



UNIVERSIDAD APEC

ESCUELA DE GRADUADOS

Maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa

**ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EN LA
PRENSA DOMINICANA EN EL PRIMER
TRIMESTRE DE 2012**

Sustentante:

Santa Marte Javier

2010-2215

Asesor:

Tino Alexandro Deon, MDCM

Santo Domingo, República Dominicana

8 de agosto 2012



TPC1832

DEDICATORIA

Este hermoso, gratificante y anhelado proyecto, que estoy segura me garantizará un mejor bienestar en la vida, se lo dedico a un ser que aún después de estar en el lugar celestial sigue siendo muy importante para mí, ella fue mi madre, Paula Javier Corporán.

Gracias a ella, que logró forjar en mí los valores que una persona necesita para poder desarrollarse, hoy no he defraudado a la sociedad y he dado lo mejor que he podido para alcanzar la paz espiritual que toda persona necesita para forjar su proyecto de vida.

Su trabajo incansable, su honestidad y sus ganas de progreso y bienestar me han servido de ejemplo para poder lograr todas las metas que me he propuesto.

Sé que por tu esfuerzo, entereza, dedicación y respeto a Dios Él te tiene en un lugar especial.

Los cuatro hijos (Obispo, Henry Yahaira y una servidora) que dejaste para que le sirviéramos a la sociedad hemos copiado tu ejemplo y no nos arrepentimos. Supiste guiarnos inteligentemente por el mejor de los caminos. Gracias infinitas.

SMJ

AGRADECIMIENTOS

A pesar del gran esfuerzo que hice durante dos años para poder lograr investirme de esta maestría, no puedo dejar de reconocer que para poder lograr ese anhelado objetivo siempre se tiene que contar con personas que te alienten y estimulen para que no desmaye en el camino.

Son muchas las personas a las que debo extender mis agradecimientos, sin embargo, no es posible mencionarlas todas, pues un libro no alcanzaría.

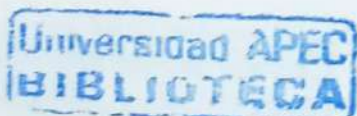
Cada uno de los que se cruzaron en mi camino para mi bienestar son importante para mí, por eso sería mezquino si menciono uno y otro no.

Por tal razón quiero agradecer a todas las personas que directa o indirectamente aportaron para que finalmente me pusiera la toga y el birrete de una especialidad, que hoy día es tan importante para poder trillar los senderos del futuro.

Esas personas cuando lean este escrito sabrán quiénes son.

Muchas gracias a todas ellas, que Dios les acompañe siempre en su andar.

SMJ



RESUMEN

El trabajo que se presenta a continuación tiene como objetivo principal determinar la cobertura que le da la prensa dominicana a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad (RSES), para cuyos fines se procedió a revisar las publicaciones de tres meses de seis de los principales periódicos de circulación nacional, obteniendo como resultado una pobre incidencia de los medios en las informaciones sobre este tema. Las entrevistas realizadas con el objetivo de determinar si la prensa dedicaba suficiente espacio a actividades sobre RSE y de qué manera concienciaban a los periodistas para que conocieran y se involucraran más a fondo en el tema, evidenciaron el poco esfuerzo que ésta realiza para lograr tener un mayor nivel de empoderamiento sobre el particular. Tampoco se observa un interés a futuro de que esa panorámica cambie, pues los principales ejecutivos consultados entienden que no hay un tema en particular en el que tengan que dedicarle más o menos espacio que a otro, sino dar cobertura a todas las problemáticas que surjan en su momento y que sea de interés para la ciudadanía.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv

INTRODUCCION	1
--------------------	---

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD (RSES)	5
1.1 Reseña Histórica	5
1.2 Definición.....	6
1.3 ¿Qué significa Responsabilidad Social?.....	7
1.4 Características	8
1.5 Argumentos a favor y en contra sobre RSES	11
1.6 ¿Realmente son las empresas éticamente responsables?	12
1.7 Importancia de RSES.....	14
1.8 Desarrollo sostenible.....	15
1.9 Cumbre de la Tierra (1992).....	17
1.10 Nace la agenda ambiental a nivel mundial	18
1.11 Cumbre Rio+20	18
1.12 El papel de Rep. Dom. en la cumbre	19
1.13 Consenso	20
1.14 Desarrollo participativo.....	22
1.15 Producción limpia y biodiversidad.....	22
1.17 Conservación de la biodiversidad	24
1.18 Cambio climático, áreas protegidas y ordenamiento territorial.....	24
1.19 Papel de la prensa en Rio+20.....	26
1.20 Las 60 toneladas de basura que dejó la Cumbre	27
1.21 Rio+20, la Cumbre ambiental de la disconformidad	29
1.22 Medidas adoptadas.....	30
1.23 A favor del medio ambiente	31
1.24 Una nueva forma de llevar el mensaje	32

CAPITULO II

IMPACTO DE LA COBERTURA DE LA PRENSA A LA RSES

2.1 El Pacto Global.....	35
2.2 Lineamientos del Pacto Global	36
2.2.1 Derechos Humanos	36
2.2.2 Caso de empresa mundial	37
2.2.3 Estrategias	37
2.2.4 Políticas.....	37
2.2.5 Procesos y procedimientos	37
2.2.6 Capacitación	38

2.2.7 Medición de desempeño	38
2.2.8 Ámbito laboral	38
2.2.9 Medio Ambiente	38
2.2.10 Anticorrupción	39
2.3 El Pacto Global en América Latina y el Caribe	39
2.4 Composición del Sector Empresarial	39
2.5 Impacto de la prensa dominicana en la RSES	39
2.6 Ventajas en la cobertura de la RSES	41
2.7 La RSES como un requisito para que las empresas sean competitivas	43
2.8 Ética y responsabilidad social	43

CAPITULO III

ROL DE LA PRENSA DOMINICANA FRENTE A LA RSES	48
3.1 Situación actual de la RSES en Rep. Dom.	48
3.2 Empresas de Rep. Dom. en el Pacto Global	48
3.3 Requisitos para estar adheridos al Pacto Global	49
3.4 No es una Filantropía, sino una nueva forma de hacer negocios	49
3.5 Desafíos	50
3.6 Un tema de visión	50
3.7 Casos	51
3.7.1 Grupo Punta Cana	51
3.8 El rol que asume la prensa para concienciar a la ciudadanía sobre RSES	52
3.9 ¿De qué manera se podría involucrar a la prensa para crear conciencia sobre RSES?	54
3.10 Desafío de la prensa frente a la RSES	54
3.11 Los periodistas y la RSES	56
3.12 Aspectos que caracterizan a una empresa socialmente responsable ..	57
3.13 Beneficios que la RSES aporta a la empresa	59
3.14 Términos relacionados a la RSES	61
3.14.1 El PIB verde	61
3.14.2 Economía verde o limpia	62
3.14.3 Recursos renovables	62
3.14.4 Los recursos no renovables	63
3.14.5 Desarrollo sostenible	63
3.14.6 Competitividad	64
3.15 Hallazgos	65
CONCLUSION	68
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFIA	74
ANEXOS	76

Lista de Figuras

Figura 1.1	15
Figura 1.2	19
Figura 1.3	20
Figura 1.4	23
Figura 1.5	24
Figura 1.6	29
Figura 1.7	32
Figura 2.1	40

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad (RSES) es un tema que ha logrado posicionarse y escalar dentro de las empresas que de alguna manera quieren contribuir al desarrollo de los países donde están instaladas.

Por tal razón se observa que muchas de las entidades que se sienten comprometidas con la sociedad buscan de alguna manera desarrollar proyectos en favor del bienestar de su gente.

A pesar de que es un tema muy a la vanguardia en los actuales momentos, la prensa no ha logrado establecer una relación con las acciones que engloban directamente esta temática, pues al hacer una revisión de las publicaciones de los periódicos Listín Diario, Diario Libre, El Día, El Caribe, Hoy y El Nacional durante los meses enero, febrero y marzo de 2012 se pudo notar que solo uno de estos medios tiene un espacio fijo para las actividades sobre RSES.

El periódico Listín Diario en su sección La Vida dedica una página fija cada 15 días orientada a los temas que tienen que ver con el medio ambiente y la sostenibilidad, cuyo contenido también es colocado en su página Web.

La ausencia de una investigación de esta naturaleza en el país y la importancia del tema fue lo que realmente me motivó a realizar el proyecto, pues de alguna manera preocupa el hecho de que cuando realmente se aboga porque seamos ciudadanos responsables y conscientes, la prensa, uno de los mayores medios de difusión de información, no se involucre en proyectar y capacitar a los periodistas en una temática tan importante como esta, la cual, si las empresas no ponen en práctica, pueden sucumbir.

Se debe velar porque las entidades desempeñen su papel, y la prensa no debe estar ajena a quienes tienen esa responsabilidad, pues debe ser vigilante para que eso se cumpla. No es suficiente con que una empresa opere legalmente, la RSES va mucho más allá de simplemente cumplir la ley. Es saber que hay que cuidar el medio ambiente, que a los empleados hay que brindarles mejor bienestar, que hay que protegerlos y respetarles sus derechos, que sus gerentes deben ser personas éticas, entre otros factores que la hacen una entidad responsable, y por tanto la prensa ahí tiene que desempeñar un papel importante.

Aunque en los citados medios se observan una serie de informaciones que de alguna manera tienen que ver con la RSE, directa o indirectamente, las publicaciones que más predominan son las que tienen que ver con el narcotráfico, lavado de activos, salud, educación, seguridad ciudadana, que más bien emanan de las acciones que emprenden las instituciones gubernamentales.

Las empresas también pueden verse involucradas en los temas citados anteriormente, para ayudar a contrarrestar males como el narcotráfico, la inseguridad ciudadana, el lavado de activo, al desarrollo y la desigualdad social, a tener un mayor nivel educativo de los pueblos, sin embargo, las que suelen trabajar en ese horizonte sus nombres no se ven, mayormente solo se observan los de las instituciones, como bien apunta el representante de República Dominicana ante el Pacto Global, José Gregorio Cabrera Cuello, quien afirma que muchas veces para las empresas dar a conocer sus buenas acciones tienen que pagar publicidad, porque no logran el respaldo de los medios.

El objetivo principal de este tema es determinar la cobertura que le da la prensa a las actividades de RSES, y ver si sirve de guía o parámetro para

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD (RSES)

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD (RSES)

Objetivo:

Determinar los aspectos generales de la responsabilidad social y la sostenibilidad.

1.1 Reseña histórica

La idea de que las empresas tienen una obligación de fomentar el desarrollo social, tema muy debatido en los últimos 40 años, echó raíces en el siglo XX, cuando compañías progresistas, luego de la Revolución Industrial, comenzaron a proporcionar a sus trabajadores alojamiento y otras prestaciones, según explican en su libro Administración Estratégica, Teorías y Casos, los autores Arthur A. Thompson Jr., A. J. S. Strickland III y John E. Gamble.

Bajo el tema “Estrategia y Responsabilidad Social”, los autores señalan que la noción de que los ejecutivos de las corporaciones deben equilibrar los intereses de todos los accionistas (accionistas, empleados, clientes, proveedores, las comunidades donde operan, y toda la sociedad), comenzó a florecer en el decenio de 1960.

Indican que un grupo de directores ejecutivos de las 200 mayores corporaciones estadounidenses, que se llamaron la “Mesa Redonda de los Negocios”, promovieron el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

En la actualidad la Responsabilidad Social es un concepto que resuena en todo el mundo, principalmente en Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá y países en Desarrollo como La India y Brasil.

1.2 Definición

El concepto de Responsabilidad Social no es nuevo. Aún cuando la idea ya era considerada en la primera mitad del siglo XX, recibió un impulso importante en 1953 con el libro "Social Responsibilities of the Businessman", de Howard R. Bowen, quien sugirió que los negocios debían considerar las implicaciones sociales de sus decisiones.

Para algunos, Responsabilidad Social Empresarial es "considerar seriamente el efecto de las acciones de la compañía en la sociedad", según el libro Administración, una Perspectiva Global, y que hace referencia a una encuesta hecha a ejecutivos de una empresa.

Sin embargo, los autores de la obra, Koontz, Weihrich y Cannice plantean otro concepto, el de la "sensibilidad social", la cual es definida como la habilidad de una empresa de relacionar sus operaciones y políticas con el entorno social de forma que sean mutuamente benéficas para la compañía y la sociedad. Plantean que ambas definiciones se enfocan en las empresas, pero estos conceptos deben extenderse para incluir a las organizaciones distintas a las privadas y cubrir relaciones dentro de una empresa.

La principal diferencia entre la responsabilidad social y la sensibilidad social es que la última implica acciones y "cómo" implantar las respuestas de la empresa.

Thompson, Strickland y Gamble, en su obra Administración Estratégica señalan que la noción de responsabilidad social aplicada a las empresas atañe al deber de la compañía de operar de manera honorable,

proporcionar buenas condiciones laborales a los empleados, proteger el ambiente y trabajar por mejorar la calidad de vida de las comunidades donde opera y de la sociedad en general.

Otra definición que plasman los autores P. Robbins y Couter en su libro Administración es que la responsabilidad social es el deber que tiene una empresa, aparte de los requisitos legales y económicos, de perseguir metas a largo plazo para bien de la sociedad.

1.3 Pero realmente, ¿Qué significa “responsabilidad social”?

Para los autores de Administración Estratégica, la esencia del comportamiento de negocios responsables con la sociedad es que una empresa debe equilibrar las acciones estratégicas para beneficiar a sus accionistas con el deber de ser un buen ciudadano corporativo.

Entienden que los gerentes de las compañías están obligados a mostrar una conciencia social al operar la empresa y, en particular, a tomar en cuenta cómo las decisiones de la administración y las acciones de la compañía afectan el bienestar de los empleados, comunidades locales, el ambiente y la sociedad en conjunto.

Para ellos actuar con responsabilidad social va más allá de solo participar en proyectos de servicio a la comunidad y donar dinero a obras de caridad y otras causas sociales valiosas. “Demostrar responsabilidad social entraña también emprender acciones que ganen la confianza y el respeto de todos los accionistas; operar de manera honesta y ética, luchar porque la compañía sea un buen lugar para trabajar, mostrar respeto genuino por el ambiente y tratar de marcar una diferencia para mejora de la sociedad”, dicen.

Para unos, responsabilidad social es únicamente obtener ganancias, pero para otros es ir más allá de esas ganancias, realizar actividades voluntarias, preocuparse por el sistema social etc. Por ejemplo, para el economista y premio Nobel Milton Friedman, quien es definido como uno de los mayores defensores de la idea de que la responsabilidad social es obtener ganancias, la principal responsabilidad de los gerentes es operar la empresa de acuerdo con los mejores intereses de los accionistas, ya que la única preocupación de éstos (los dueños), es las utilidades económicas.

Estas ideas son planteadas en el concepto clásico de responsabilidad social, y que es citado en el libro Administración, de P. Robbins y Couter, quienes también señalan que en el aspecto socioeconómico esta debe ir más allá de hacer ganancias para incluir la defensa y el mejoramiento del bienestar de la sociedad.

Los autores basan esta posición en la convicción de que las corporaciones no son entidades independientes cuya única responsabilidad son los accionistas. También tienen una responsabilidad con la sociedad que avaló su nacimiento a través de leyes y normas y que los apoya comprando sus productos y servicios.

1.4 Características

A principio del siglo XX la misión de las empresas de negocios era exclusivamente económica. Hoy día, debido a la interdependencia de los grupos que conforman la sociedad, la participación social de los negocios se ha incrementado.

Los aspectos que abarcan la RSE son muchos y a veces es difícil determinar cuándo se actúa de manera correcta y cuando no. Si procedemos a preguntarle a un gerente si el mes pasado cometió alguna acción que riñe con las normas y la ética probablemente responda que sí, pues quizás

cuando lo hizo no tenía en mente que podía estar afectando su accionar hacia lo que es la RSE.

Por citar un caso, se pudiera hacer mención de una empresa que haga un depósito bancario con el objetivo de obtener ganancias, pero que para eso retenga por un día el salario de los empleados. Está incurriendo en una práctica deshonestas, ya que está poniendo a sufrir a un grupo para obtener beneficios particulares, mientras que el asalariado recibirá el mismo monto que recibe todas las quincenas.

Igual pasa con la competencia entre las empresas y cuando una hace lo imposible porque la que vende el mismo producto que fabrica quiebre y de esa manera poder abarcar el mercado que hasta ese entonces no pudo alcanzar.

Todas esas son prácticas deshonestas que tal vez muchas de las empresas que dicen trabajar en pro de la RSE no toman en cuenta. Cuando se he socialmente responsable se debe hilar fino, pues en cualquier accionar podemos desviar nuestro propósito y de esa manera lo que hacemos con una mano lo desbaratamos con la otra.

Koontz, Weihrich y Cannice, en su libro "Administración, una Perspectiva Global y Empresarial", plantean que la responsabilidad social, originalmente asociada con los negocios, ahora se plantea con creciente frecuencia en la relación con gobiernos, universidades, iglesias, y entidades no lucrativas.

Hablar de RSE va mucho más allá que escribir palabras, ya que esto representa una madeja de elementos que hay que tejer de forma coherente para que sea aplicada con el debido rigor.

Wheelen y Hunger entienden que la responsabilidad social alcanza parámetros más amplios que implican tomar en cuenta si los proveedores de las empresas, por mencionar un caso, también tratan bien a sus empleados.

De ser negativo el cliente puede incidir y presionar para lograr ese propósito, de lo contrario puede negarse a comprar el producto o materia prima. Ya es un cliente menos, y si los demás también toman en cuenta esa iniciativa hasta lograr que esos empleados sean tratados dignamente obligan al proveedor a cambiar su política hacia los trabajadores, que son los que realmente mantienen en pie a las empresas.

El ambiente de tareas de una corporación incluye muchos grupos que tienen interés en las actividades de una organización empresarial. Más bien son las partes interesadas, ya que de una manera u otra son afectadas por el logro de los objetivos de la empresa.

Y es que como bien plantean Wheelen y Hunger en su libro "Administración estratégica y políticas de negocios", el concepto de responsabilidad social propone que una corporación privada tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá de obtener utilidades.

Cuando una empresa quiebra no solo afecta a los hombres y mujeres que trabajaban allí, también pierden los clientes que ya no van a tener el producto, los suplidores y la comunidad en general, debido a que se elimina una fuente de empleo que, directa o indirectamente, beneficia a la sociedad en su conjunto.

1.5 Argumentos a favor y en contra sobre la RSE

Para muchos queda claro cuál es el verdadero papel de la RSE, pero para otros todavía impera la duda. Y es que no es para menos, pues mientras unos la utilizan como un medio para darse a conocer como empresa, otros hacen uso del verdadero fin con que fue ideado este "comodín" en beneficio de la sociedad.

Ser un consumidor responsable, ética, corrupción, valores, protección al medioambiente, buen trato al empleado, mejores salarios, y si continúa mencionando términos no acabo, pues es larga la lista que engloba el concepto de responsabilidad social empresarial.

Sin embargo, esta misión se puede confundir con una simple obra social que se realice en una comunidad determinada, que más bien pudiera asociarse a las Relaciones Públicas.

A expertos en el tema les preocupa que se esté aprovechando la responsabilidad social para las empresas promocionarse y hacer relaciones públicas y que los medios no se den cuenta de eso.

"Muchos directores comerciales ven a la RSE como una oportunidad de relaciones públicas, lo cual los editores deberían resistirlo", opina Jaquelina Jimena en su investigación sobre "Responsabilidad social en Latinoamérica: El rol de los medios de comunicación para despertar conciencia sobre estos temas".

Y como bien se apunta en esta investigación, es menos costoso para las empresas que sus propietarios no se involucren en la RSE, pues al final muchas lo ven como un trabajo y un gasto, y no como algo que deban hacer por el bien de la sociedad y para darle algo de lo mucho que ésta les aporta.

Asumir esta tarea no es del todo fácil, ya que implica muchos aspectos, sobre todo el de la ética y la honestidad. Ser honesto y ético les cuesta mucho a los propietarios de empresas, en el entendido de que si tienen que presionar para que se cobren los impuestos que necesita el Estado para brindarle un mejor servicio a la sociedad no lo van a hacer porque les afecta directamente. Por igual no van a pedir que se aplique un sistema de calidad establecido para que los productos que fabrican lleguen al consumidor en óptimas condiciones, pues si un empresario no utiliza la materia prima adecuada para elaborar sus productos no va a presionar para que se apliquen sanciones en ese sentido.

A pesar de esto no es menos cierto que algunas empresas se han tomado en serio su responsabilidad para con la sociedad, hasta tal punto de llegar a quitarle atribuciones que les corresponden a los gobiernos, asumiendo, por ejemplo, la construcción de obras en comunidades.

1.6 ¿Realmente son las empresas éticamente responsables?

Esta pregunta nos pone a muchos a pensar. Si bien es cierto que algunas corporaciones hacen ingentes esfuerzos para ser socialmente responsables, también no es menos real que muy pocos asumen que ser ético implica desaforrarse de la ambición y pensar más en el entorno y qué deben hacer para que éste mejore.

Se pudiera deducir que muchas de las acciones que las empresas emprenden y que desean incluirlas en sus prácticas de RSE no son más que simples acciones de relaciones públicas.

En el libro "Administración estratégica y políticas de negocios", se define la ética como las normas de conductas aceptadas de común acuerdo que rigen el desempeño de una ocupación, oficio o profesión.

La falta de ética en los grupos empresariales, sobre todo en este país se puede observar en la baja calidad de los productos, en la publicidad engañosa, que aunque está prohibida a todos nos pasa por las narices, la alteración en los precios, venta de productos que producen efectos secundarios, no pago de impuestos, a lo que se agrega una autoridad débil que se deja arrastrar por los intereses grupales.

En el caso de República Dominicana un reciente estudio demostró que los fabricantes de embutidos importaban residuos o harina de huesos de carnes para fabricar el salami, así como el uso en cantidades inapropiadas de nitritos y nitratos, un componente cancerígeno. Esto nos indica que un ciudadano que adquiera un producto de esa naturaleza, confiado en que está fabricado a base de carnes, lo que contiene es desechos que más que alimentarlo puede acabar con su vida.

Al respecto la directora del Instituto de Protección al Consumidor (Proconsumidor) Altagracia Paulino, deploró que en una ocasión el personal de la entidad se trasladara al barrio Chino de Santo Domingo a retirar productos en mal estado, pero que fueron enfrentados por un ministro que reaccionó diciendo “que si los promotores de las buenas prácticas andas con dos militares, ellos podían traer un camión de militares”.

“Hay direcciones (generales) y ministerios que nos la ponen en China. Yo no voy a identificar a nadie porque afortunadamente la democracia permite los cambios y este gobierno se va ya. Lo que pasa es que hay cosas de alta política”, señaló Paulino. En ese entonces Paulino deploró que haya funcionarios públicos que se aparten de su deber de servir a los ciudadanos y hasta llegan al extremo de enfrentar a quienes los defienden como parte de su trabajo.

Esto es solo un ejemplo de la falta de ética que impera en el Estado, no solo en el empresariado (en este caso los que fabrican el producto), sino

también desde el mismo Gobierno, que en vez de ser la cuna para que se cultive la RSE a través de las buenas prácticas, se convierte en una barrera para su promoción.

1.7 Importancia de la RSES

Para L. Daft y Marcic la responsabilidad social significa distinguir entre lo correcto y lo incorrecto y hacer lo correcto. Esto significa ser un buen ciudadano corporativo. Es decir, el deber de la gerencia es emprender acciones que contribuyan al bienestar y los intereses de la sociedad, así como de la organización.

A medida que una empresa trata bien a sus empleados, paga sus impuestos como manda la ley, logra mantener un buen clima laboral, aporta para ayudar a la protección del medio ambiente y defiende los intereses de la sociedad se convierte en un paradigma donde sus asalariados son los primeros que salen a defenderla cuando se ve envuelta en conflictos.

Los empleados se convierten en los voceros de las buenas prácticas de las empresas cuando éstas asumen su rol como debe ser en la sociedad y los ciudadanos sienten admiración hacia ella.

Cuando las organizaciones, sin olvidarse de su objetivo principal, que es obtener ganancias, dedican parte de sus esfuerzos a lograr que la comunidad en donde se encuentran ubicadas avance, su gente la valora y vela por ella y compra con más amor los productos y servicios que ofrece, y por tanto ayuda a su crecimiento.

Si bien es cierto que RSE significa que las empresas den a la sociedad parte de lo que esta le brinda, no es menos cierto que los ciudadanos saben ser agradecidos cuando las corporaciones les responden

como debe ser, ya sea con la compra de sus productos o hablando bien de ellas cuando se mencionen en algún lugar.

1.8 Desarrollo sostenible

El concepto de Desarrollo Sostenible fue citado por primera vez en 1987 en el "Informe Brundtlandt" de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, que lo definió como aquel "que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones".

El concepto tal vez para algunos sea un poco difícil de descifrar, pero integra una serie de elementos que se van concretando en definitiva se viviría en un mundo más saludable, limpio, y libre de contaminación.

Muchas empresas, en aras de colaborar a hacer realidad ese objetivo, ya han adoptado la iniciativa de cambiar sus materias primas por otras que generen más bienestar para el medio ambiente.

FIGURA 1.1



También se puede citar las acciones que se toman para preservar los ríos y mares, principalmente las empresas petroleras, quienes se ven expuesta a enfrentar crisis relacionadas al medioambiente cuando se presenta algún derrame de petróleo.

Como bien apuntan Robbins y Coulter, a finales de los 60 pocas organizaciones prestaban atención al factor del medio ambiente y el daño que le podían causar con sus operaciones. Sin embargo, con las emergencias ecológicas que se fueron presentando se hizo necesario desarrollar estrategias para mitigar su impacto.

Los gerentes empezaron a enfrentar cuestionamientos sobre el impacto de una organización en su entorno natural. Este reconocimiento del vínculo directo entre las decisiones y actividades de las organizaciones y sus repercusiones en la naturaleza se conoce como "enfoque ecologista de la gerencia", R.C.

Aquí generalmente se toma en cuenta al momento de fabricar un producto, el tipo de materia prima a utilizar, si el envase dura mucho tiempo para destruirse luego que se termina su contenido, si es tóxico o no, etc.

La dimensión social del desarrollo sostenible consiste ante todo en el compromiso de «promover la integración social fomentando sociedades estables, seguras y justas, y que estén basadas en la promoción y protección de todos los derechos humanos, así como en la no discriminación, la tolerancia, el respeto de la diversidad, la igualdad de oportunidades, la seguridad y la participación de todas las personas, incluidos los grupos y las personas desfavorecidos y vulnerables», según expresa un informe presentado en la 96.a reunión, 2007, sobre la empresa sostenible.

En el informe se indica que un principio fundamental del pilar social del desarrollo sostenible es la generación de medios de vida seguros

mediante un empleo productivo libremente elegido. Así pues, el desarrollo sostenible constituye un marco en el que se inscribe, no sólo el diálogo mundial general sobre el crecimiento y el desarrollo, sino también la discusión más específica acerca del desarrollo empresarial y, en este sentido, proporciona un marco sólido para el debate sobre la reglamentación y la acción voluntaria en la esfera empresarial.

1.9 Cumbre de la Tierra 1992

Una de las cumbres internacionales que marcaron un antes y un después en el tema ecológico a nivel mundial: la Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro (1992), la cual se realizó luego del fracaso de la Cumbre sobre Cambio Climático en Copenhague.

Esta cumbre puso en la agenda mundial el tema del medio ambiente, como apunta Pablo Piacente en su artículo “La importancia de la Cumbre de Río de Janeiro (1992)”.

Las reuniones se desarrollaron en Río de Janeiro, Brasil, del 3 de junio al 14 de junio de 1992, donde participaron 172 gobiernos, incluyendo 108 presidentes o jefes de Estado. Además, más de 2.400 integrantes de organizaciones no gubernamentales, junto a 17.000 personas, del Foro de ONG complementario al que se le otorgó estatus consultivo.

La Cumbre de Río tuvo su continuidad en Johannesburgo (Sudáfrica), del 26 de agosto al 4 de septiembre de 2002. Sin embargo, la Cumbre de la Tierra quedó en la historia por concretarse en un momento en el cual la temática ambiental aún no estaba instalada en la opinión pública como en la actualidad.

1.10 Nace la agenda ambiental a nivel mundial

Algunos de los temas tratados, que posteriormente fueron profundizándose y tomando una importante notoriedad, tanto en el área de las organizaciones no gubernamentales como en el sector gubernamental, fueron los residuos contaminantes en las energías convencionales y el desarrollo de fuentes alternativas de energía.

Se relacionaron de esta manera, por primera vez en un evento ecuménico de trascendencia mediática internacional, los efectos negativos del uso de combustibles fósiles con el cambio climático. También se indicó que el transporte público podría ser importante en la disminución de las emisiones contaminantes de los vehículos, además de atacar directamente las problemáticas urbanas relacionadas con el tránsito y los inconvenientes de salud provocados por la polución ambiental.

Otra cuestión que se puso en el tapete fue la creciente escasez de agua. Como vemos, se trata de cuestiones que hoy forman parte de la agenda cotidiana de los medios, pero que en 1992 no tenían la importancia y la consideración que hoy recogen. Asimismo, gracias a la Cumbre de la Tierra se sentaron las bases de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, que posteriormente desembocaría en el Protocolo de Kioto.

1.11 Cumbre Río+20

Como se explicó más arriba, Brasil es uno de los países de la región donde las empresas asumen con un mayor nivel el tema de la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Por eso no fue casualidad que ese país se escogiera como sede principal de la Conferencia de la ONU sobre Desarrollo y Sostenibilidad

(CNUDS), mejor conocida como Río+20, que se desarrolló del 20 al 22 de junio de 2012 y en la que participaron mandatarios y representantes de más de 176 países, interesados en la preservación del medio ambiente y en los programas de desarrollo humano, incluyendo el presidente dominicano, Leonel Fernández.

1.12 El papel de RD en la Cumbre

Aquí la República Dominicana, propuso la creación de un organismo de la ONU especializado para el medio ambiente, teniendo éste un Consejo de Administración con composición universal, además de fortalecer la capacidad del PNUMA.

FIGURA 1.2



En la propuesta trabajaron el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, así como el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo, que durante un año realizaron una especie de consultas que involucró a 186 instituciones de todos los sectores de la sociedad.

El informe dice cómo el país ha asumido, en el contexto nacional e internacional, las acciones relacionadas con los pilares económico, social y ambiental, y presentó la posición adoptada por la República Dominicana en cuanto al marco institucional para el desarrollo sostenible, la economía verde y la erradicación de la pobreza.

1.13 Consenso

En gran parte del mundo hubo mucha agitación entre los sectores que tendrían protagonismo en Río+20, quienes elaboraron sus posiciones de consenso. República Dominicana no fue la excepción. Sectores de la sociedad civil prepararon una declaración en la que abordaron aspectos relacionados con el desarrollo sostenible, la economía verde, la economía social y solidaria, la gobernanza, la producción más limpia, la biodiversidad, el papel de las áreas protegidas y el cambio climático, entre otros temas que fueron abordados por la periodista Solange de la Cruz Matos en un artículo sobre las ideas que llevaron las ONG a la Cumbre y que fue publicado en el periódico Listín Diario en fecha 7 de junio de 2012.

FIGURA 1.3



1.14 Desarrollo participativo

Otro acápite de la declaración lo dedican a la gobernanza del desarrollo sostenible, la que deberá ser “democrática y participativa como garantía de la gestión eficiente y eficaz de un desarrollo sostenible inclusivo”.

En ese tenor, reclaman la participación de todas las modalidades organizativas existentes en los niveles local, nacional, regional y global, que en los modelos de gobernanza se favorezca la participación de la ciudadanía a través de las organizaciones de la sociedad civil, la adopción de acuerdos vinculantes, la generación de un modelo incluyente que derive en favorecer la posición de determinados países, y estándares de operación que respondan a prácticas de transparencia y rendición de cuentas.

También consideraron necesario asumir “la educación para el desarrollo sostenible como una política pública para la formación de las nuevas generaciones en los valores, las principales disciplinas, enfoques integrales y transversales esenciales para la promoción del desarrollo sostenible”.

1.15 Producción limpia y biodiversidad

Para enfrentar la contaminación ambiental, sugirieron la adopción de modelos productivos que prevengan la contaminación del aire, el suelo y el agua, mediante el incentivo de la producción más limpia y del consumo responsable, y el fomento de una agricultura sostenible que evite la degradación y contaminación de los suelos.

FIGURA 1.4



Además, expresaron su preocupación por la minería a cielo abierto y por el uso de cianuro en el procesamiento del oro, prácticas que han demostrado ser muy contaminantes.

1.16 Estrategias

Conjuntamente, las entidades recomendaron "la elaboración, puesta en vigencia y aplicación de estrategias para el manejo de los desechos sólidos, estimulando iniciativas locales que permitan la incorporación de la sociedad civil a las iniciativas de manejo y disposición final de dichos desechos, combinando adecuadamente la reducción de los mismos a través de un consumo responsable y sostenible, con el reúso y el reciclaje".

1.17 Conservación de la biodiversidad

Otro tema consensuado fue la conservación de la biodiversidad. Al respecto, consideran como imperativo que se reitere su importancia para el mantenimiento de ecosistemas saludables que puedan seguir prestando sus servicios a las presentes y futuras generaciones. "En los estados insulares como República Dominicana, el mantenimiento de ecosistemas saludables es de mayor relevancia, ya que representan la mejor opción para la resiliencia frente a los potenciales impactos del cambio climático", asegura el documento.

FIGURA 1.5



1.18 Cambio climático, áreas protegidas y ordenamiento territorial

En relación con el cambio climático, las ONG reconocen que el riesgo a desastres depende de la intensidad de las amenazas naturales, amplificadas por el cambio climático actual, la vulnerabilidad de las

poblaciones, la capacidad de prevención, mitigación y respuesta del Estado y de los grupos humanos más afectados, e instaron “a proteger a los más pobres ya que son los grupos humanos más vulnerables a los efectos de los eventos climáticos extremos y, especialmente, aquellos localizados en áreas riesgosas debido a una escasa ordenación del territorio”.

Al mismo tiempo, reclamaron que las autoridades den cumplimiento al mandato de la ley formulando el Plan Nacional de Ordenamiento del Territorio, que incluya la evaluación y programación del uso de suelo de acuerdo a sus características y potencialidades.

Respecto a las áreas protegidas, expusieron que además de mantener los bienes y servicios naturales esenciales, pueden ayudar a aumentar la resiliencia y reducir la vulnerabilidad ante el cambio climático: “Se debe garantizar el manejo eficaz de las áreas protegidas para que las mismas provean beneficios a la biodiversidad, a la mitigación y a la adaptación al cambio climático”.

La Cumbre fue auspiciada por el Gobierno brasileño y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), y tuvo como objetivo principal, buscar alternativas para la creación de una estructura política para el desarrollo sostenible. También era de interés y un desafío de la Cumbre, tratar de determinar el camino a seguir para la creación de una estructura que juntara los tres pilares: el ambiental, el económico y el social, como bien apuntaba el negociador jefe de la delegación brasileña, André Correa do Lago.

La “economía verde” fue otro de los ejes principales del cónclave, la cual surgió en los últimos años como alternativa a la llamada “economía marrón”, de altas emisiones de carbono y como complemento del desarrollo sostenible, según escribía en uno de sus reportes el periodista de la agencia EFE Jaime Ortega Carrascal.

Sobre el concepto de "economía verde" todavía no hay consenso y no se tiene muy claro, pero los especialistas entienden que su definición no debe sustituir al desarrollo sostenible.

Sin embargo, una definición aproximada es la que ofrece el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), que lanzó la iniciativa de la "economía verde" en el 2008, concebida como aquella que es baja en carbono y eficiente de los recursos y socialmente incluyente.

El objetivo es, según el organismo, "mejorar el bienestar humano y la igualdad social, al tiempo que reduce significativamente los riesgos ambientales y la escasez ecológica".

Aunque todavía no hay una definición clara sobre el concepto de "economía verde", lo cierto es que ya muchos países están adoptando mecanismos para disminuir las emisiones de monóxido de carbono.

Carrascal señalaba en su artículo que, pese a que en teoría solo aporta beneficios, la economía verde ha encontrado el rechazo de intelectuales de izquierdas que ven en ella una estrategia del capitalismo y el neoliberalismo para esconder bajo un manto verde políticas que solo buscan "seguir explotando a los más pobres".

1.19 Papel de la Prensa en Río+20

La prensa mundial jugó su papel en este importante evento, donde se mantuvo informando sobre cada detalle que allí ocurría, y República Dominicana no se quedó atrás. Durante los días del evento, y previo a éstos cada día aparecían en los diarios artículos reseñando algunas de las medidas adoptadas y propuestas presentadas en el foro.

La prensa dio a conocer con lujo de detalles todos los aspectos que fueron tocados en el importante evento, hasta el punto de hacer duras

críticas, en el sentido de que a pesar de que se buscaba desarrollar estrategias para tener un mundo más limpio y amigable con el medio ambiente, se dejó como resultado 60 toneladas de basura.

1.20 Las 60 toneladas de basura que dejó la Cumbre

A pesar de que uno de los objetivos principales de la Cumbre era reducir los riesgos ambientales y la escasez ecológica, el magno evento dejó nada más que 60 toneladas de basura, lo que cualquier ciudad no produce en un mes.

La acción dista mucho del interés de los gobernantes reunidos allí de buscar una solución a los desechos que causan daños al medio ambiente y de implementar buenas prácticas a favor de la naturaleza.

Un artículo de la agencia EFE indica que los esfuerzos de la ONU y de las ONG para que sus citas en pro del desarrollo sostenible no dejaran muchos desechos, entre ellos la distribución de los documentos por vía digital en lugar del papel, no impidieron que quedara el elevado volumen de basura.

El total de basuras de la Río+20 es casi la sexta parte de las 370 toneladas dejadas en la playa de Copabacana por las cerca de dos millones de personas que participaron en la última fiesta de fin de año en Río de Janeiro.

Según el coordinador de sostenibilidad de la Río+20, el biólogo Francisco Nilson, quien es citado por dicha agencia, los organizadores realizaron campañas para concienciar a los participantes de los diferentes eventos sobre la gestión correcta de la basura.

Otra estrategia fue preferir materiales biodegradables, como los vasos para el agua, que fueron fabricados con residuos vegetales de la caña de

azúcar y del maíz, y materiales sostenibles, como las botellas portátiles y reutilizables que fueron distribuidas para reducir el consumo de vasos.

Sin embargo, nada de esas estrategias sirvieron de mucho, ya que cuando los esfuerzos están dirigidos a lograr un propósito y éste se ve empañado por acciones que para nada ayudan a lograrlo, lo que se percibe es que se está perdiendo el tiempo.

Por esa razón fue que una jovencita, de apenas 17 años fue capaz de preguntarles a los participantes en la Cumbre, si realmente se habían reunidos allí para salvar el planeta o para salvar su imagen.

Ella entendía que se debían desarrollar acciones urgentes que ayudaran a generar un cambio que deviniera en un mejor futuro.

Desde las conferencias previas a la Cumbre se emitieron duras críticas, sobre todo al consumismo, que ha traído consigo que el afán de lucro haya provocado que millones de árboles en todo el mundo tengan un final desastroso.

Es por eso que muchos se preguntaban, si realmente las medidas adoptadas darán resultados, debido a que primero hay que trabajar para disminuir el consumismo y de esa manera se pueda lograr que las estrategias que se implementen den resultados.

FIGURA 1.6



Otros calificaron el evento como un fallido intento por lograr avanzar en los objetivos para lograr un planeta más sostenible.

1.21 Río+20, la cumbre ambiental de la disconformidad

Así fue citada la Cumbre por la agencia AP, que dio una amplia cobertura al evento, sin dejar de mencionar los aspectos favorables y negativos.

A continuación un artículo íntegro escrito por el periodista Bradley Brooks y publicado por la referida agencia:

Era muy difícil encontrar a alguien satisfecho al término de la cumbre ambiental Río+20.

Nadie, entre la legión de negociadores gubernamentales soñolientos de las 188 naciones que se reunieron en un fallido intento por lograr un

avance en la conferencia de las Naciones Unidas sobre desarrollo sustentable. Nadie entre los miles de activistas que habían censurado y descrito la cumbre como un paciente que llega muerto al hospital.

Tampoco quedó contento el principal funcionario de las Naciones Unidas que organizó la conferencia, la de mayor escala en la historia del ente mundial. "Este resultado no satisface a nadie". Mi papel fue repartir por igual la disconformidad", dijo Sha Zukang, secretario general de la conferencia, en una síntesis amable del ánimo de la reunión.

Ante los fracasos de las cumbres ambientales de los últimos años, en medio de la turbulencia financiera que ha suprimido la voluntad política para abordar problemas climáticos y conservacionistas, constituye en sí una victoria que se haya acordado una futura discusión.

Parece paradójico, pero un tema por el que muchos se esfuerzan por lograr cimentar, nunca deja resultados halagüeños, y en cambio lo que en el fondo se percibe es que los organizadores y participantes quieren, más que implementar estrategias para tener una mejor sociedad, dar a conocer el papel que desempeñan en sus respectivos cargos.

1.22 Medidas adoptadas

A pesar de los desaciertos, en la declaración final de la Cumbre se logró dejar plasmado el interés que tienen los países involucrados de que haya un cambio y se generen estrategias en aras de afianzar las acciones dirigidas a crear un ambiente más sostenible.

Los gobernantes acogieron un plan de las Naciones Unidas para universalizar el acceso a la energía y duplicar el uso de fuentes renovables en la matriz energética del planeta.

La iniciativa fue presentada por el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon y se denomina "Energía Sustentable para Todos" que busca movilizar inversiones en torno a un sistema de generación eléctrica más limpio y sustentable para el año 2030.

Está dirigido, principalmente a los países sub desarrollados, ya que de acuerdo a un artículo publicado por la agencia EFE, mil 300 millones de personas en todo el mundo carecen de acceso a la energía y otros 1.000 millones tienen acceso intermitente, con abastecimiento eléctrico de algunas horas diarias.

1.23 A favor del Medio ambiente

Diversas entidades en República Dominicana, y personas en particular, ha desarrollado iniciativas a favor de la protección del medio ambiente. Para tales fines se han creado fundaciones y se realizan simposios con el objetivo de concienciar sobre la importante temática.

Una de las fundaciones que trabaja en la concienciación sobre el particular es la fundación Cuidemos el Planeta, que busca llevar un mensaje más llano y comprensible sobre cómo proteger el medio ambiente.

La fundación es dirigida por el periodista Reyes Guzmán, quien se encarga de orientar a las personas sobre la importancia de ahorrar agua y energía eléctrica y de cómo las acciones que se toman día a día mejoran o empeoran su entorno.

Cuidar el planeta debe ser responsabilidad de todos, no de unos cuantos, pues todo el conglomerado se beneficia de él.

1.24 Una nueva forma de llevar el mensaje

Guzmán, en una extensa entrevista que le ofreciera a la periodista Yaniris López plantea que el mensaje lo transmite de diversas formas: con música, con reportajes, con volantes o en pequeños conversatorios en escuelas públicas, colegios, universidades, instituciones públicas, juntas de vecinos y eventos especiales.

FIGURA 1.7



Ha demostrado que una canción, un panfleto con 16 consejos y breves conversatorios son formas efectivas de llevar el mensaje, sobre todo a la población que no tiene acceso a los medios de comunicación, a Internet o a documentales.

Es interesante, dice Guzmán, cómo por medio de una canción una persona decide tomar acciones para proteger el medio ambiente. Grito de Tierra, escrita por él en 2009, ya lleva siete versiones.

La han interpretado, en diferentes géneros Leo Suberví e Yvelisse Ramos, Wason Brazobán, Sexappeal, Cherito y Vakeró.

La inspiración le llegó un día en que meditaba sobre el daño que causa el hombre al planeta.

Guzmán entiende que mientras el hombre corta un árbol, tira basura en los ríos, no ahorra energía y consume combustible sin misericordia se destruye el planeta.

CAPÍTULO II

IMPACTO DE LA COBERTURA DE LA PRENSA A LA RSES

CAPÍTULO II

IMPACTO DE LA COBERTURA DE LA PRENSA A LA RSES

Objetivo:

Determinar el impacto de la cobertura de la prensa a las actividades de RSES

2.1. El Pacto Global

El Pacto Mundial (Global Compact) es un instrumento de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que fue anunciado por su secretario general, Kofi Annan, en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en su reunión anual de 1999.

Su fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONGs), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

El Pacto Global se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización. Al presentarlo Kofi Annan manifestó que la intención de la iniciativa es "dar una cara humana al mercado global".

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas ha tenido una gran acogida entre empresas, sindicatos, entidades educativas y ONGs, pero también ha sido criticada por no tener carácter obligatorio.

La oficina del Pacto Global está conformada por seis agencias de las Naciones Unidas: la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACDH), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

El Pacto Global es un instrumento de libre adhesión para las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para aplicar los diez principios que lo integran en sus estrategias y operaciones. La entidad que adhiere al Pacto Global asume voluntariamente el compromiso de ir implantando sus principios en sus actividades cotidianas y rendir cuentas a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso de implantación, mediante la elaboración de informes./Fuente wikipedia.com.

2.2. Lineamientos del Pacto Global

El Pacto Global está regido por 10 lineamientos o principios bajo los cuales se deben desarrollar todas las iniciativas que lo involucren. Estos lineamientos se deben enmarcar dentro de los derechos humanos, el ámbito laboral, medio ambiente y anticorrupción.

2.2.1 Derechos Humanos

- Principio N° 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio N° 2: No ser cómplice de abusos de los derechos.

El Pacto Mundial contempla un Marco de Derechos Humanos, sobre el cual se estructura una serie de elementos fundamentales a saber:

2.2.2 Caso de Empresa Mundial:

- Concientizar el concepto de Derechos Humanos, así como su relación con la empresa y los empleados.
- Desarrollar el caso empresarial según la razón de ser de la compañía.
- Activar la participación de altos funcionarios en el esquema del Pacto Global.

2.2.3 Estrategia:

- Estudiar las acciones de la empresa en relación al tema de derechos humanos.
- Detectar las debilidades de la empresa en cuanto a los derechos humanos de sus empleados, así como las fallas en que ésta pudiese estar incurriendo.

2.2.4 Políticas:

- Detectar la aplicación de los derechos humanos en las políticas de la empresa.
- Establecer normativas internas en la empresa relacionadas al cumplimiento de los derechos humanos.

2.2.5 Procesos y Procedimientos:

- Incluir el tema de derechos humanos en los procesos de gestión de la empresa, mientras ésta se encuentre en funcionamiento.

2.2.6 Capacitación:

- Involucrar los derechos humanos como parte de la cultura empresarial y organizacional.
- Capacitar al personal de la empresa en el tema de los derechos humanos.
- Desarrollar actividades relacionadas a los derechos humanos que produzcan una empatía entre la empresa y su entorno.

2.2.7 Medición de desempeño:

- Medir el cumplimiento de las normativas relacionadas a los derechos humanos en la empresa a través de sus empleados.

2.2.8 Ámbito laboral

- Principio N° 3: Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

2.2.9 Medio Ambiente

- Principio N° 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.
- Principio N° 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.
- Principio N° 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

2.2.10 Anti – Corrupción

- Principio N° 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad./Fuente de información: www.unglobalcompact.org.

2.3 El Pacto Global en América Latina y el Caribe

A partir de su lanzamiento en el año 2000, el Pacto Global cuenta con más de 8,000 participantes en 130 países, de ellos, 1,459 a las 12 redes de América Latina y el Caribe, según cita en un informe el Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe.

Brasil, Argentina y México, son las redes locales que cuentan con un mayor número de adheridos; 366, 249 y 210, respectivamente. A su vez, Costa Rica, Uruguay, Bolivia y República Dominicana cuentan con 15, 31, 39 y 53, respectivamente.

2.4 Composición del sector empresarial

Los 1,459 participantes a nivel regional son en su mayoría empresas, 935(64%), de las cuales 481 (51%) están catalogadas como compañías o grandes empresas y 454 (49%) como pequeñas y medianas empresas (PyMES), y organizaciones de la sociedad civil 185.

2.5. Impacto de la prensa dominicana en la cobertura de la RSES

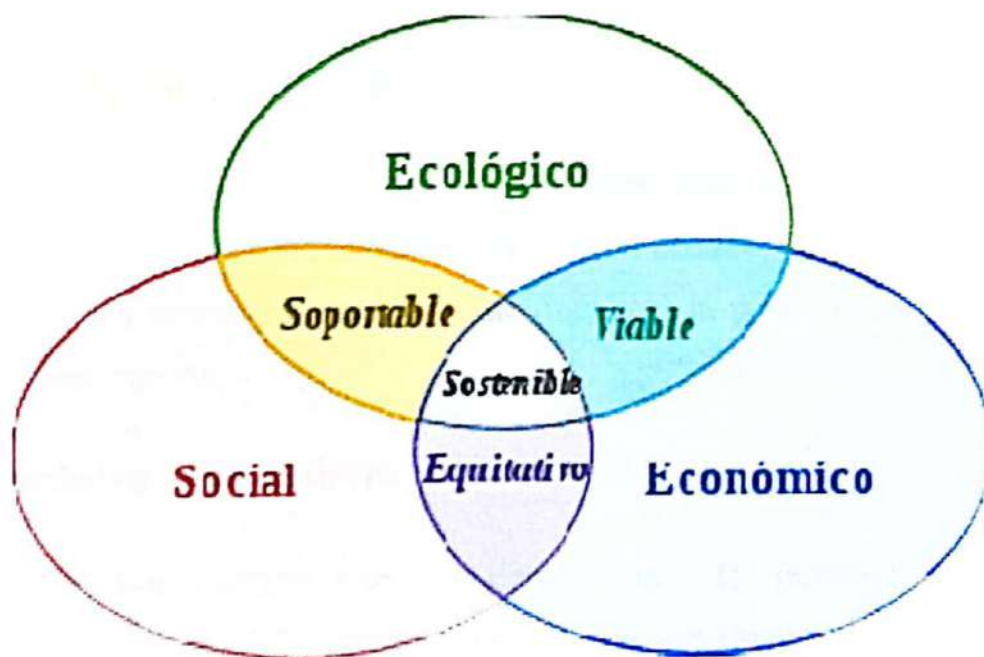
La prensa incide de manera considerable en las agendas de los ciudadanos, y por qué no, también en la de los gobiernos. Cuando un medio de comunicación se inicia en el debate de un tema, aunque no esté en la agenda gubernamental y es de mucho interés para la sociedad, es integrado.

Para citar un ejemplo de lo dicho anteriormente traemos a colación el tema del Lago Enriquillo, cuyo afluente en su empeño de expandirse ha logrado eliminar miles de tareas de cultivos, así como reses y otros animales y amenaza con extinguir una comunidad completa si no se toman las medidas de lugar.

Los riesgos que pudiera acarrear la expansión de las saladas aguas del Lago fueron dados a conocer en sus inicios en extensos reportajes publicados por la prensa, que de tanto insistir sobre la problemática el gobierno llegó a conformar una comisión para que investigara el impacto que generaría en los residentes de la zonas cercanas el extraño movimiento del afluente y dispuso la evacuación de parte de los afectados.

El Lago Enriquillo está ubicado en la provincia Bahoruco, hasta donde se trasladó el presidente Leonel Fernández para constatar de cerca las penurias que estaban pasando miles de agricultores de la comunidad Los Ríos, quienes vieron perder sus cosechas y morir sus reses por la crecida de las aguas, cuyas causas aún no están muy claras.

FIGURA 2.1



Entre otros casos a destacar, también hago mención de los intentos de una empresa para construir una cementera en la comunidad Gonzalo, en Monte Plata, en cuya iniciativa la prensa jugó un papel preponderante dando a conocer los esfuerzos de grupos ecologistas para evitar la obra en la zona, porque entendían que podía afectar los bosques del Parque Nacional Los Haitises, cuya zona fue declarada área protegida.

Pese a los esfuerzos hechos por el Consorcio Minero Dominicano para tratar de convencer a las organizaciones y grupos en pro de la defensa del medio ambiente, de que el proyecto se enmarcaba dentro de las políticas de la llamada "tecnología verde", el Gobierno se vio en la obligación de suspender el contrato de construcción.

"La planta de cemento que estamos instalando es la primera que se construye en el país que cumple desde su inicio con una certificación ambiental de "tecnología verde" no contaminante y la misma cumple, además, con todas las regulaciones nacionales e internacionales de emisiones de gases en todas las etapas del procesamiento", precisó la empresa en aquella ocasión en un comunicado en el que también destacaba los beneficios que recibirían las comunidades cercanas, sobre todo con la generación de dos mil empleos directo durante el proceso de construcción y otros 500 fijos tras su terminación.

Sin embargo, son casos esporádicos que se producen y que realmente logran tener incidencia en la opinión pública, por lo que la prensa no tiene otra alternativa que darle cobertura, por la presión que ejercen los grupos involucrados.

2.6. Ventajas en la cobertura de RSES

Más que cumplir con un compromiso de publicar actividades relacionadas con la RSES las empresas hacen uso de su rol para mantener

orientada a la población sobre los aspectos que pudieran incidir en su desarrollo.

Orientar, por ejemplo, sobre los efectos del cambio climático a través de un artículo publicado en cualquier periódico puede incidir para que los ciudadanos tomen conciencia sobre la problemática y eviten seguir consumiendo excesivas cantidades de sustancias que afectan la capa de ozono.

Cuando los lectores observan que ese periódico, como empresa se preocupa por llevar a la ciudadanía conciencia sobre los problemas que les afecta para tratar de buscarle solución se convierten en férreos defensores del medio, pues entienden que si defiende sus intereses lo mínimo que deben hacer es devolverle algo de eso que reciben.

Cuando a los ciudadanos se les informa para que conozcan cuáles son sus derechos, sobre el respeto a las leyes, y cómo éstos deben llevar una vida sana, más que hacerse la idea de que se dedicó una cuartilla a publicar algo que tal vez no deje beneficios monetarios, se debe pensar cuántas personas leyeron ese artículo y que a través de él aprendieron algo que posteriormente van a agradecer a la empresa y van a recomendar a sus allegados que busquen el artículo, aumentando así la cantidad de lectores y, por ende, de compradores.

La prensa debe ser un vigilante celoso de las acciones de los gobiernos y de los ciudadanos, y cada acción que vaya en detrimento de la sociedad debe ser denunciada con responsabilidad para evitar males peores.

2.7. La RSES como un requisito para que las empresas sean competitivas

La RSES aporta a las empresas grandes beneficios, sin embargo para poder ejercerla las entidades tienen que emplearse a fondo en la ejecución de proyectos y políticas públicas orientadas a incentivar el empleo justo, así como en la mejora de la competitividad y productividad.

Los hombres de empresas saben que para poder competir tienen que adaptarse a los estándares globales, y a lo que exige el mercado mundial.

“Las empresas no solo valen por lo que generan económicamente, sino las que amplían el campo de visión a sus impactos sociales y ambientales y consideran la RSE como una herramienta de gestión organizacional”, dijo en una ocasión el vicepresidente ejecutivo del Consejo Nacional de Responsabilidad Social de Costa Rica, Guido Monge.

Entiende que en lo adelante lo que se espera es que las empresas aumenten su sostenibilidad social, económica y medioambiental, citando los beneficios que aporta la RSE y la correlación que existe entre el desarrollo humano y la competitividad.

Un estudio de Accenture demostró que un 93% de los gerentes consultados cree que la sostenibilidad social será fundamental para el éxito futuro de las empresas, por lo que el especialista destaca la importancia de mantener la buena reputación de las empresas, porque resulta tres veces más caro construir una reputación.

2.8 Ética y Responsabilidad Social

Uno de los principios del Pacto Global es precisamente el tema anticorrupción y ética. Generalmente el tema anticorrupción en los países

como República Dominicana es bastante espinoso, no solamente por la percepción del nivel de corrupción que hay en la población general, sino también para las empresas internacionales que dejan de hacer negocios por este tipo de situación.

En la prensa dominicana se ven a diario una serie de publicaciones sobre las acciones que ejerce el Gobierno en contra del narcotráfico, sin embargo, no se observa que se publica muy a menudo los nombres de empresas que tal vez pudieran estar invirtiendo recursos proveniente del lavado de activos.

No obstante, son muy escasos los nombres que aparecen publicados en los medios, a menos que no sea alguien que no es conocido por la opinión pública.

La gente que hace opinión pública y que se ve involucrada en acciones que riñen con la ley y la ética generalmente no es muy dada a aparecer en la prensa.

En los artículos revisados solo se observa que a la gente que se acusa solo se hacen publicaciones defendiéndose, pero no se escriben artículos destacando las implicaciones que éstos pudieran tener si se les encuentra culpable de una acción determinada.

Recientemente el experto en el tema sobre lavado de activos, Alejandro Rebolledo, destacaba que los bancos seguían siendo el mecanismo predilecto para invertir dinero sucio, sin embargo, la prensa no ataca ese problema, considerado como neurálgico porque envuelve el sector más poderoso económicamente.

Este tema es tratado de manera superficial por los medios, debido a que generalmente los intereses grupales impiden que se ataque con dureza la problemática.

Cuando se habla de corrupción o actividades ilícitas o fraudulentas, no solo es a nivel gubernamental, también a nivel privado, pero generalmente éste último tiene mayor protección, debido a que en la prensa también existe el "amiguismo".

Pero Cabrera entiende que de todos modos en el tema anticorrupción y ética se ha avanzado, no como se quisiera, pero se ha avanzado, sobre todo por la inversión internacional. "Nosotros somos un país donde hay mucha inversión extranjera, porque son empresas que cotizan en bolsa, y que tienen que dar cuenta a nivel público, y que no pueden permitir este tipo de prácticas, entonces eso hace que haya mayor presión, tanto a nivel privado como gubernamental para que haya un mayor nivel de transparencia".

Algunos sostienen que las empresas y sus administradores pueden ser sumamente éticos y al mismo tiempo lucrativos. En un mundo en el que cada vez hay más competencia, local y global, por conseguir clientes, apuntalar las expectativas de la sociedad puede ser beneficioso para todas las partes, a mediano y largo plazo. O. da Silva, p. 66.

En su libro, Teorías de la Administración O. da Silva señala que los consumidores recuerdan a las organizaciones o empresas que no abusaron de ellos y a las que sí lo hicieron.

Para él la ética es necesaria en todos los niveles de las organizaciones desde la cúspide administrativa hasta los empleados operativos.

En años recientes se presta cada vez mayor atención a la ética de los negocios, debido, en gran parte a la cobertura por parte de los medios a diversas acciones deshonestas.

CAPÍTULO III

ROL DE LA PRENSA DOMINICANA FRENTE A LA RSES

CAPÍTULO III

ROL DE LA PRENSA DOMINICANA FRENTE A LA RSES

Objetivo:

Analizar el rol que desempeña la prensa en la cobertura de temas sobre RSES.

3.1. Situación actual de la RSES en República Dominicana

Se percibe que el tema de la RSE ha avanzado bastante en el país, hay empresas que han sido líderes desde hace mucho tiempo, y otras que apenas están entendiendo su valor. Es un cambio de paradigma que ha surgido de cómo hacer negocios, y no solo a nivel nacional, sino global. “Eso hace que los hombres de empresa entiendan que para mantenerse deben tener un cambio en su funcionamiento”, dice Cabrera.

3.2 Empresas de RD en el Pacto Global

En República Dominicana hay un total de 53 instituciones adheridas al Pacto Global, de las cuales 44 son empresas, tres universidades y el Hospital Plaza de la Salud.

Cuando la red se lanzó el país llegó a tener más de 200 empresas, sin embargo, los estrictos lineamientos de comunicación que se establecen son muy estrictos, es decir, las empresas tienen que comunicar sus acciones y si no comunica entonces se retira, pero luego pueden volver a afiliarse.

Dentro de las empresas que tienen un espacio en la entidad están el Banco Popular, Banco BHD, Banco León, Scotiabank, Barrick Gold, Cemex Dominicana, AES Dominicana, Banco Ademi. También hay pequeñas y medianas empresas (PyMES) y ONGs, y entre las universidades están Universidad Iberoamericana (UNIBE), el Instituto Tecnológico (INTEC), la escuela de negocios Barna Business School, y recientemente se va a adherir la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM).

3.3 Requisitos para estar adheridos al Pacto Global

Las empresas que forman parte de esta iniciativa tienen que cumplir con muchos requisitos, entre ellos cada año presentan un informe sobre las iniciativas que desarrollan apegada a esos principios, presentan su interés de mantenerse adheridos y hacen un recuento de cuáles fueron las iniciativas que desarrollaron ese año.

3.4 No es una filantropía, sino una nueva forma de hacer negocios

A nivel global el que quiere mantenerse en los mercados internacionales tiene que entender cómo se hacen los negocios a nivel internacional.

Poco a poco las empresas han ido entendiendo que la RSE es una necesidad, no una moda o un lujo y aunque el tema es prácticamente nuevo en la República Dominicana hay instituciones que realmente están asumiendo su papel creando un impacto considerable en el desarrollo de la sociedad.

“No es lo mismo el impacto que tiene un banco, que incursiona en el sector financiero, que una empresa del área de minería y de la construcción. El impacto de cada empresa es diferente, nosotros de lo que tratamos es que

las empresas hagan estudios científicos, o sea estudios sobre los niveles de impacto en las áreas que funcionan, por ejemplo, en una empresa de construcción se buscan saber cuál es su nivel de impacto en el medio ambiente y que sus acciones vayan dirigidas en ese sentido”, destaca Cabrera.

3.5 Desafíos

A las empresas grandes se les hace más fácil hacer frente a los desafíos que enfrenta la RSES, por el impacto que tienen, ya que son multilaterales, pero para las Pymes es más difícil, sobre todo por lo económico. “En este tema se necesita invertir, entonces se tendría que ver, más que tener claros los desafíos de eso, es ver las prioridades y las responsabilidades en las acciones de la compañía, tiene más bien que ver con la capacidad de la empresa y quiénes la dirigen”, señala el representante de República Dominicana ante el Pacto Global .

3.6 Un tema de visión

La RSE también es un tema de visión. No es lo mismo que una empresa se instale en una comunidad determinada y deje de observar las necesidades y los problemas que afectan a esa localidad. No solo es trabajar con el objetivo de crear riquezas materiales, también se debe observar a fondo qué pueden hacer los ejecutivos de las empresas para lograr solucionar los problemas que afectan el entorno donde se encuentran.

Las empresas saben y tienen claro que tienen que lidiar con consumidores más exigentes y conscientes, que les exigen operar apegados a las leyes y en un ambiente amigable para que proteja el hábitat donde se encuentran.

"Creo que la visión en el país está cambiando, en el sentido de cómo vemos los problemas que tenemos, cómo se hace negocio a nivel global, cómo están cambiando las cosas en todo el mundo", dice Cabrera.

3.7 Casos

3.7.1 Grupo Punta Cana

A pesar de las dificultades que todavía se tiene que vencer para que las empresas se afiancen más en el tema de RSE, en la República Dominicana hay entidades que sirven de modelo en el desarrollo de políticas que le permiten ser más competitivas y afianzarse en las buenas prácticas y el desarrollo sostenible.

Entre esas empresas se encuentra el Grupo Punta Cana, quienes por un tiempo estuvieron enfrentando un problema con la basura que se producían en los hoteles que integran en grupo.

Uno de sus vertederos del complejo habitacional estaba en la parte trasera del aeropuerto y para poder cumplir con ciertas normas de RSE tenían que mantener ese vertedero bajo control. El grupo gastaba alrededor de tres millones de pesos mensuales en la recogida de la basura.

Cuando había huelga del sindicato de camionero de recogida de basura entonces los desechos se le acumulaban. Entonces ¿qué hicieron?, contrataron un consultor con experiencia en desechos sólidos y le pidieron que le preparara un proyecto en el cual se pudiera reclasificar la basura.

El resultado de esta acción y acertada visión es que ahora ellos pasan de pagar tres millones de pesos mensuales por la recogida de los desechos a cobrar por la venta de la basura, lo que le genera ingresos por alrededor de dos millones de pesos al mes.

Se ahorraron el costo del transporte, porque ahora el que compra los desechos envía su camión a buscarlos. Pero, además de eso están siendo responsables con el medio ambiente.

Otro caso es el de Cemex Dominicana, una empresa que a pesar de que maneja un producto con un alto nivel de impacto ambiental, como es la producción de cemento, mantiene un estricto control en el manejo de los desechos. Las fundas que utilizan son un 70% de papel reciclado y dan un buen manejo a las aguas residuales.

En el caso de la Cervecería Nacional Dominicana, hicieron inversiones en un sistema en donde el agua llega al mar más limpia de la que ellos la reciben del acueducto.

A pesar de que hay empresas que no cumplen con las iniciativas para ser socialmente responsables, hay muchas que sí se apegan a las normativas para tener un medioambiente más sano, y toman en serio el tema del impacto ambiental.

Se debe citar, además el caso de AES Dominicana, que apadrina una escuela modelo que es prácticamente única en el país, la cual se conoce poco, debido a que los medios no le han dado cobertura a esta importante iniciativa.

3.8 El rol que asume la prensa para concienciar a la ciudadanía sobre la RSES

La cobertura a temas de RSES se ve opacada, no solo en República Dominicana, sino a nivel mundial, donde las buenas acciones se ven opacadas por temas negativos, que generalmente los medios se interesan más por darle cobertura.

Sin embargo, en representante de República Dominicana ante el Pacto Global, José Gregorio Cabrera Cuello, entiende que en sentido general el país ha ido poco a poco comprendiendo el tema, "pero tenemos el reto de que haya, yo no diría cobertura, sino más bien comprensión del tema y que la prensa se constituya en un factor de presión para que las empresas cumplan, y como un factor de incentivo para que las empresas que cumplen se digan que cumplen".

Dejó claro el hecho de que la RSE también tiene un factor de publicidad y mercadeo y sugirió ofrecer incentivos para que una mayor cantidad de empresas puedan insertarse en esa iniciativa.

"Tenemos casos de empresas que para poder proyectar sus iniciativas tienen que pagar publicidad, porque no tienen la cobertura que deberían tener", explicó.

Puso el caso de la empresa generadora de energía AES Dominicana, que tiene una escuela modelo, pero que prácticamente no se conoce, porque los medios no le dan el apoyo, pero que sin embargo si el gobierno que anuncia la inauguración de un centro educativo, de inmediato acuden en masas.

Más que no dedicarle espacio, el experto entiende que es más la falta de conocimiento y empaparse más sobre este tema. No solo la prensa no está muy empapada sobre este tema, sino también muchas empresas.

Se deben desarrollar programas para reorientar a la ciudadanía sobre este tema, no solo se quede en el concepto de construir una escuela o realizar cualquier tipo de donativo.

3.9 ¿De qué manera se podría involucrar a la prensa para crear conciencia en ese sentido?

Para lograr este objetivo lo primero que se debe hacer es lograr que los periodistas conozcan más a fondo el tema y se sientan identificados con la iniciativa. De esta forma, acompañados de programas de formación, se podría lograr que la prensa pueda involucrarse a fondo en crear conciencia en los ciudadanos sobre el particular.

"También es un tema espinoso, porque hay empresas que hacen las iniciativas y quizás no quieren darle publicidad, entonces debe ser algo ya más voluntario con ese asunto de la prensa", dice Cabrera Cuello.

En la medida en que los periodistas entiendan la importancia de este tipo de iniciativa le van a dar el carácter que merezca o necesita. Ya hay una gran parte de las empresas dominicanas que entienden el valor agregado de la RSE, y muchas instituciones del sector público gubernamental que entienden el impacto que tiene el tema, ahora hace falta que la prensa entienda su valor e importancia.

3.10. Desafío de la prensa frente a la RSES

Uno de los principales desafíos que enfrenta la prensa frente a esta temática es la educación, para el conocimiento del tema más a fondo. La educación no solo debe centrarse en los periodistas, sino también en los ciudadanos, para que se creen más conciencia sobre las acciones que deben desarrollar en favor del medio ambiente y los recursos naturales y que conozcan lo que se hace en el país en ese sentido.

"También necesitamos un poco más de supervisión o vigilancia, la prensa no solo entiendo que debe convertirse en vocera de lo que se está haciendo, sino que se convierta en denunciante de lo que no se está

haciendo. No solo es ver que cumplan la ley, sino ir más allá. Pienso que además de un difusor de las buenas acciones, se debe convertir en un fiscalizador de las buenas y malas acciones y para eso necesita tener conocimiento de causa”, explica Cabrera.

En la actualidad ningún medio de comunicación en República Dominicana se encuentra adherido al Pacto Global, a pesar de que muchos están constituidos en grandes grupos empresariales. Esto evidencia, en cierto modo, el poco interés que se tiene el sector en el tema.

Solo la revista Mercado está adherida como socio estratégico al Pacto Global, como medio de comunicación.

Más que apadrinar isletas, construir un parque Cabrera entiende que el mejor aporte de un medio de comunicación a la RSE en nuestro país es darle difusión a esos temas, conocerlo más a fondo, promoverlo, denunciar y discutir lo que se esté haciendo.

En cuanto a las empresas, dijo que a las grandes se les hace más fácil hacer frente a los desafíos, por el impacto que tienen, ya que son multilaterales, pero a las Pymes se les hace más difícil, sobre todo por lo económico. “En este tema se necesita invertir, entonces se tendría que ver, más que tener claros los desafíos de eso, es ver las prioridades y las responsabilidades en las acciones de la compañía, tiene, más bien, que ver con la capacidad de la empresa y quiénes la dirigen”.

A pesar de que dese el Gobierno se hace esfuerzos porque cada día más empresas incursiones en la RSES, es poco el apoyo que recibe desde la prensa. Según se ha podido evidenciar, las actividades sobre iniciativas de esta naturaleza tienen poco espacio en la prensa Dominicana, pues sus principales ejecutivos entienden que no pueden dedicar un espacio a un tema en específico, debido a que cuando se trata de un problema que afecta

a la comunidad no se pueden limitar y se le debe dar el espacio y la importancia que amerita.

3.11 Los periodistas y la RSE

Los periodistas tienen un reto frente a la RSE. Y ese reto está en tratar de identificar cuestiones que nos permitan diferenciar el tema de otros que también tienen que ver con la comunidad.

El Manual de apoyo para Periodistas, publicado por el Instituto Ethos, en Brasil, nos da una idea de cómo lograrlo.

Las iniciativas referentes a la preservación del medio ambiente, donaciones a comunidades, y otros temas afines, reveladores de la preocupación de la empresa por ampliar su actuación en la sociedad son totalmente encausados a los medios de comunicación y divulgados a través de los mismos, según el referido manual.

Sin embargo, no siempre es fácil obtener informaciones precisas acerca de ciertos temas menos difundidos, tales como aquellos relativos a la ética y las relaciones con proveedores y con el Gobierno.

El documento explica que una parte sustantiva de las informaciones sobre estos temas solo es obtenida por medio de entrevistas con representantes de la empresa.

En ese sentido, recomienda que el periodista cuando procure informaciones sobre RSE haga lo siguiente:

- Intente saber más allá de las informaciones contenidas en el material institucional.
- Pregunte cuáles son los motivos para que la empresa adopte acciones de responsabilidad social.

- Busque en el sitio Web de la empresa todos aquellos datos que comprueben sus políticas.
- Trate de obtener el máximo de informaciones cuantitativas.
- Indaguen si las referidas acciones se insertan en una planificación estratégica a largo plazo y con revisiones periódicas.
- Procure siempre saber cuál es el nivel de diálogo que la empresa mantiene con sus distintos públicos.
- Analice y confirme los criterios de inversiones y de evaluación de resultados.

3.12 Aspectos que caracterizan a una empresa socialmente responsable

El Instituto Ethos define algunas características que evidencian una gestión socialmente responsable:

a. Transparencia: Consiste en la divulgación de informaciones, decisiones e intenciones en términos claros y accesibles para todos los públicos relacionados con la empresa.

b. Establecimiento de compromisos públicos: Al respecto, la empresa deberá asumir públicamente sus compromisos, bien sean éstos relativos a su público interno, o bien al futuro, al mantenimiento de los recursos naturales, a la promoción de la diversidad.

c. Interacción con instituciones que representan intereses variados: Se genera a partir de la creación de ámbitos de contacto y diálogo con organizaciones especialistas, procurando que las mismas colaboren con la empresa en el tratamiento y resolución de sus dilemas.

d. Capacidad de atraer y mantener talentos: Se define como la inversión de esfuerzos tendientes a erigir a la empresa como una alternativa que responde a los intereses de los ciudadanos, particularmente en sus aspiraciones profesionales.

e. Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores: En este sentido, se tratará de involucrar a todos los colaboradores internos y a los proveedores con la gestión de RSE de la empresa, demostrando coherencia en la suscripción y cumplimiento de sus compromisos.

f. Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto: Esta característica se adquiere demostrando disposición para la investigación y el diálogo, desarrollando procesos que prevengan situaciones de riesgo, profundizando el contacto con redes de organizaciones y formadores de opinión y reflejando transparencia en estas acciones y relaciones.

g. Establecimiento de metas a corto y a largo plazo: Incorpora de manera efectiva los diferentes aspectos de responsabilidad social en la gestión de la empresa, con todas las características que poseen otros indicadores de performance.

h. Compromiso de la dirección de la empresa: Se fortalece la confiabilidad, comprobando claramente el entendimiento estratégico que posee la dirección de la empresa con respecto a las cuestiones de responsabilidad social. En general, la empresa tiene uno o más dedicados de modo permanente a profundizar los aspectos relativos a la responsabilidad social.

Aún cuando la lista es más extensa, los puntos anteriormente mencionados están presentes en todas las empresas que están incorporando la RSE en sus gestiones.

Esas características pueden estar bien claras y definidas o es posible que existan evidencias de que la empresa manifieste interés en desarrollarlas.

3.13 Beneficios que la RSE aporta a la empresa

El Instituto Ethos destaca algunos factores que se pudieran traducir en beneficios para las empresas si ésta incursiona en la RSE.

a. Disminución de Conflictos: Los principios y valores comprendidos en la RSE ayudan a la empresa a desarrollar relaciones sólidas con sus públicos, sobre la base del diálogo. En esta medida, puede ser reducido el impacto de algunos procesos legales que provocan aumento de costos y desgaste institucional. Por lo demás, la claridad en los valores y principios asegura el cumplimiento de compromisos y negociaciones de intereses.

b. Valoración de la imagen institucional y de la marca: Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a los negocios de la empresa, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios.

c. Mayor lealtad del consumidor: Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus funcionarios, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es factor que garantiza la fidelidad del consumidor.

Un ejemplo que ilustra estos conceptos son las investigaciones que desde el año 2000 el Instituto Ethos realiza para conocer la percepción del consumidor brasileño en torno a la responsabilidad social. Los datos obtenidos muestran un consumidor preocupado por aspectos tales como la

ética y el tratamiento a los funcionarios y dispuesto a premiar empresas que adoptan comportamientos socialmente responsables.

d. Mayor capacidad de reclutar y mantener talentos: Los trabajadores se sienten motivados con prácticas de gestión socialmente responsables, definidas con claridad. Les agrada formar parte de organizaciones que respetan al individuo e invierten en su capacidad de aprendizaje.

La responsabilidad social atrae para la empresa talentos y, al mismo tiempo, hace que el trabajador se sienta estimulado a mantenerse en el empleo.

e. Flexibilidad y capacidad de adaptación: Las empresas capaces de incluir la responsabilidad social en su estrategia de negocios son abiertas a las demandas de la sociedad, pudiendo adaptarse a dichas demandas con mayor facilidad, e incluso creando productos y servicios que atiendan nuevas expectativas.

f. Sustentabilidad del negocio a largo plazo: La perennidad de la empresa constituye también motivo de preocupación para los inversionistas. Las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo. Una prueba de que los criterios socio-ambientales vienen ganando importancia en la evaluación del riesgo de las corporaciones, es el «Dow Jones Sustainability Index» (DJSI), creado en 1999 y conformado actualmente por más de trescientas (300) empresas en veinticuatro (24) países. Para componer el índice, usado en el mercado de acciones, cooperan dieciocho (18) ítems que miden la performance económica, ambiental y social de las empresas y cómo ellas los administran en la búsqueda de la supervivencia de los negocios a largo plazo.

Los inversionistas que necesitan garantizar la rentabilidad de las acciones en el futuro se valen del DJSI para encauzar los recursos de fondos (www.sustainability-index.com).

g. Acceso a mercados: El respeto a determinadas cláusulas sociales, tal como el combate a la discriminación, y otras ambientales, como el establecimiento de controles sobre la contaminación, permite a la empresa operar en países o regiones que adopten patrones rígidos de conducta en estos campos.

h. Acceso a capitales: Al garantizar el control de riesgos sociales y ambientales, la empresa puede conseguir crédito y financiamiento para proyectos en instituciones que expresan tales exigencias.

3.14. Términos relacionados a la RSES

3.14.1 El PIB Verde

En un intento por acallar las críticas, la ONU presentó el pasado 18 de abril en la Cumbre Río+20 una propuesta para impulsar la sostenibilidad, el Índice de Riqueza Inclusiva (IWI) por sus siglas en inglés, lo que fue bautizado como PIB verde.

Francho Barón, en su artículo "La crisis frena la cumbre verde", indica que entre las variables para calcular el Índice de Riqueza Inclusiva la ONU seleccionó los activos de un país como el "capital manufacturado" (infraestructura, bienes e inversiones), "el capital natural" (combustibles fósiles, minerales, bosques, pesquerías y tierra para la agricultura, y el "capital humano" (educación y habilidades).

3.14.2 Economía verde o limpia

La iniciativa de la Economía verde surgió como alternativa a la llamada *economía marrón*, de altas emisiones de carbono, y como complemento del desarrollo sostenible, pero los especialistas reconocen que aún no hay una definición clara sobre el término.

"No existe un consenso claro sobre la economía verde, sobre lo que significa. La economía verde no puede ser un concepto que sustituya al desarrollo sostenible", declaró el jefe de la delegación de Brasil en la Conferencia de la ONU Rio+20, André Correa do Lago, y que fue citado por la agencia EFE.

Sin embargo, una definición aproximada es la que ofrece el Programa de las Naciones Unidas Para el Medio Ambiente (PNUMA), que lanzó la iniciativa de la economía verde en el 2008 y la concibió como aquella que "es baja en carbono, eficiente de los recursos y socialmente incluyente".

El objetivo principal de esta iniciativa es mejorar el bienestar humano y la igualdad social, al tiempo que reduce significativamente los riesgos ambientales y la escasez ecológica, según el PNUMA.

Se aplica en el contexto del desarrollo sostenible. La ONU entiende que es necesario sustituir el actual modelo de desarrollo por otro donde se tomen en cuenta los aspectos medioambientales y humanos.

3.14.3 Recursos renovables

Los recursos renovables son aquellos recursos que no se agotan con su utilización, debido a que vuelven a su estado original o se regeneran a una tasa mayor a la que los recursos disminuyen mediante su utilización. Esto significa que ciertos recursos renovables pueden dejar de serlo si su

tasa de utilización es tan alta que evite su renovación, en tal sentido debe realizarse el uso racional e inteligente que permita la sostenibilidad de esos recursos. Dentro de esta categoría de recursos renovables se destacan el agua y la biomasa (todo ser viviente).

Algunos de los recursos renovables son: bosques, agua, viento, pesquerías, radiación solar, energía hidráulica, madera, y productos de agricultura.

3.14.4 Los recursos no renovables

Son recursos naturales que no pueden ser producidos, cultivados, regenerados o reutilizados a una escala tal que pueda sostener su tasa de consumo. Estos recursos frecuentemente existen en cantidades fijas ya que la naturaleza no puede recrearlos en periodos geológicos cortos.

Algunos de los recursos no renovables son: el carbón, los minerales, los metales, el gas natural y los depósitos de agua subterránea, en el caso de acuíferos confinados sin recarga.

3.14.5 Desarrollo sostenible

Los términos desarrollo sostenible, desarrollo perdurable y desarrollo sustentable se aplican al desarrollo socioeconómico, y su definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983.

Esa definición se asumió en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992). Es a partir de este informe cuando se acotó el término inglés sustainable development, y de ahí mismo nació la confusión entre si existe o

no diferencia alguna entre los términos desarrollo sostenible y desarrollo sustentable.

A partir de la década de 1970, los científicos empezaron a darse cuenta de que muchas de sus acciones producían un gran impacto sobre la naturaleza, por lo que algunos especialistas señalaron la evidente pérdida de la biodiversidad y elaboraron teorías para explicar la vulnerabilidad de los sistemas naturales (Boullón, 2006:20).

La única diferencia que existe entre desarrollo sostenible y desarrollo sustentable es la traducción al español del término inglés: en el caso mexicano se tradujo como desarrollo sostenible y en otros países de habla hispana como desarrollo sustentable, pero nótese que siempre guarda la misma esencia y significado que se dio en el informe de Bruntland, donde se define como sigue:

Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades, citado por la Comisión del Desarrollo y Medio Ambiente en el 2004, y reproducido por la enciclopedia virtual Wikipedia.

3.14.6 Competitividad

Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores en cuanto a precios, según Wikipedia. Pero la Real Academia Española (RAE) la define como "la capacidad de competir o la rivalidad para la consecución de un fin". Refiriéndose al ámbito empresarial, como es el que compete, se define como la capacidad de mantener, de una forma sistemática, ventajas comparativas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en un entorno socioeconómico.

La competitividad es una característica que deben tener las organizaciones para sobrevivir dentro de un mercado saturado, ya que si no se consigue una alta competitividad la empresa tiende a la desaparición.

3.15. Hallazgos

El análisis evidenció que los medios deben dedicar mayores esfuerzos en tratar de involucrarse en este tema, debido a que tienen la oportunidad de llegar más lejos y lograr ser escuchados por las masas para que de esa forma se conviertan en multiplicadores de las buenas acciones.

Al hacer la revisión de los contenidos de las informaciones publicadas en los medios en cuestión durante tres meses se pudo observar que de 314 artículos que directa o indirectamente se relacionaban con la RSE, solo 113 tenían que ver con el medio ambiente, los recursos naturales, el cambio climático y el desarrollo sostenible.

De esa cantidad 73 se referían al medio ambiente, para un 64.6%; 12 a los recursos naturales, para un 10.6%; 3 trataban sobre el cambio climático, para un 2.6% y 25 hacían referencia al desarrollo sostenible, para un 22.1%.

En cuando a los anuncios sobre temas de medio ambiente en el referido período solo se publicaron 17 en total. Aquí están incluidos los de campañas sobre reciclaje y el consumo de gas natural.

En este acápite cabe destacar que otros anuncios que tal vez no están ligados directamente con el tema, pero que emulan la buenas prácticas empresariales son los relacionados con subastas y licitaciones, de esta última se publicaron 64 y de la primera ocho.

En cierto modo, los anuncios de subastas y licitaciones han ido en aumento en los últimos años a partir de la aplicación de políticas

gubernamentales para contribuir a mejorar la transparencia en la administración pública y privada.

También son escasas las noticias relacionadas con estos temas ocupando la portada principal de los periódicos, y en cambio se le da posiciones que muchas veces pasan desapercibidas por los lectores, que si no son muy acuciosos no ven las informaciones, por el poco espacio que se les destina.

Las informaciones sobre medio ambiente y recursos naturales solo ocupan portada cuando son centro de controversias, por ejemplo la instalación de una cementera en una zona protegida, la base naval en la Isla Saona, la explotación de minas y otros escándalos que han suscitado acciones de los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil porque van en detrimento de las áreas protegidas.

No obstante, las noticias sobre corrupción, narcotráfico, educación, salud, lavado de activos, inseguridad ciudadana y la falta de servicios básicos son las que acaparan las portadas de los diarios, sin que los ejecutivos de esos medios se sienten a analizar que nada se eso es posible resolver si no se tienen ciudadanos éticos y socialmente responsables.

También se debe destacar que las entrevistas realizadas a los ejecutivos de estos medios evidenciaron poco interés de que esa panorámica cambie, ya que entienden que “no es papel de la prensa crear una ciudadanía consciente y responsable”.

La jefa de redacción del periódico Listín Diario asegura que lo que les corresponde a los medios y a los periodistas es ofrecer información de calidad, que permita que las personas tomen mejores decisiones y puedan participar de la vida democrática.

Entiende que los medios y los periodistas tienen muchas limitaciones, a lo que se agrega los intereses económicos y políticos que hay de por medio, que tal vez limitan el alcance que desean tener.

Viéndolo de esa forma, si de repente surge un empresario que quiere instalar una fábrica de cemento en una zona protegida, tal vez, si está vinculado al medio, es posible que a la información no se le dé el tratamiento adecuado ni el espacio que amerita.

El hecho de que muchos empresarios estén invirtiendo en los medios de comunicación no es fortuito, es que eso les asegura salvaguardar sus intereses para cuando se presenten eventuales situaciones que pudieran poner en riesgo sus finanzas.

Sin embargo, esto también ha desencadenado en una situación que muchas veces los periodistas se quedan de brazos cruzados cuando no saben qué tipo de información puede o no afectar los intereses de los propietarios del medio.

El análisis también evidenció que solo el Listín Diario, de los seis medios observados tiene programas que se orientan directamente a actividades de RSES.

Entre los programas que desarrolla este medio a favor del medio ambiente están la campaña de reciclaje, que lleva a cabo en coordinación con otras entidades, El Plan Lea, que educa a personas que no han recibido ningún nivel educativo, limpieza de parques, siembra de árboles y otras actividades que desarrolla en alianzas estratégicas con otras empresas.

Hay que recordar, además, la página fija que tiene en la sección La Vida sobre desarrollo y sostenibilidad, donde cada 15 días los lectores pueden encontrar artículos relacionados con la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

CONCLUSIÓN

Durante todo el desarrollo de este trabajo se pudo evidenciar de forma clara dos factores principales: el intento que están haciendo las grandes empresas del país por incursionar en la Responsabilidad Social Empresarial y sostenibilidad (RSES) y los grandes beneficios que estas perciben cuando aplican esa iniciativa, y la debilidad que existe desde los medios de comunicación para lograr empoderarse más en un tema que se ha convertido en la agenda global en los últimos años.

En la prensa se observa un apoyo destacado a las informaciones de esta naturaleza cuando se trata de un evento mundial que agrupa a figuras de renombre preocupadas por los temas de RSES, como por ejemplo la pasada Cumbre Río+20, que se hizo mención anteriormente.

Sin embargo, como dice un refrán dominicano, "muerto el perro y se acabó la rabia". Cuando todo pasa muchas de las propuestas se quedan en papel, pues si no hay una prensa que está vigilante, que es la que en cierta medida puede incidir para que se cumplan los acuerdos a que se llegaron, habrán otros sectores que menos se preocuparán porque entienden que no hay quien exija.

Se debe recordar que muchas de las iniciativas y reivindicaciones logradas por las comunidades y los pueblos se cumplen porque sus comunitarios deciden alzar su voz y llevar sus quejas a los medios de comunicación para poder ser escuchados y complacidos en sus reclamos.

Es por eso que el pobre resultado, si se pudiera llamar así, que se ha obtenido sobre la cobertura que le da la prensa a las actividades de RSES llama a la reflexión sobre temas que a todos nos preocupa, como por ejemplo ver la escases de informaciones de empresas que cuidan el medio

ambiente y que realizan acciones para lograr un mayor desarrollo en su comunidad,

Esas informaciones son sustituidas por otras que engloban un alto nivel de contenido político, narcotráfico, acciones delictivas, inseguridad ciudadana, denuncias de ciudadanos por falta de servicios en sus comunidades y otras que terminan turbando la mente de quienes la leen o escuchan.

Eso es lo que se observa en el diarismo de los medios, un alto contenido de informaciones que en su esencia mantienen al ciudadanos con cierto nivel de preocupación, que tal vez no lo tuviera si se enterara de que la empresa que está a una cuadra de su casa está ideando un proyecto para que los moradores del sector cuenten con mejor educación y servicios básicos más adecuados.

Como bien apuntaba el jefe de redacción del periódico El Caribe, Héctor Marte, no hay un esfuerzo en educar y concienciar a los periodistas sobre el tema de RSES. Siendo así las cosas, si no se crean las bases desde los mismos medios no se puede lograr que la ciudadanía haga suyo el tema, pues no tiene quién le diga lo que tiene que hacer.

Tampoco hay un espacio fijo para colocar informaciones sobre RSES, a pesar de que se vanaglorian en decir que la prensa cumple su papel. La pregunta sería ¿cuál es ese papel? ¿Que cada año se publique una información sobre una cumbre que trate el medio ambiente, o un anuncio pagado por el Día Mundial del Agua?

Reconocen que los medios, además de informar tienen otras misiones como educar y orientar, pero que se debe hacer más, y ese más es precisamente lo que se busca que ellos hagan, que se empoderen de temas

vitales que a simple vista se cree que no tienen importancia, pero que realmente merecen de una mayor atención, como es la RSES.

La respuesta de Nelson Marrero, sub director del periódico Hoy fue muy tajante cuando al preguntársele qué hacían para involucrarse en el tema: "No hacemos nada en particular. Él es de los que entiende que a todos los problemas hay que darles el mismo tratamiento y espacio como medio de comunicación, y que por tanto no pueden tener privilegios en el manejo de las informaciones que tratan sobre una problemática social.

Lo que se entiende es que la prensa en su responsabilidad de informar sobre estos temas no sería más de un 2%, lo que a juicio de Marrero no significaría nada, dejando de lado el gran poder que tienen para influir en las masas, aunque asegura que hay temas que por más espacio que le publiquen no logran que se resuelvan los problemas que lo engloban.

"Este es uno de los países donde la gente menos lee periódico, la gente se entera de los problemas por la prensa, pero no los resuelve", asegura.

En pesimismo reina cuando de concienciar a la población sobre estos temas se trata. Y es que los ejecutivos de medios creen que la República Dominicana tiene un problema educativo de base que tal vez no le permitan a muchos ciudadanos entender a fondo el tema y lograr empoderarse, ya que ni siquiera con las constantes campañas que dicen desarrollar para concienciar y lograr que se cambien algunas cosas, los problemas no se resuelven.

A pesar de las barreras latentes que existen, creo que los medios tienen la oportunidad y deben plantear en su agenda cubrir de forma más frecuente otros temas relacionados con las acciones positivas que desarrollan las empresas y así ayudar a incentivar a que otras imiten

ejemplos similares y de esa forma también aporta con una buena causa, que tal vez en un primer momento no se note que le deja beneficio, pero en el futuro se verán los resultados traducidos en el desarrollo social.

RECOMENDACIONES

A los periodistas

El trabajo periodístico desde sus orígenes tiene una vocación social, pues muchos de los problemas que aquejan a las comunidades siempre salen a la luz por sus iniciativas de escribirlas en un medio.

Siendo así, los periodistas no debemos dejar de lado que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también debe tener el apoyo de nosotros para tratar de afianzar el concepto en nuestro entorno y se haga parte del trabajo que desempeñamos, para de esta forma aportar nuestro granito de arena para que las empresas que aún no logran entender el valor de esta iniciativa se afiancen más en ella.

Hay muchas formas para lograr este propósito, desde el medio para el que trabajamos, así como en las distintas actividades en las que participemos de índole social. También se insta a crear iniciativas con miras a lograr que otros colegas que no entienden a fondo la importancia del tema se adentren más en él y entiendan lo beneficioso que sería tener una sociedad más justa y equitativa, desde el punto de vista social.

A los medios

No hay mejor forma de llegar a las masas que a través de un medio de comunicación. Estos tienen todas las herramientas y facilidades para impulsar campañas, estrategias y dar un mayor apoyo y cobertura a las actividades de RSE.

Aunque para algunos ejecutivos no es competencia del medio educar y concienciar sobre este tema, no se debe dejar de lado que la prensa, en el fondo también es una empresa que tiene responsabilidades para con la sociedad. No solo es disseminar informaciones y vender un producto, también

se debe velar para que se cumplan los cambios que necesita la sociedad, y ese cambio en gran medida está en sus manos.

La RSE es una nueva forma de dirigir empresas de forma más responsables, entonces los medios deben velar para que esa responsabilidad se cumpla.

Es competencia de la prensa velar por la protección del medio ambiente, de la sociedad, para que no haya criminalidad, discriminación, para que se respeten los derechos humanos y laborales, eso también es responsabilidad social.

A las empresas

A pesar de que en la República Dominicana muchas empresas de renombre ya entienden la importancia de la RSE y la aplican en su desarrollo, no es menos cierto que todavía quedan otras tantas que no se sienten identificadas con la iniciativa.

En ese sentido, se hace necesario que las empresas, por pequeñas que sean, se involucren en conocer la importancia de la RSE y entiendan que si la aplican sus proyectos tienen la oportunidad de concretizarse más rápido.

Se debe recordar que cuando los ejecutivos y propietarios de empresa toman en cuenta el bienestar de sus trabajadores, del entorno en que se desenvuelven y velan por el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sostenible, tienen una mayor oportunidad de que se les reconozca su labor y los clientes que comprar sus productos o servicios lo hacen con mayor entusiasmo, porque están conscientes de que esa empresa hay que mantenerla con vida por los beneficios que aporta en el entorno donde se encuentra.

BIBLIOGRAFÍA

Raich, S., L. Dolan S., 2009, Más Allá. Empresa y sociedad en un mundo en transformación. Profit Editorial.

OIT, Ginebra (2007), La promoción de Empresas Sostenibles, trabajo presentado en la 96ª Conferencia Internacional del Trabajo. Recuperado en <http://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc96/pdf/rep-vi.pdf>.

Piacente P. 2009. La importancia de la Cumbre de Río de Janeiro (1992). Recuperado en <http://www.ecogestos.com/la-importancia-de-la-cumbre-de-rio-de-janeiro-1992/>.

Navarro García F. 2008, Responsabilidad Social Corporativa, Teoría y Práctica. Fernando Navarro García, ESIC Editorial.

Martínez Herrera H. 2005. El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Córdoba Largo A. 2007. El corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida profesional y personal. ESIC Editorial.

Perdiguero T. G, García Reche A. 2005. La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. Editoriales.

Hernández Sampieri R., Fernández Collado C y Baptista Lucio P. Metodología de la Investigación Científica. México. Mc Graw Hill, cuarta edición..

Arthur A.T, A. J. S. Strickland III, Gamble J. E. Administración Estratégica, Teoría y Casos. India, Mc Graw Hill Interamericana, Decimoquinta Edición.

Instituto Ethos, 2005, Conceptos Básicos de Responsabilidad Social Empresarial, Manual de Apoyo para Periodistas, Brasil.

O. da Silva R. 2002, Teorías de la Administración, México. International Thomson Editores, primera edición.

Koontz H., Weihrich H. y Cannice M. Administración, una perspectiva global y empresarial. Decimotercera edición, Mc Graw Hill.

Artículo: Cumbre Rio+20 acoge meta de universalizar acceso a energía, Por Marco Sibaja, AP.

Anexos



ANTEPROYECTO

ÍNDICE

Introducción	1
Selección y definición del tema	3
Planteamiento del problema.....	3
Objetivos de la investigación	3
Justificación de la investigación	4
Marco referencial	5
Marco conceptual.....	6
Aspectos metodológicos	9

INTRODUCCIÓN

El tema de la responsabilidad social y la sostenibilidad ha ocupado un importante lugar en la agenda de todas las empresas que se sienten comprometidas con aportar para que se cree una sociedad donde se cubran todas demandas que ésta exige para ayudar al bienestar de su gente.

Tras el anuncio hecho por el secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en el Foro Económico Mundial de 1999, donde dejaba instaurado los compromisos que tenían que asumir las empresas e instituciones a través del "Pacto Global", para garantizar la sostenibilidad y una sociedad más consciente, las empresas han asumido su rol en el desarrollo de políticas que le permiten concretizar esos objetivos, muchas de las cuales, incluso, ya tienen un presupuesto para tales fines.

Esto así debido que, aunque se necesita mejorar, las empresas cuentan con consumidores más conscientes, que cada día les exigen más para que de alguna manera le devuelvan a la sociedad parte de esos beneficios que les aportan los compradores.

La finalidad del "Pacto Global" es "promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción", de acuerdo a la dirección virtual www.unglobalcompact.org.

Las acciones que engloban el tema han sido centro de debate, no solo en el ámbito nacional, sino también a nivel mundial, donde se organizan foros mundiales para discutir las ideas más acertadas en procura de

desarrollar estrategias encaminadas a lograr una mayor respuesta de las instituciones que se sienten comprometidas con el Pacto Global.

Empresas de alcance mundial han asumido el tema con la seriedad que conlleva saber que se tienen que dedicar mayores esfuerzos para lograr una sociedad más sana, con menos contaminación, más equitativa e inclusiva, apegada a la ética, entre muchos otros elementos que abarca este amplio tema.

Los medios de comunicación impresos no deben escapar a este conglomerado de empresas que aportan su granito de arena para hacer posible esos logros, pero ¿qué se hace desde la prensa para cumplir con esa meta? Un análisis de las publicaciones hechas durante el primer trimestre de este año por los cuatro principales periódicos del país (Listín Diario, Diario Libre, Hoy, El Nacional, El Día y El Caribe), así como entrevistas a periodistas y expertos en el tema, permitirá tener una idea de lo que hace la prensa dominicana para ayudar a tener un país socialmente responsable y garantizar una mejor calidad de vida para los ciudadanos.

SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA

El tema estará centrado en analizar la cobertura que le dan los medios impresos a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, caso Listín Diario, Diario Libre, El Nacional, El Día, Hoy y El Caribe.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La iniciativa de RSES ha provocado el surgimiento de una serie de movimientos tendentes a asumir mayor nivel de responsabilidad en la publicación de informaciones que tengan carácter de compromiso social y sostenibilidad.

Eso ha ocasionado que los diferentes enfoques informativos acerca de ese fenómeno planteen un debate sobre cómo contextualizar las informaciones que tienen que ver con esta temática empresarial.

Sin embargo, consideramos que, pese a esa situación, se hace necesario que los medios impresos den mayor cobertura a los temas de RSES para motivar a las empresas a que dediquen mayores esfuerzos para aportar a causas que vayan en beneficio de la sociedad.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General

Analizar el nivel de cobertura que le da la prensa a los temas de responsabilidad social y sostenibilidad.

Específicos

- Identificar el rol que asume la prensa frente a la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad.

- Cuantificar los factores que inciden para que los medios impresos den cobertura a los temas de RSES.
- Identificar la situación actual de los medios impresos frente a la RSES

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Teórica

La responsabilidad social es un tema que en los últimos años ha ocupado un papel importante en las empresas, debido a la oportunidad que se le brinda para desarrollar programas en aras de mejorar y aportar a distintas áreas para el bienestar de la sociedad.

En ese sentido, se hace necesario observar la cobertura que le dan los medios impresos a las acciones de responsabilidad social y sostenibilidad que se ejecutan en la República Dominicana, y de ese modo conocer su impacto en el desarrollo nacional.

Metodológica

Para recabar los datos se realizarán encuestas y entrevistas que arrojen luz sobre la problemática.

Práctica

La investigación ayudará a arrojar luz sobre la importancia de apoyar un tema que está en las agendas de las empresas que se sienten comprometidas con el bienestar social.

Con ella se busca, además, aportar al desarrollo personal y profesional de la autora, y ayudar a crear conciencia sobre la necesidad de desarrollar programas que contribuyan a la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

MARCO DE REFERENCIA (Teórico Conceptual)

Marco teórico

La Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores", así es definida por la Unión Europea.

También es definida como "una visión de negocios que integra en la estrategia empresarial el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente", según la Red Internacional Foro Empresa, compuesta por Business for Social Responsibility de EE.UU., Acción Empresarial de Chile y Ethos de Brasil.

La idea de que las empresas tienen una obligación de fomentar el desarrollo social, tema muy debatido en los últimos 40 años, echó raíces en el siglo XX, cuando compañías progresistas, luego de la Revolución Industrial, comenzaron a proporcionar a sus trabajadores alojamiento y otras prestaciones, según explican en su libro Administración Estratégica, Teorías y Casos, los autores Arthur A. Thompson Jr., A. J. S. Strickland III y John E. Gamble.

Bajo el tema "Estrategia y Responsabilidad Social", los autores señalan que la noción de que los ejecutivos de las corporaciones deben equilibrar los intereses de todos los accionistas (accionistas, empleados, clientes, proveedores, las comunidades donde operan, y toda la sociedad), comenzó a florecer en el decenio de 1960.

Indican que un grupo de directores ejecutivos de las 200 mayores corporaciones estadounidenses, que se llamaron la "Mesa Redonda de los Negocios", promovieron el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

A principio del siglo XX la misión de las empresas de negocios era exclusivamente económica. Hoy día, debido a la interdependencia de los grupos que conforman la sociedad, la participación social de los negocios se ha incrementado.

Harold Koontz, Heinz Weihrich y Mark Cannice, en su libro "Administración, una Perspectiva Global y Empresarial", plantean que la responsabilidad social, originalmente asociada con los negocios, ahora se plantea con creciente frecuencia en la relación con gobiernos, universidades, iglesias, y entidades no lucrativas.

MARCO CONCEPTUAL

Cobertura noticiosa

Conjunto de medios técnicos y humanos que hacen posible una información periodística.

Medio ambiente

Por medio ambiente se entiende todo lo que afecta a un ser vivo. Condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinados, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también comprende seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura, según la enciclopedia virtual Wikipedia. El 5 de junio se celebra el Día Mundial del Medio Ambiente.

Sistema medioambiental

Son los elementos o conjunto de factores que condicionan la vida de los seres vivos, de acuerdo con el diccionario Larousse.

Recursos naturales

Se denominan recursos naturales a aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos), según Wikipedia.

Recursos renovables

Los recursos renovables son aquellos que no se agotan con su utilización, debido a que vuelven a su estado original o se regeneran a una tasa mayor a la que los recursos disminuyen mediante su utilización. Esto significa que ciertos recursos renovables pueden dejar de serlo si su tasa de utilización es tan alta que evite su renovación, en tal sentido debe realizarse el uso racional e inteligente que permita la sostenibilidad de esos recursos. Dentro de esta categoría de recursos renovables se destacan el agua y la biomasa (todo ser viviente).

Algunos de los recursos renovables son: bosques, agua, viento, pesquerías, radiación solar, energía hidráulica, madera, y productos de agricultura.

Los recursos no renovables

Son recursos naturales que no pueden ser producidos, cultivados, regenerados o reutilizados a una escala tal que pueda sostener su tasa de

consumo. Estos recursos frecuentemente existen en cantidades fijas ya que la naturaleza no puede recrearlos en periodos geológicos cortos.

Algunos de los recursos no renovables son: el carbón, los minerales, los metales, el gas natural y los depósitos de agua subterránea, en el caso de acuíferos confinados sin recarga.

Medios de comunicación

Con el término medio de comunicación (del latín *mediūs*), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Periódicos

Son medios visuales masivos, que se publican con cierta periodicidad, ya sea diario, semanal, quincenal o mensual.

Desarrollo sostenible

Los términos desarrollo sostenible, desarrollo perdurable y desarrollo sustentable se aplican al desarrollo socioeconómico, y su definición se formalizó por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983.

Esa definición se asumió en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992). Es a partir de este informe cuando se acotó el término inglés sustainable development, y de ahí mismo nació la confusión entre si existe o

no diferencia alguna entre los términos desarrollo sostenible y desarrollo sustentable.

A partir de la década de 1970, los científicos empezaron a darse cuenta de que muchas de sus acciones producían un gran impacto sobre la naturaleza, por lo que algunos especialistas señalaron la evidente pérdida de la biodiversidad y elaboraron teorías para explicar la vulnerabilidad de los sistemas naturales (Boullón, 2006:20).

La única diferencia que existe entre desarrollo sostenible y desarrollo sustentable es la traducción al español del término inglés: en el caso mexicano se tradujo como desarrollo sostenible y en otros países de habla hispana como desarrollo sustentable, pero siempre guarda la misma esencia y significado que se dio en el informe de Bruntland, donde se define como sigue:

Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades, citado por la Comisión del Desarrollo y Medio Ambiente en el 2004, y reproducido por la enciclopedia virtual Wikipedia.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Tipo de investigación

Exploratoria:

La investigación exploratoria se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes, según el libro Metodología de la Investigación Científica, de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio.

Siendo así, se procederá a aplicar este tipo de investigación en vista de que el tema en estudio no ha sido abordado desde la perspectiva planteada. Así se pudo determinar durante una revisión minuciosa sobre las investigaciones que se relacionan con el tema en el país.

Descriptiva:

Este tipo de estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos o variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Aquí se analizará las variables que inciden para que los medios impresos no den suficiente cobertura a las actividades de responsabilidad social y sostenibilidad.

Método deductivo

Con él se busca determinar de forma particular los elementos o fenómenos que inciden para que los medios impresos no den la cobertura necesaria al tema en cuestión.

Método de análisis

Durante el proceso de investigación se identificarán los distintos factores que inciden para que los medios masivos impresos en cuestión no respondan favorablemente a la cobertura de las actividades de responsabilidad social y sostenibilidad y se procederá a analizarlos por separados para sacar una conclusión general.

Método de síntesis

Aquí se analizarán directamente las causas que provocan los fenómenos que inciden para que no se le dé cobertura a las actividades de responsabilidad social y sostenibilidad. Se Analizarán esos hechos aislados y se sacará una conclusión definitiva que englobe todos esos elementos.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD (RSES)

Objetivo:

Determinar los aspectos generales de la responsabilidad social y la sostenibilidad.

- 1.1. Reseña histórica
- 1.2. Definición
- 1.3. Características
- 1.4. Su importancia

CAPÍTULO II

IMPACTO DE LA COBERTURA DE LA PRENSA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD (RSES)

Objetivo:

Determinar el impacto de la cobertura de la prensa a las actividades de RSES

- 2.1. El Pacto Global
- 2.2. Lineamientos del Pacto Global
- 2.3. Impacto de la prensa dominicana en la cobertura de la RSES
- 2.4. Ventajas en la cobertura de RSES
- 2.5. La RSES como un requisito para que las empresas sean competitivas

CAPÍTULO III

ROL DE LA PRENSA DOMINICANA FRENTE A LA RSES

Objetivo:

Analizar el rol que desempeña la prensa en la cobertura de temas sobre RSES.

- 3.1. Situación actual de la RSES en República Dominicana
- 3.2. El rol que asume la prensa para concienciar a la ciudadanía sobre la RSES
- 3.3. Desafío de la prensa frente a la RSES
- 3.4. Términos relacionados a la RSES
- 3.5. Hallazgos



ANTEPROYECTO

ÍNDICE

Introducción	1
Selección y definición del tema	3
Planteamiento del problema.....	3
Objetivos de la investigación	3
Justificación de la investigación	4
Marco referencial	5
Marco conceptual.....	6
Aspectos metodológicos	9

Cuestionario aplicado a ejecutivos de medios de comunicación sobre la RSE

- 1-) ¿Qué hacen los medios para lograr involucrarse en la RSE?
- 2-) Cree que la prensa está cumpliendo su papel para crear ciudadanos más conscientes y responsables?
- 3-) ¿Al momento de seleccionar sus noticias piensan en el espacio que le deben dejar a los temas de RSE?
- 4-) ¿Como medio de comunicación, tratan de involucrar a los periodistas en iniciativas de RSE?
- 5-) ¿Las actividades de RSE tienen un espacio fijo en la agenda de este medio?
- 6-) ¿Cuáles actividades desarrollan dentro de su programa de RSE?
- 7-) ¿Han concienciado a los periodistas sobre la importancia de conocer sobre los temas de RSE y su aplicación en el ejercicio periodístico?

Cuestionario para aplicar a expertos en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

- 1-) ¿Cómo ha influido la incursión de las grandes empresas en las acciones de RSE?
- 2-) ¿Las empresas tienen claro los desafíos que enfrentan cuando deciden girar sus acciones orientadas al bienestar común?
- 3-) ¿Se habla de que algunas empresas en su afán por desarrollar un buen programa de RSE podrían quitarle, en cierto modo, responsabilidad a los Gobiernos, cree usted que eso podría pasar en RD?
- 4-) ¿La ética es uno de los principales componentes de la RSE, cree usted que al momento de desarrollar programas dentro de ese contexto se hace buen uso del concepto?
- 5-) ¿Cómo considera la cobertura que le dan los medios a las actividades de RSE?
- 6-) ¿Cree que la prensa dominicana dedica suficientes esfuerzos a apoyar las actividades de RSE?
- 7-) ¿Cómo a través de la prensa se puede involucrar a la ciudadanía para crear conciencia sobre este tema?
- 8-) ¿De qué forma los medios y/o periodistas podrían involucrarse en el tema?
- 9-) ¿Por qué las empresas se ven en la necesidad de incursionar en la RSE?
- 10-) Podría citar algunos retos que debe enfrentar la prensa frente a la RSE?
- 11-) ¿Qué entiende que hace falta para que las empresas asuman la RSE como un valor agregado para su desarrollo?

que las empresas desarrollen programas en favor del bienestar común, la protección de medio ambiente y el desarrollo sostenible.