entorno externo e interno de una organización.
2. Establecer una visión, misión y valores corporativos
3. Idear objetivos globales
4. Crear, elegir y seguir estrategias generales
5. Asignar recursos para alcanzar la metas de la organización

[16] Hellriegel- Jackson - Slocum. Administración: Un Enfoque Basado en Competencias. Novena Edición. México, pág. 161.

Este proceso contribuye a que la empresa vaya configurando una cultura empresarial que responda a las exigencias de los diferentes grupos de interés que rodean a la misma y que las tomas de decisiones estén fundamentadas en análisis previo.

Partiendo del escenario de que la empresa está tomando en consideración las consecuencias de sus acciones y decisiones con responsabilidad, por todos aquellos actos y decisiones que hayan sido planificados para su quehacer diario, y que podrían afectar a sus diferentes grupos de interés o "stakeholders" (clientes, empleados, proveedores, propietarios o accionistas y sociedad), se deberá incorporar en la gestión de la empresa lineamientos claros que se correspondan a los intereses de estos grupos de forma satisfactoria[17].

Concepto de stakeholders

El modelo de empresa basado en los grupos de interés surge frente a un modelo anterior de organizaciones que sólo daban cuentas a los accionistas o al capital y, por tanto, sólo buscaban la maximización del beneficio económico. En este estudio estaremos describiendo el modelo de empresa basado en stakeholders ya que es uno de los recomendados por las diferentes entidades que regulan las reglas y normas de RSE.

[17]Adaptado. Alina Alea García. Artículo: Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. Publicación Web: Revista Futuros. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. No. 17 ano 2007, Vol.5. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

Responsabilidad

Por un lado, el concepto de Responsabilidad hace referencia a la idea de “dar cuentas” (accountability). Las empresas se ven obligadas a ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Esta idea da respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas. Por otro lado, el término Responsabilidad hace referencia a “dar respuesta” (responsability) a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa[18].

Responsabilidad Social

La responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación a la naturaleza y a la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el tributo la calidad de vida de los grupos de interés (o stakeholders), sus familias y la comunidad[19].

Cuando unimos la responsabilidad de la empresa en la de toma de sus decisiones de acción y por otro lado el modelo de empresa en el que aparecen diferentes grupos de interés o stakeholders, surge el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa.

---

[18] Hellriegel-Jackson- Slocum. Administración: Un Enfoque Basado en Competencias. Novena Edición. México, pág. 161.

[19] Guía de Responsabilidad Social de la Empresa. Publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones). En: http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. pág. 8.

Las empresas por tanto, no sólo desempeñan una función económica, sino además una función social y ambiental, que se valora en diversos aspectos tales como la calidad de vida laboral, el respeto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización y marketing responsables y la ética empresarial. Estas funciones persiguen la atención de las demandas de los colectivos con los que la empresa se relaciona, (grupos de interés -o stakeholders)[20].

En un escrito publicado por Francisco X. Ferrán denominado Responsabilidad Social Corporativa, el sector empresarial se rige hoy por dos vías básicas: las vías legales, marcadas por las leyes de cada país, prohibiendo o no la ejecución de una acción; y las vías ideológicas, que abarcan todas aquellas creencias y respeto que ofrece dicho empresariado hacia cualquier obra, ser humano o causa. Cita además, que el término "Responsabilidad Social Empresarial" (RSE) se enfoca hacia el cumplimiento y el despertar de aquel consentimiento empresarial de una mejora a nivel social, económico y ambiental[21].

Indicadores de Comportamiento de RSE

Los indicadores de comportamiento responsable de la empresa, se analizan tanto en cuanto a las actividades externas como internas; se consideran en este sentido, categorías de elevada relevancia tales como la calidad de los productos y servicios que se ofertan, la creación de empleos, la capacitación ambiental, salud y seguridad laboral, y los programas de

[20] Guía de Responsabilidad Social de la Empresa. Publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones). En: http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. pág. 4

[21] Cabrera Sotomayor, Gustavo- Jefe de la Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación del Perú. La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio. En: http://www.minedu.gob.pe/ogp/xtras/ResponsabilidadSocial-MetasdelMilenio.pdf. Marzo 2006.

promoción a través de los medios, en los cuales no se debe manipular las emociones, ni distraer al público de las fuentes reales de satisfacción de sus necesidades[22].

5.1.3. Antecedentes Históricos de la Responsabilidad Social Empresarial

La especie humana desde su creación ha transformado el medio ambiente para lograr la satisfacción de sus necesidades. Esta transformación del medio ambiente ha provocado la disminución ostensible y de manera acelerada la calidad de éste, y su capacidad para sustentar la vida, lo cual ha provocado la actual crisis ambiental. Esta necesidad de los recursos naturales se ha debido al paulatino desarrollo socio económico de la civilizaciones humanas, a la actividad agrícola, ganadera, al control y uso del fuego en un inicio; a la Revolución Industrial, al descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles y la explotación intensiva de los recursos minerales de la Tierra, así como a la revolución científico – tecnológica[23].

Esta crisis ambiental se manifiesta en la existencia de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran:

---

[22] Cabrera Sotomayor, Gustavo-Jefe de la Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación del Perú. La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio. En: http://www.minedu.gob.pe/ogp/xtras/ResponsabilidadSocial-MetasdelMilenio.pdf. Marzo 2006.

[23] Adaptado. Alea García- Alina. Artículo: Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. Publicación Web: Revista Futuros. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. No. 17 ano 2007, Vol.5. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

- El calentamiento global de la atmósfera,
- El agotamiento de la capa de ozono,
- La contaminación del agua, el aire y los suelos,
- El agotamiento de la cubierta forestal,
- La degradación del suelo, y
- La pérdida de especies, en el ámbito natural

Las siguientes problemáticas han despertado desde la década del 60 la conciencia y el interés de diversos grupos en promover un programa de control de las mismas: el menosprecio de múltiples identidades culturales, religiosas y étnicas de minorías, el incremento del desempleo, de la exclusión y marginalidad social, la discriminación por concepto de género o raza, la pobreza, el analfabetismo, las dificultades en la alimentación, la educación y la salud pública, en el ámbito social. Diversos grupos como científicos, académicos, políticos, organizaciones, empresas, gobiernos, la sociedad civil, comunidades, etnias, culturas y diversos grupos sociales; han declarado la urgente necesidad de movilizar la actuación humana en función de lograr la solución estos problemas ambientales y sociales.

Como resultado de este debate ambiental y social, surge la teoría del desarrollo sostenible o sustentable. Este concepto adquirió verdadera relevancia en 1987, en un Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocido también como informe de la Comisión Brundtland, se definió el Desarrollo Sostenible como "aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias".

En la actualidad el proyecto de desarrollo sostenible toma en cuenta la globalización y el vertiginoso avance industrial, tecnológico e informativo, enfatizando en la necesidad de lograr que estos temas sean tomados en

cuenta: la justicia, la satisfacción de las necesidades de todos los seres humanos, la equidad en el acceso a los recursos, y a las oportunidades de desarrollo y el incremento de la calidad de vida, sin usar los recursos naturales más allá de las capacidades del medio ambiente.

Definitivamente la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías reconozcan la capacidad que tienen de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial.

Desde finales de los años noventa ya la RSE comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidas instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos.

Aunque este concepto es relativamente novedoso, sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.

A lo largo de la historia han ido apareciendo en el contexto internacional diversas iniciativas que promueven el establecimiento e implementación de nuevos códigos y normas, orientados al logro de un comportamiento empresarial ético y respetuoso con la sociedad y el medioambiente, que contribuya por tanto, al desarrollo sostenible.

5.1.4. Enfoque de los Stakeholders[24]

El modelo de empresa basado exclusivamente en los dueños y accionistas, ha ido evolucionando hacia un modelo de empresa plural que tome en consideración la empresa como actividad cooperativa con un fin social. Este modelo toma fuerza con la introducción de la teoría de los stakeholder o grupos de interés.

Esta teoría encierra la idea de que existen otras personas y grupos, además de los accionistas y/o dueños, con los cuales la empresa tiene determinadas obligaciones.

Si la empresa es un punto en el cual confluyen muchos intereses, el de los altos directivos de una empresa es evitar se produzcan conflictos, balanceando los intereses propios con los de estos grupos, y tratando de que cada uno de ellos logre maximizar en lo posible sus aspiraciones.

El enfoque o modelo de los Stakeholders, analiza la empresa dentro de su entorno interno y externo, supone que los accionistas no son los únicos que tienen interés sobre la empresa, sino que existen otros grupos o personas con los cuales la empresa mantiene relación, y que influyen o pueden influir en su buen o mal funcionamiento. En este sentido plantea que hay una multiplicidad de grupos que tienen un interés *(stake)* en la operación de la empresa y por los cuales la empresa deberá tomar decisiones.

---

[24] Michelén, Jesús Elías. OBSERVATORIO PERMANENTE DE ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN REPÚBLICA DOMINICANA (OPERSE). Primer estudio de percepción de la responsabilidad social empresarial (RSE) en República Dominicana. Santo Domingo 2009, págs. 21-24.

Un *stake* o interés es un elemento de riesgo para la empresa que puede tener una relación actual o potencial con ella. De ahí que el juego de palabras entre *stockholders* como accionistas y *stakeholders* como grupos de interés trata de resaltar la extensión de las obligaciones de la empresa.

La teoría de los stakeholders es una concepción gerencial de estrategia organizacional y ética (Freeman, 1984; Donaldson, 1995; Phillips, 1997), que para algunos sobrepasa el limitado ámbito de la empresa, para convertirse en una teoría organizacional de economía política.

Un stakeholder es -de acuerdo a la definición clásica de Freeman (1984)-, “cualquier grupo o persona que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”.

El enfoque de los stakeholders es el núcleo central de la RSE. El objetivo del mismo es identificar correctamente el significado y alcance del aspecto social dentro de la expresión y responsabilidad social empresarial. Con su introducción se ponen “nombres y caras” sobre los miembros de la sociedad que son de interés para los negocios, y hacia los cuales deben responder las empresas.

La idea central de esta teoría descansa sobre la premisa de que el éxito de una organización depende, de con cuánto acierto se manejen las relaciones con aquellos grupos clave para la organización, de forma que no afecten las metas propuestas.

Los conceptos nuevos que introduce esta teoría al modelo empresarial es una “creación de valor” para los negocios y la sociedad a través del

compromiso (engagement) con esos grupos de interés. Esta teoría incluye numerosos procedimientos publicados sobre:

- Cómo comprometerse en un diálogo fructífero con los stakeholders, que le permita encontrar respuestas a cuestiones como el cambio climático,
- El involucramiento de la sociedad civil en el medio ambiente,
- Los derechos humanos,
- El sida,
- La creciente influencia y poder de las empresas,
- Entre otras.

Según la teoría de stakeholders podemos agrupar los grupos de interés en:

- **Grupos Primarios**: aquellos que mantienen relaciones formales o contractuales con la empresa; por ejemplo, propietarios, accionistas, empleados, clientes, proveedores.
- **Grupos Secundarios:** aquellos que tienen un papel secundario en el logro de los objetivos de la empresa: la comunidad local, los gobiernos, los medios de comunicación, los movimientos sociales, etc.

Otra clasificación según (García-Marzá, 2004) es agrupar los grupos de interés en Internos y Externos:

Grupos Internos	Intereses en juego
Socios y Accionistas	- Beneficio e incremento del valor de la empresa. - Rentabilidad y liquidez de las inversiones. - Transparencia de las operaciones y proyectos. - Participación y control de la gestión.

Grupos Internos	Intereses en juego
Directivos	- Poder de decisión y control: capacidad de gestión. - Influencia, prestigio e ingresos. - Desarrollo de las ideas y capacidades propias. - Maximizar el valor de la empresa.
Trabajadores	- Salario, prestaciones sociales, seguridad, higiene y salud laboral. - Seguridad en el puesto de trabajo. - Promoción profesional y humana: empleabilidad. - Capacidad de interlocución: participación.

Grupos Externos	Intereses en juego
Clientes	- Libertad de elección real. - Calidad y justa relación Calidad/precio. - Información veraz y clara sobre los productos y servicios. - Garantía de la seguridad y salud. - Servicio posventa.
Proveedores	- Aceptación de los principios de libre mercado. - Capacidad de pago. - Información clara de las posibilidades comerciales.
Competidores	- Respeto de las marcas y de la propiedad industrial. - Respeto a las reglas de la libre competencia. - Reciprocidad de las relaciones. - Cumplimiento de los compromisos. - Cooperación en las diferentes políticas empresariales
Sociedad	- Legales: obligaciones fiscales, Cumplimiento de la legislación.
Entorno	- Sociales: contribución positiva al desarrollo local y regional.
Estado	- Respeto y fomento de los derechos humanos
Global	- Medioambientales: cuidado, respeto y mejora del medio ambiente.

6. Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación

En esta investigación se utilizará el método de síntesis, a través del cual conoceremos y revisaremos estudios e investigaciones anteriores para identificar cuáles son las consecuencias y efectos de establecer un programa de responsabilidad social.

Además se utilizará el método de análisis, de esta manera establecer la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

Se utilizará el método comparativo para poder establecer la relación que existe en los diferentes modelos y guías existentes de responsabilidad social y plantear recomendaciones.

7. Tabla de contenido

RESUMEN

AGRADECIMIENTOS

Introducción

Capítulo I. Responsabilidad Social Empresarial

Objetivo: Identificar los modelos de Responsabilidad Social Empresarial y la situación actual respecto a este tema en los diferentes sectores que han resultado en casos de éxito para la comunidad, el país y las empresas.

1.1. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica
1.2. Conclusiones Situación Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica
1.3. Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana
1.4. Conclusiones Situación Actual de la Responsabilidad Social Empresarial en República Dominicana

Capítulo II. Síntesis de Mejores prácticas de Responsabilidad Social

Objetivo: Identificar y analizar las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa que se han establecido como normas y guías, para contribuir a crear una cultura organizacional apoyada en los valores de responsabilidad social y de servicio a la comunidad.

2.1. Norma/guía ISO 26000 Responsabilidad Social
2.2. SA 8000:2001 (Social Accountability International)
2.3. Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)
2.4. Reporte del Balance Social del Global Reporting Initiative (GRI)

Capítulo III. Plan de Proyecto Despliegue de Programa de Responsabilidad Social Empresarial Empresa VDV COMUNICACIONES

Objetivo: Diseñar un plan de proyecto para implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial que provea orientación a la empresa y permita obtener mejores resultados en los estudios de percepción de clientes que se llevan a cabo en la República Dominicana.

3.1. Diagnóstico del estado de RSE
3.2. Pasos para definir la estrategia corporativa de RSE
3.3. ¿Cómo la empresa hace negocios?
3.4. Involucrar a todos los niveles de la empresa.
3.5. ¿Cómo evaluar el plan a ejecutar?

Conclusiones y Recomendaciones
Bibliografía
Anexos

8. Bibliografía Preliminar

1. *Project Management Institute*, *Guía de los fundamentos de gestión de proyectos* PMBOK, Tercera Edición. En: http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto.

2. *Responsabilidad Social Corporativa*. En: http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa

3. *Concepto de Telecomunicación y Telecomunicaciones*. En: http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaci%C3%B3n

4. Chiavenato, Idalberto. *Recursos Humanos*. Edición compacta, Sao Paolo, Editora Atlas, 1998. Págs.144-147.

5. *Reyes, Giovanni E.- PhD*. *Comercio y Desarrollo: Bases Conceptuales y Enfoque para América Latina y el Caribe. En:* Zona Económica. http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo.

6. *Concepto de Comunidad*. En: http://definicion.de/comunidad/.

7. *Guía de Responsabilidad Social de la Empresa*. Publicado por CEEI Valencia (Centro Europeo de Empresas Innovadoras) y la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y las Organizaciones). En: http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf. pág. 5.

8. Denison - Mishra. *Cultura Organizacional "Towarda Theory of Organizational Culture and Effectiveness",* Organization Science 6, num. 2 (marzo - abril 1995), pág. 379.

9. Hellriegel – Jackson - Slocum. *Administración: Un Enfoque Basado en Competencias*. Novena Edición. México, pág. 161.

10. Alea García, Alina. Artículo: *Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible*. Publicación Web: Revista Futuros. Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sustentable. No. 17 ano 2007, Vol.5. En: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

11. Cabrera Sotomayor, Gustavo – Jefe de la Oficina de Gestión de Proyectos Ministerio de Educación del Perú. *La responsabilidad social de la empresa y las Metas de Desarrollo del Milenio*. En: http://www.minedu.gob.pe/ogp/xtras/ResponsabilidadSocial-MetasdelMilenio.pdf. Marzo 2006.

12. Michelén, Jesús Elías. Observatorio Permanente de Ética y Responsabilidad Social en República Dominicana (OPERSE). *Primer estudio de percepción de la responsabilidad social empresarial (RSE) en República Dominicana*. Santo Domingo 2009, págs. 21-24.

13. La Responsabilidad Social en el Empresariado Dominicano. Abril 2009. En: http://economistadominicano.wordpress.com/2009/04/01/la-responsabilidad-social-en-el-empresariado-dominican/.