



Escuela de Administración de Negocios



“Componentes de la RSE”

Liderazgo Ético y RSE – Enero 2008
Prof. MAE. Luz Marina Madriz

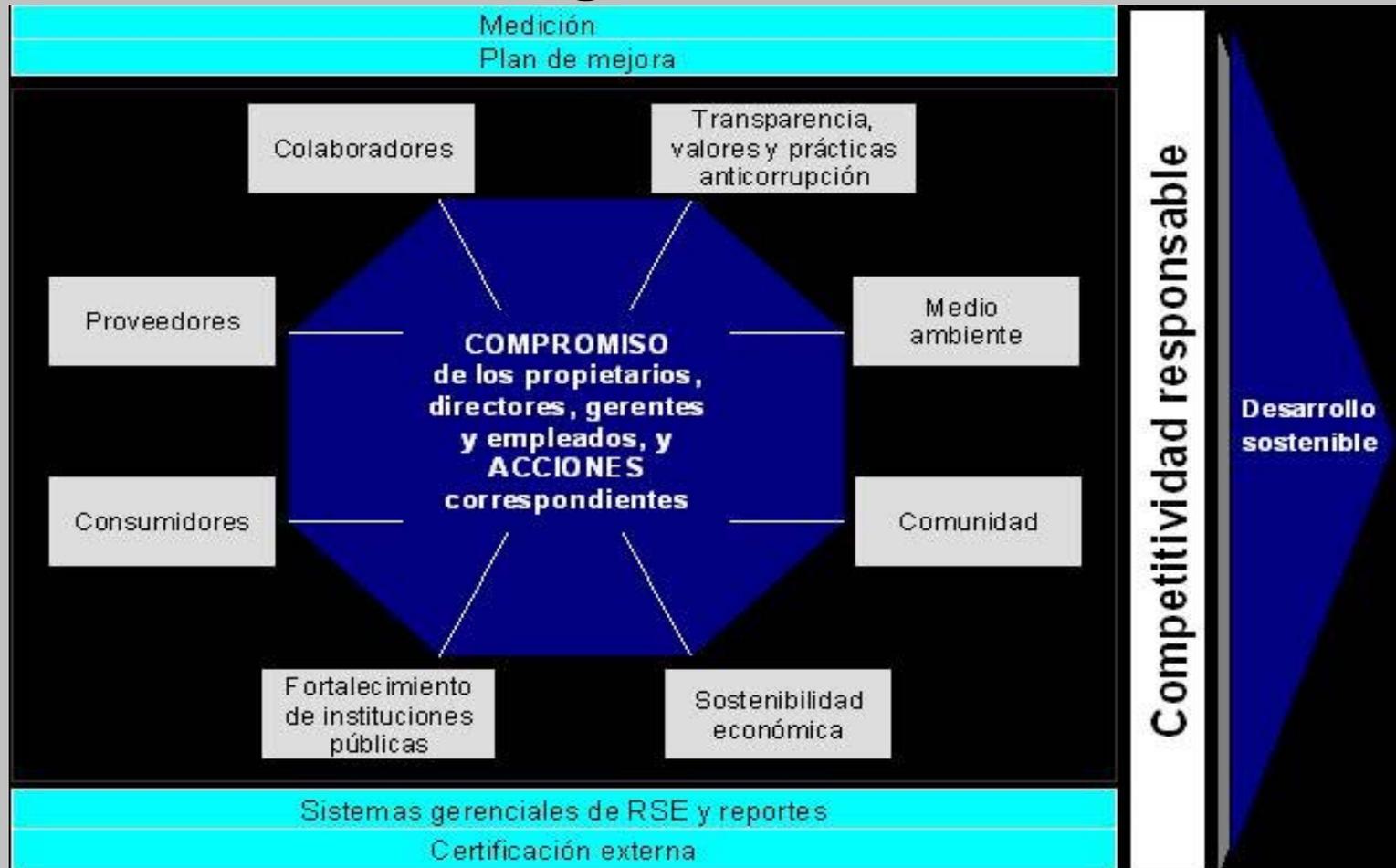
EL OCTÁGONO DE LA RSE

Este modelo conceptual comprende ocho categorías sobre las cuales la empresa deberá enfocarse de manera integral para alcanzar una conducta de responsabilidad para con la sociedad donde opera. Las ocho categorías son:

- ❖ **Transparencia**
- ❖ **Valores y prácticas anti-corrupción**
- ❖ **Colaboradores**
- ❖ **Clientes**
- ❖ **Proveedores**
- ❖ **Comunidad**
- ❖ **Medio ambiente**
- ❖ **Fortalecimiento institucional**
- ❖ **Sostenibilidad económica**

Modelo Conceptual de RSE

El octágono de la RSE



- ❖ El compromiso de los propietarios, directores, gerentes y empleados, es el núcleo de una conducta empresarial socialmente responsable. Este compromiso debe darse a todo nivel y traducirse en acciones concretas en cada una de las ocho categorías definidas.
- ❖ La medición del desempeño es un componente esencial para la toma de decisiones y por lo tanto tiene que estar presente en cada una de las categorías propuestas.
- ❖ La utilización de sistemas gerenciales que incluyan planes de acción documentados son el siguiente paso para traducir los compromisos originales en acciones concretas y medibles.
- ❖ El esfuerzo conjunto de las empresas, traducido en acciones concretas en estas ocho categorías, asegurará una contribución efectiva del sector privado al desarrollo sostenible de la sociedad, y en consecuencia al desarrollo de su propia competitividad.

Transparencia, valores y prácticas anti-corrupción

Los valores y principios de una compañía, más que simples enunciados, deben ser códigos de conducta vivos que normen el proceder diario de los accionistas y colaboradores a todo nivel.

Asimismo, evitar situaciones que involucren trato preferencial por agentes del gobierno o agentes privados como consecuencia de sobornos u otro tipo de prácticas de corrupción.

Colaboradores

El éxito de toda organización depende de la calidad y compromiso de su recurso humano, y de las condiciones en que éste desempeña sus funciones.

Consumidores

Los clientes son la razón de ser de toda empresa. La responsabilidad de las compañías va desde ofrecer productos y servicios que generen valor a los consumidores, hasta proveerles de información clara y precisa sobre sus características.

Proveedores

Contribuir al desarrollo de los proveedores –en especial de las micro y pequeñas empresas- , así como utilizar criterios de selección de suplidores que consideren aspectos de RSE, constituyen componentes de la responsabilidad de las empresas.

Comunidad

La responsabilidad de la compañía con la comunidad se traduce en el respeto de las normas y costumbres locales, así como en su contribución a mejorar la calidad de vida de sus miembros, mediante aportes, programas de trabajo voluntario y participación en proyectos de desarrollo junto con organizaciones locales con el fin de alcanzar un desarrollo sostenible de la comunidad o comunidades donde opera.

Medio ambiente

La responsabilidad de la empresa con el cuidado del medio ambiente y la conservación del planeta, comienza por el compromiso de la organización con la causa ambiental, manifestado en acciones concretas en las áreas de evaluación del impacto ambiental de sus actividades productivas.

Fortalecimiento de instituciones públicas

En el contexto macroeconómico y político de los países latinoamericanos, caracterizado por un sector público carente de recursos, así como por instituciones públicas débiles, la contribución del sector privado para mejorar tal situación se hace imperativa. Bajo esta premisa, las empresas deben contribuir al fortalecimiento de las instituciones públicas mediante un pago transparente de sus impuestos, participando en proyectos con el Gobierno, apoyando el desarrollo de políticas públicas, y asegurando su neutralidad y transparencia política.

Sostenibilidad económica

La condición sine qua non de toda empresa es ser rentable económicamente. Cumplida esta condición, la cual es un requisito básico para asegurar la sostenibilidad de las empresas en el tiempo, se puede luego disponer de los recursos necesarios para poner en marcha los programas sociales y ambientales.

MAPA DE CATEGORÍAS Y SUB CATEGORÍAS

Categoría

Sub categoría

**Transparencia, valores
y prácticas anti-
corrupción**

- Compromisos éticos y prácticas anti-corrupción
- Relación transparente con los públicos de interés
- Gobernabilidad corporativa
- Libre acceso a la información y reportes

Colaboradores

- Gerencia participativa y aprendizaje organizacional
- Prácticas de igual de oportunidades y equidad
- Atracción del talento y desarrollo profesional
- Promoción del uso de mano de obra local
- Remuneración y jornada laboral
- Asociaciones laborales
- Manejo de despidos
- Salud y seguridad ocupacional
- Prácticas disciplinarias
- Trabajo infantil

Consumidores

- Prácticas de mercadeo y publicidad
- Seguridad y calidad de los productos y servicios
- Atención al cliente y garantías

Categoría

Sub categoría

Proveedores

- Criterios de selección de proveedores
- Apoyo al desarrollo sostenible de sus proveedores

Comunidad

- Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales.
- Implementación de proyectos sociales
- Trabajo voluntario promovido por la empresa
- Patrimonio socio-cultural

Medio ambiente

- Compromiso con el medio ambiente
- Educación ambiental
- Impacto ambiental de la actividad productiva
- Impacto ambiental del producto terminado
- Desarrollo de tecnologías ambientalmente amigables

Categoría

Sub categoría

Fortalecimiento de instituciones públicas

- Tributación y respeto por la soberanía nacional
- Participación en proyectos con el gobierno
- Transparencia en el rol político de la organización

Sostenibilidad económica

- Planeamiento estratégico
- Desempeño económico y financiero
- Desarrollo, transferencia y difusión de ciencia y tecnología
- Gerencia de crisis y riesgo y vulnerabilidad frente a desastres
- Política de reinversión de utilidades

Manual de Indicadores

El Manual de Indicadores de RSE es una herramienta de autodiagnóstico dirigida a revisar la gestión de la empresa en cada una de las áreas que comprende la conducta socialmente responsable. Basado en los resultados de esta evaluación se pretende motivar a las empresas para que tomen medidas para incorporar prácticas de RSE dentro de su planificación estratégica y diseñen mecanismos para monitorear su desempeño.

Instrucciones para completar el manual de indicadores

Los indicadores se diseñan a nivel de sub-categoría. Así por ejemplo para la sub-categoría “Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales”, que forma parte de la categoría Comunidad, existen dos tipos de indicadores:

Los indicadores Tipo 1, están diseñados para que la empresa evalúe su desempeño a lo largo del tiempo y como método de registro de información necesaria para la toma de decisiones. Los indicadores Tipo 2 le permitirán a la empresa ubicarse en uno de los cuatro niveles o estadios de la RSE y obtener su posición relativa con respecto al óptimo.

Categoría: Comunidad

Sub-categoría: Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales

INDICADORES TIPO 1

Basados en respuestas a preguntas cerradas

¿La empresa lleva a cabo programas o proyectos sociales en forma individual o a través de alianzas ?

SI NO

¿La empresa tiene mecanismos para estimular a sus empleados y socios a participar voluntariamente en donaciones?

SI NO

Basados en datos históricos

Monto anual de la inversión social expresado como porcentaje de las ventas de la compañía.

Año 1 Año 2 Año 3

INDICADORES TIPO 2

No realiza donaciones ni participa en proyectos sociales.	Realiza donaciones y participa en proyectos sociales de modo ocasional.	Cuenta con un programa de acción social formal y recursos asignados que le permiten llevar a cabo proyectos sociales en forma permanente.	En adición a lo anterior, mantiene alianzas con otras organizaciones a fin de maximizar su impacto social.
Marque el cuadrante con la descripción que más se ajusta a la realidad de la empresa			

Transparencia, valores y prácticas anti-corrupción

Compromisos éticos y prácticas anti-corrupción

Los principios y valores de una compañía son el soporte base para el cumplimiento de su visión y misión. Éstos guían su accionar y hacen explícita la posición ética y social de la empresa con todos aquellos con quienes mantiene relaciones. La comunicación y más importante aún la asimilación de estos principios y valores como un código de conducta vivo que guíe el actuar diario de todos los colaboradores de una empresa, resultan de relevancia crítica.

¿Tiene un código de ética que rige la conducta y proceder de la compañía?	SI	NO	
¿El código de ética, se realizó a través de un proceso participativo? Indique que grupos de la empresa estuvieron representados:	SI	NO	
¿El código de ética, principios o valores de la compañía explícitamente hace compromisos con la transparencia, así como con la precisión y confiabilidad de la información proporcionada a todos los públicos de interés?	SI	NO	
¿La Junta Directiva y alta gerencia están comprometidas en lograr que su código de ética, principios o valores encajen en la cultura y procesos organizacionales de la compañía?	SI	NO	
¿Tiene la compañía comités o juntas para la administración o gerencia de temas éticos?	SI	NO	
¿Existen mecanismos para monitorear el cumplimiento del código de ética y medidas disciplinarias internas claramente establecidas para sancionar a los transgresores?	SI	NO	
Número de transgresiones al código de ética	Año 1	Año 2	Año 3
¿El código de ética, principios o valores de la compañía explícitamente prohíbe actos de corrupción como soborno o lavado de dinero?	SI	NO	
¿Existen procedimientos de denuncia a actos de corrupción?	SI	NO	
¿Tiene programas educativos que concienticen sobre los efectos de la corrupción y sobre las formas de combatirla?	SI	NO	
¿Participa en iniciativas que busquen disminuir la corrupción a nivel nacional?	SI	NO	
Número de sentencias judiciales condenatorias por actos de corrupción registradas por la empresa.	Año 1	Año 2	Año 3

No tiene una política de incorporación de valores, ni cuenta con un código ético formal.	Tiene un código ético formal, que aplica igualmente a todos los niveles de la organización, sin embargo éste no es ampliamente conocido por sus colaboradores.	Tiene un código ético formal, ampliamente difundido y asimilado por sus empleados y colaboradores. Pone en práctica procedimientos de control y auditorías regulares con la finalidad de supervisar y garantizar su cumplimiento .	En adición a lo anterior transmite sus principios éticos, valores y prácticas anticorrupción a sus proveedores, clientes y socios.
Marque el cuadrante con la descripción que más se ajusta a la realidad de la empresa			

El fin último del Manual de Indicadores es que el sector privado conduzca sus actividades en forma ética y transparente, que asegure su sostenibilidad económica y se comprometa con la causa ambiental; mientras mejora la calidad de vida de sus empleados, clientes, proveedores y comunidad, a la vez que contribuye al fortalecimiento de las instituciones públicas.