

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
FOCALIZADO EN LOS INDICADORES ETHOS COMO INSTRUMENTO
DE GESTIÓN PARA LA EMPRESA DE GENERACIÓN
ELÉCTRICA S.A. - EGESUR**

TESIS

PRESENTADA POR:

C.P.C.C. GENARO JORGE VÁSQUEZ VÁSQUEZ

Para optar el Grado Académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON
MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TACNA - PERÚ

2015

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

Escuela de Posgrado

MAESTRIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL


**DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL FOCALIZADO EN LOS INDICADORES
ETHOS COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN
PARA LA EMPRESA DE GENERACIÓN
ELÉCTRICA S.A. - EGESUR**

Tesis sustentada y aprobada el 15 de abril del 2015 estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE : 
Dr. Segundo Manuel Alvarado Contreras

SECRETARIO : 
Dr. Pedro Pablo Chambi Condori

MIEMBRO : 
Mgr. Felipe Yony Gómez Cáceres

ASESOR : 
Mgr. Edgard Melquíades Pilco Apaza

DEDICATORIA

A mi Esposa, mis Hijas y mis Nietos,
razones supremas de mi existencia
por quienes lucho todos los días por
ser mejor.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo de investigación y a mi institución donde actualmente laboro.

CONTENIDO

	Pág.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Contenido	v
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Formulación del problema	4
1.1.1 Problema principal	8
1.1.2 Problemas específicos	8

		Pág.
1.2	Justificación	9
1.3	Objetivos	10
1.3.1	Objetivo general	10
1.3.2	Objetivos específicos	10
1.4	Hipótesis	10

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes del estudio	12
2.2	Bases teóricas	18
2.2.1	La responsabilidad social empresarial	18
2.2.1.1	Concepto de la responsabilidad social empresarial	19
2.2.1.2	Otros conceptos de la responsabilidad social empresarial	20
2.2.1.3	Elementos de la responsabilidad social empresarial	22
2.2.1.4	Principios de la RSE	22
2.2.1.5	Sistemas de gestión de la responsabilidad social empresarial	24
2.2.1.6	Instrumentos y normas para evaluar y medir la RSE	27
2.2.1.7	La responsabilidad social en América Latina	38

	Pág.	
2.2.1.8	La responsabilidad social en el Perú	59
2.2.1.9	De los modelos RSE	61
2.2.1.9.1	La Comisión de las Comunidades Europeas	62
2.2.1.9.2	Modelo de Windsor: Los tres enfoques	68
2.2.1.9.3	Modelo del Boston College	72
2.2.1.9.4	Modelo de la ciudadanía corporativa	74
2.2.1.9.5	Modelo de indicadores ETHOS	79
2.2.1.9.5.1	Contenido de los indicadores ETHOS	83
2.2.1.9.5.2	Características y beneficios de los indicadores ETHOS	89
2.2.1.9.5.3	Los indicadores ETHOS en el Perú 2021	90
2.2.2	Plan de acción de RSE	90
2.3	Definición de términos	93
2.3.1	Desarrollo sostenible	93
2.3.2	Grupos de interés	94
2.3.3	Ecoeficiencia	94
2.3.4	Gobierno corporativo	94
2.3.5	Voluntariado corporativo	96
2.3.6	Filantropía	97

		Pág.
2.3.7	Línea de triple resultado	98
2.3.8	SA-8000	99
2.3.9	World Business Council for Sustainable Development - WBCSD	100
2.3.10	Greenwashing	101
2.3.11	Normas ISO 26000	102
2.3.12	Consejo para la administración forestal	102
2.3.13	Accountability	103
2.3.14	AA1000	103

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1	Caracterización de la investigación	104
3.1.1	Diseño de la investigación	104
3.1.2	Tipo de estudio	104
3.1.3	Nivel de investigación	105
3.2	Población y muestra	105
3.2.1	Población	105
3.2.2	Muestra	106
3.3	Variable	107

3.3.1	Operacionalización de variables	107
		Pág.
3.4	Técnicas e instrumentos para recolección de datos	107
3.4.1	Técnicas	108
3.4.2	Instrumentos	108
3.5	Procesamiento y análisis de datos	109

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1	Percepción de los empleados de EGESUR	110
4.2	Análisis del estado actual de la gestión de la RSE de EGESUR	113

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1	Evaluación de la gestión de la RSE de Egesur según los indicadores ETHOS	114
5.2	Propuesta de un plan de RSE para Egesur según los indicadores ETHOS	119

CONCLUSIONES	125
--------------	-----

RECOMENDACIONES	126
-----------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127
----------------------------	-----

	Pág.
ANEXOS	140
Anexo 01: Matrices para el plan de RSE	141
Anexo 02: Entrevista dirigida al personal de EGESUR Tacna	142
Anexo 03: Cuestionario: Los indicadores ETHOS – PERÚ 2021	143

ÍNDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1.	Empleados de Egesur	106
Tabla 2.	Muestra de la investigación	106
Tabla 3.	Caracterización de la variable de estudio	107
Tabla 4.	Percepción de los empleados de Egesur con respecto al enfoque de la gestión RSE en su institución	110
Tabla 5.	Percepción de los empleadores de Egesur con respecto a que realizan actividades que contribuyen en la gestión de RSE	112
Tabla 6.	Resumen del estado actual de Egesur, según los indicadores ETHOS por etapas	114

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Elementos de RSE	22
Figura 2. Pacto global	42
Figura 3. Etapas de la ciudadanía corporativa	77
Figura 4. Percepción de los empleados de Egesur con respecto al enfoque de la gestión RSE en su institución	111
Figura 5. Percepción de los empleados de Egesur con respecto a que realizan actividades que contribuyen en la gestión de RSE	112
Figura 6. Resumen del estado actual de Egesur según los indicadores ETHOS por etapas	115
Figura 7. Indicador proveedores de Egesur según los indicadores ETHOS	116
Figura 8. Indicador público interno de Egesur según los indicadores ETHOS	117
Figura 9. Indicador medio ambiente de Egesur según los indicadores ETHOS.	118
Figura 10. Grupos de interés.de Egesur.	123

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación está encaminado a diseñar un plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS como instrumento de gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. Para efectos de desarrollo se partió de la evaluación de la gestión de RSE actual de Egesur mediante los indicadores ETHOS - PERU 2021. De la evaluación se obtuvo un primer resultado a nivel de los indicadores de profundidad; donde el indicador proveedores se encuentra en la etapa 1, lo que quiere decir que aun se encuentra en una etapa básica de acciones por parte de la institución. Seguidamente se tuvo al indicador público interno y al indicador medio ambiente que se encuentran en la etapa 2; siendo esta una etapa intermedia de acciones, en la cual la institución mantiene una postura defensiva sobre los temas. Finalmente, tenemos a los indicadores de valores, transparencia y gobierno corporativo; consumidores y clientes; comunidad y gobierno /sociedad que se encuentran en la etapa 3; lo que representa que están en una etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa.

ABSTRACT

The objective of this research is aimed at designing a CSR plan focused on the ETHOS indicators as a management tool for Electricity Generating Company SA For purposes of development was based on the assessment of current CSR management EGESUR by the ETHOS indicators - PERU 2021. The evaluation first result indicates level of depth was obtained; where suppliers indicator is in stage 1, which means that even is a basic step action by the institution. Then he had to internal public display and indicating means environment that are in stage 2; this being an intermediate stage of action, in which the institution has a defensive stance on issues. Finally, we have indicators of values, transparency and corporate governance; consumers and customers; community and government / society that are in step 3; representing that are in an advanced stage of actions, which already benefits reach beyond compliance to prepare in advance to regulatory pressures that result in changes in the business expectations are recognized.

INTRODUCCIÓN

En estos tiempos uno de los temas que ha cobrado mayor relevancia en el mundo de la administración es la responsabilidad social empresarial (RSE), no solo por su auge, sino también por el debate que ha generado sobre sus alcances e implicaciones y sobre todo por la dificultad para establecer su práctica; este enfoque sobre la forma como se deben administrar las organizaciones, ha ayudado a replantear los esquemas tradicionales de gestión empresarial, propiciando un gran cambio en la forma de hacer negocios, en función de estos planteamientos, se fundamenta la necesidad de las empresas como motores de desarrollo económico, al tiempo que actúan de manera ética y socialmente responsables, sin que los beneficios o utilidades económicas se antepongan sobre los aspectos sociales.

Basados en la concepción de responsabilidad social empresarial como una integración voluntaria, por parte de las empresas u organizaciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con su grupo de interés, se puede señalar que, ser socialmente responsable no significa simplemente

cumplir con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano y las relaciones del entorno donde se desarrollan y tienen actividades las empresas.

Un aspecto importante de la presente investigación es el crecimiento sólido del compromiso de las empresas con la responsabilidad social, el mismo que hace necesario crear un proceso de revisión mediante los indicadores ETHOS.

El objetivo del presente trabajo, es diseñar un plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS como instrumento de gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR”, la cual viene desarrollando actividades para brindar el servicio de generación eléctrica a los pobladores de la ciudad de Tacna.

Por tanto, la investigación se catalogada como aplicada, porque busca fortalecer la gestión de la empresa mediante una estrategia estableciendo un nivel de investigación explorativa y descriptiva bajo un diseño no experimental transversal.

Para mejor comprensión del presente trabajo de investigación, se presenta la información, bajo la siguiente estructura:

Capítulo I: Planteamiento del problema; que comprende la formulación del problema, la justificación, los objetivos y la hipótesis de la investigación. En el Capítulo II: Marco teórico; se presentan los antecedentes del estudio, las bases teóricas que dan sustento a la investigación y la definición de términos. Capítulo III: Marco metodológico; donde se señalan la caracterización o tipo del diseño de la investigación, la población, las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos y el procesamiento y análisis de datos desarrollados en la investigación. Asimismo, el Capítulo IV: Resultados de la investigación y en el Capítulo V: Discusión se proyecta una propuesta de un plan de RSE focalizado en los indicadores ETHOS.

Finalmente, se encuentran las conclusiones y recomendaciones, las cuales están articulados a los objetivos planteados.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Formulación del problema

Actualmente en el mundo, se han venido presentando una serie de cambios no sólo en lo económico, sino también en lo tecnológico y social. La existencia de este mundo moderno ha introducido culturas, sin tomar en cuenta fronteras, un entorno globalizado que exige de las organizaciones mayor disposición al cambio, capacidad de adaptación al mismo, así como también una disposición abierta a la interrelación entre ellos. A pesar de lo dicho, existen empresas que se encuentran en crisis, debido a su falta de capacidad para responder actualmente a los cambios del medio en que operan.

En tal sentido, la responsabilidad social empresarial (RSE) se está colocando a la vanguardia de las estrategias empresariales, reflejando cambios radicales en los lugares de trabajo, representando una nueva realidad competitiva. Se está pasando de una organización responsable,

con el ambiente, la sociedad y la economía. Todo este cambio se ha venido dando gracias a la presión ejercida por la globalización.

Conscientes de este escenario, los organismos internacionales están reaccionando frente al tema de RSE. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en diversos países está realizando campañas para adoptar una metodología, llamada balance social, para que los empresarios puedan medir sus acciones en beneficio de los trabajadores, clientes, proveedores y todo el entorno humano que genera una empresa.

También, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lanzó la iniciativa bajo el nombre de *global compact* (pacto global) permitiendo que las acciones de responsabilidad social se coloquen a la cabeza de las estrategias de una multitud de empresas y gobiernos en el mundo.

Así mismo, ya existe el Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE), que agrupa instituciones como: Corporación Boliviana de RSE (COBORSE), Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Empresarial (CERES), Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) en Paraguay, Unión Nicaragüense para la RSE

(UniRSE), Perú 2021 y el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE); con apoyo del Instituto ETHOS de Empresa y Responsabilidad Social (Brasil), ha elaborado indicadores de medición, evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial bajo un mismo patrón y aplicable a todos los países de América Latina.

Muchas empresas en América Latina, han decidido velar por la implementación de la RSE y en el Perú existe una variedad de iniciativas sobre la RSE en el sector de ONG y a nivel académico. Así mismo, se cuenta con normas, leyes y decretos supremos donde se señala que “...La responsabilidad social se constituye en una conducta exigible a las empresas, de forma ineludible...”.

En estos momentos muchas empresas peruanas están incursionando más en el tema de la responsabilidad social pero están enfocándose solamente hacia la realización de obras en pro de la comunidad en la cual se desarrollan y confunden este tipo de aporte como una suerte de paternalismo. También se tiene otras empresas que abarcan el tema de la responsabilidad social más que nada por el cumplimiento del marco legal

vigente y por tal motivo no realizan obras más allá de lo solicitado en las normativas vigentes.

Por esa razón y no mirando muy lejos en nuestra localidad tenemos a la Empresa de Generación Eléctrica S.A.- EGESUR que es una empresa pública de derecho privado, bajo el ámbito de la Corporación Fonafe (Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado) la misma que se ajusta y cumple con la legislación peruana.

EGESUR comprometida con el cumplimiento de sus objetivos estratégicos de aplicar buenas prácticas de RSE y buscando un constante fortalecimiento de las relaciones con sus grupos de interés; ejecuta cada año planes de relaciones comunitarias con el propósito de ayudar a gestionar las soluciones a problemas sociales que enfrenta el sector para con las comunidades asentadas en sus áreas de influencia, respetando sus creencias, valores e impulsando de manera constante una buena comunicación con la población local y con toda persona interesada; tal como se establece en su plan de RSE aprobado en el año 2013.

El plan de RSE de EGESUR – 2013 carece de carácter incluyente, trascendental obstaculizando establecer un hito que permita medir, evaluar y monitorear a la gestión.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, es posible formular lo siguiente.

1.1.1 Problema principal

¿Es factible diseñar un plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS que permita optimizar la gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR?

1.1.2 Problemas específicos

¿Es posible medir, evaluar y monitorear el plan de responsabilidad social empresarial?

- ¿De qué manera los indicadores ETHOS sirven para optimizar la gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR?

1.2 Justificación

La investigación se justifica desde el punto de vista organizacional, teniendo en cuenta que la conducción socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marca, y contribuye, en forma cuantitativa, a la rentabilidad empresarial de largo plazo. La responsabilidad Social empresarial, se constituye como una herramienta vanguardista que permite abordar tres grandes grupos de problemas: problemas de identidad y cultura empresarial, problemas de entorno y posicionamiento y problemas de fijación de objetivos y de desarrollo de la actividad corporativa. La identificación de este tipo de problemas dentro de la empresa contribuye a tomar decisiones que redundaran en el mejoramiento empresarial y directamente sobre la definición de políticas que dirijan la empresa a nivel social, económico y medioambiental.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS que permita optimizar la gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR.

1.3.2 Objetivos específicos

- Medir, evaluar y monitorear el plan de responsabilidad social empresarial.
- Determinar la manera que los indicadores ETHOS sirven para optimizar la gestión para la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR.

1.4 Hipótesis

En vista que la investigación tiene un alcance descriptivo y consiste en aportar con una propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR; razón por la cual no fue posible

plantear hipótesis debido a que no se intenta correlacionar o explicar causalidad de variables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

Se han analizado investigaciones relacionadas al tema de investigación que han servido de referencia, patrón comparativo y medio de delimitación de nuestra investigación. Como “estado del arte”, consiste en determinar lo que se ha investigado en referencia a nuestro problema de investigación, en revistas científicas, tesis y libros, para reforzar la identificación de la utilidad y pertinencia de la presente investigación.

Entre las diversas fuentes de información hemos encontrado las siguientes:

Cordero (2010), en el artículo de investigación “Auditoría de un sistema de gestión de la responsabilidad social corporativa”; plantea un concepto de auditoría, y presenta la Norma UNE-EN ISO 19011 y norma ISAE 3000:5, como normas vinculadas tanto a la auditoría y a la RSE. Añade un

concepto de responsabilidad social corporativa. Señala los fundamentos de un sistema de gestión de la responsabilidad social corporativa. Enfoca la problemática de auditar los sistemas de gestión de la responsabilidad social corporativa. Enfoca, finalmente el proceso de auditoría de un sistema de la responsabilidad social corporativa, y plantea el Modelo de lista de comprobación.

Rozas (2009), en el artículo de investigación “La responsabilidad social de las empresas”, presenta un “estado del arte” en el tema general de la responsabilidad social empresarial, en la cual se define la RSE, se plantean los antecedentes de la misma, se fija su relación con la teoría de los grupos (de interés), la descripción de los componentes de la RSE (Pirámide de la RSE), los problemas que la RSE para el enfoque teórico contable, la problemática de la recopilación, gestión y fiabilidad de la información, y la evaluación y medición de la responsabilidad social de las empresas.

En sus conclusiones plantea que existe la “necesidad de establecer un mecanismo para evaluar estas acciones (de Responsabilidad Social Empresarial) con indicadores de desempeño, económicos, ambientales y sociales dentro de los informes financieros).

Se ha podido constatar a través de una búsqueda en las bibliotecas especializadas que existen tesis que enfocan el tema a investigar. Entre ellas, las más pertinentes a nuestra investigación son las siguientes:

Martínez (2006), presentaron el trabajo “La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación universidad-entorno social”, en el cual presentan la relación de la responsabilidad social institucional y la gestión universitaria, en especial, en lo referente a la extensión universitaria en la Universidad Zulia, en Venezuela.

En esta investigación Martínez (2006), tiene como propósito proponer lineamientos estratégicos que articulen las funciones universitarias, como lo son la docencia, investigación y extensión, con miras a fortalecer la vinculación universidad entorno social bajo el enfoque de responsabilidad social universitaria. Se trabajó con una muestra representada por el Consejo Central de Extensión de la Universidad del Zulia y sus distintas divisiones de extensión de las diferentes facultades. Entre los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento a los directores de las divisiones de extensión de cada facultad, se evidencio que la mayor práctica de responsabilidad social está referida a la transferencia de tecnología, a través de asesorías a las comunidades en diversos ámbitos.

Asimismo, se constata una débil participación gremial en estas actividades. Como conclusión del estudio, señalan los autores, se evidencia poca cultura de extensión universitaria relacionada fundamentalmente, con el desequilibrado funcionamiento de las actividades académicas, es decir, desarticulación entre las funciones universitarias. Siendo así, la presente propuesta busca promover el incentivo en la comunidad universitaria para la implementación de estos lineamientos, que sirvan como base para la elaboración de planes de desarrollo con una cultura extensionista por parte de la comunidad universitaria en general.

Se debe considerar que, generalmente, los libros reflejan con mayor lapso de retraso las innovaciones en las disciplinas científicas. Entre las diversas fuentes de información de libros hemos encontrado entre los más importantes los siguientes:

Schwalb y Malca (2006), en el libro “Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible”, brindan un importantísimo aporte teórico relaciona los conceptos de la Responsabilidad social empresarial y el de desarrollo sostenible de las Empresas. Inicia con el concepto de desarrollo sostenible, y lo vincula a

las normas y prácticas relacionadas en el ámbito global, como normas de acceso a los mercados; las estrategias competitivas según el modelo de Porter, el Marketing ecológico, las tecnologías limpias y finanzas ambientales.

En su segunda parte, dedicado a la responsabilidad social empresarial, los autores analizan los principales conceptos en relación a la RSE. Haciendo un análisis histórico del origen y evolución de la RSE. Analiza el concepto de inversiones socialmente responsables, enfoca el tema de la medición de la RSE; y Las alianzas estratégicas y sus ventajas .además de plantear el concepto de marketing social como estrategia competitiva. El libro remata con dos casos de estudio: Asociación los Andes de Cajamarca, y el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Schwalb y García (2004), en el libro “Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial”, escrito por el mismo equipo de la Universidad del Pacífico que ha preparado el libro texto sobre Responsabilidad Social Empresarial, nos presenta varios casos de RSE realizados por empresas peruanas, presentando cinco casos, de los cuales se hace la respectiva evaluación de los desempeños y logros. Las empresas citadas son RPP con el proyecto nuestra tierra, la minera BHP

Billiton Tintaya, la Empresa J & V Resguardo SAC con su programa Oportunidad para Todos, la Municipalidad de Jesús María y la minera Yanacocha con su programa Enlace PYME. Este libro es parte de una serie anual de libros sobre el mismo respecto editado por la Universidad del Pacífico, nos da una idea amplia de la aplicabilidad del concepto de RSE a diversas situaciones empresariales en nuestro país, siendo un patrón comparativo muy importante.

Alcoberro (2007), en el libro “Ética, Economía y Empresa”, aunque tiene un marco mayor al de nuestro estudio, colabora a poner en contexto los conceptos de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo.

Este libro es fruto de la actividad del Grupo de Ética y Empresa del Instituto de Tecnoética, Fundación EPSON, en las relaciones de la ética y la empresa, y la conciencia de la responsabilidad social que se exige en la actualidad a la empresa.

La primera parte la dedica a los clásicos de la ética y la economía, la segunda parte versa sobre herramientas para una ética de la economía y de la empresa. En la segunda parte destacan dos aportes fundamentales: el artículo “La RSE: Porque, como y hacia dónde”, de David Murillo, que

plantea el contexto y las definiciones más cruciales de la RSE, y el artículo “Medición de la responsabilidad social de la empresa”, en la cual se pone sobre el tapete el concepto de medición y evaluación de la RSE. A todo lo cual nos referiremos en el avance de la investigación.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 La responsabilidad social empresarial (RSE)

La responsabilidad social empresarial, que podemos enfocar en nuestro caso como responsabilidad social institucional, es un concepto que gana tremenda presencia en el contexto de la globalización y la crisis financiera internacional, con su secuela de crisis y escándalos corporativos, que han puesto en predicamento la legitimidad social de las empresas, en especial aquellas que no enfocan el entorno social y ambiental de su actividad económica.

La RSE ha dejado de ser una norma ética, filosófica y teórica, para convertirse en norma de mercado y con la tendencia de ser norma legal, siendo impulsada en este sentido por la Comisión Europea, el gobierno de los Estados Unidos de América, y alentada por las Naciones Unidas.

Presentamos a continuación los conceptos más aceptados de RSE, los principios de la RSE tal y como la enuncia las Naciones Unidas.

2.2.1.1 Concepto de la responsabilidad social empresarial

Según la Comisión Europea (2002 y 2006) la RSC (Responsabilidad Social Corporativa, también llamada Responsabilidad Social Empresarial - RSE), “Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores”.

“Bajo este concepto de administración, añade la Comisión Europea (loc. cit.), se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. La importancia que en la actualidad los diferentes participantes de la sociedad y negocios otorgan a la RSC ha determinado que ésta sea una actividad estratégica en la competencia comercial. La responsabilidad social corporativa es el origen de las diferentes acciones que se realizan para alcanzar un fin, la sostenibilidad”.

2.2.1.2 Otros conceptos de la responsabilidad social empresarial

Existen varias definiciones propuestas sobre RSE y que han tenido distintos grados de aceptación en la comunidad académica y empresarial.

A continuación se presentan, las más reconocidas:

- La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida” (*World Business Council for Sustainable Development - WBCSD*, Suiza).
- La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente (*Prince of Wales Business Leadership Fórum (PWBLF)*, Inglaterra).
- La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa (*Business for Social Responsibility (BSR)*, Estados Unidos).
- La responsabilidad social empresarial es hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. La empresa (no el empresario)

tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera. La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basados en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto se generará:

- ✓ **Mayor productividad:** A través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación;
- ✓ **Lealtad del cliente:** Satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras; y
- ✓ **Acceso a mercados:** Por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores.
- ✓ **Credibilidad:** La empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse y generando confianza (Instituto CENTRARSE de Guatemala).

2.2.1.3 Elementos de la responsabilidad social empresarial

Las empresas e instituciones y el gobierno deben partir de unos principios básicos de RSE para lograr sus objetivos, considerando las necesidades de los grupos de interés.

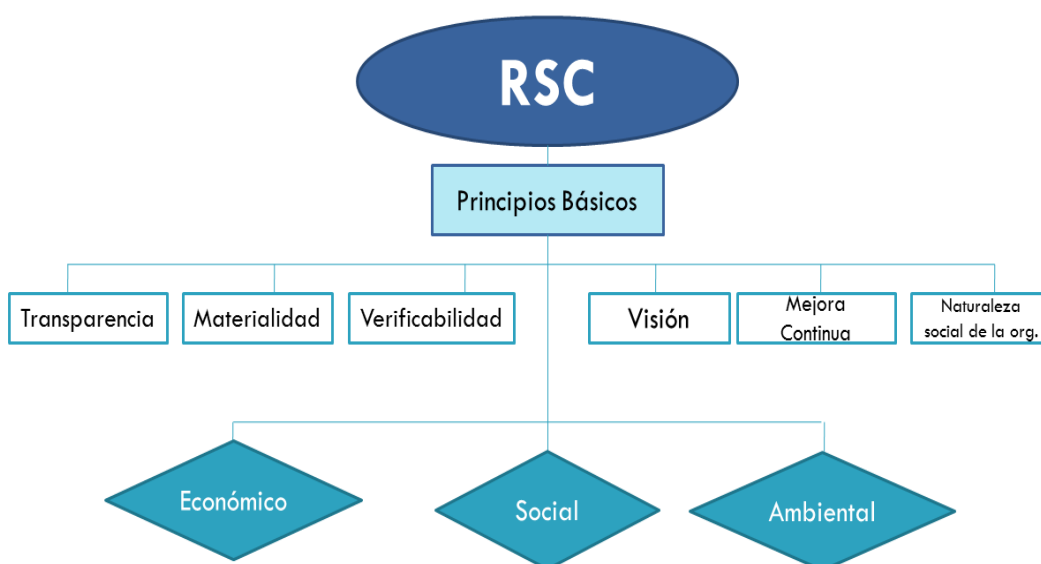


Figura 1. Elementos de RSE

Fuente: Programa Formación de Formadores de RSE, Red Iberoamericana de Universidades por la RSE

2.2.1.4 Principios de la responsabilidad social empresarial

Los 10 Principios del *Global Compact* de la Organización de las Naciones Unidas, son los siguientes:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos fundamentales.
2. Asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

3. Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Fomentar el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
9. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con la Naturaleza.
10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

2.2.1.5 Sistemas de gestión de la de la responsabilidad social empresarial

La incorporación de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones señala Cordero (2010), que ha propiciado la aparición de metodología para evaluar el desempeño de las organizaciones. En 2009,

AENOR publicó la guía RS10 Sistema de gestión de la responsabilidad social que establece los requisitos para definir, implantar, mantener y mejorar un sistema de gestión de la responsabilidad social en las organizaciones. Es decir que para la implantación de la RSE en la empresa se requiere de todo un sistema de gestión.

La implantación de un sistema de gestión de la responsabilidad social corporativa, agrega Cordero (2010), es fundamental para el adecuado control y desarrollo de la responsabilidad social en una organización. Para garantizar la conformidad del mismo deben realizarse auditorías que permitirán el seguimiento y la mejora continua del sistema verificado.

Según Cordero (2010), citando el modelo de la *European Foundation for Quality Management* (EFQM); un sistema de gestión es “el esquema general de procesos y procedimientos que se emplea para garantizar que la organización realiza las actividades necesarias para alcanzar sus objetivos”.

Cordero añade que un sistema de gestión es una estructura constituida por varios elementos que permiten (si se diseñan, implantan y desarrollan adecuadamente en la organización) asegurar que un campo de acción

concreto de la misma obtendrá los mejores resultados y será teóricamente cada vez más eficiente. Actualmente, existe compatibilidad entre las normas que establecen sistemas de gestión certificables (ISO9001:2008, ISO14001:2004, OHSAS18001:2007, SA8000: 2001 y la guía RS10:2009).

Bajo este enfoque, Cordero (2010) establece la existencia de una auditoría de los sistemas de gestión de la responsabilidad social empresarial, según la norma RS 10 2009, entre otras.

Elementos de los sistemas de gestión de la responsabilidad empresarial corporativa.

Son 7 los elementos de los SGRSC, según Cordero los más relevantes y comunes de los sistemas de gestión de la responsabilidad social corporativa:

1. Implicación de los grupos de interés: La reputación e imagen de una empresa depende fundamentalmente de crear relaciones de confianza con los grupos de interés. Las empresas que fomenten su capacidad para escuchar, podrán obtener mucha información

importante que les ayudará a responder de manera rápida y adecuada a las expectativas de éstos.

- 2. Declaraciones corporativas y política de RSC:** Es importante la integración de la RSC en la estrategia empresarial. La política de RSC es el mecanismo inicial que la alta dirección pone en marcha para orientar o re-orientar a la organización hacia una gestión ética y socialmente responsable (define objetivos y prioridades en este ámbito además de marcar las líneas básicas de actuación para alcanzarlos).
- 3. Cuadro de mando de la RSC:** Es la herramienta de gestión que integra los diferentes frentes de la sostenibilidad en un solo documento y sirve para medir los avances logrados.
- 4. Código de conducta empresarial:** Se dirige a regular los comportamientos y acciones de los empleados de la organización conforme con los valores y la cultura organizativa.
- 5. Estructura organizativa:** Las iniciativas que se adopten en la organización se deben extender a todos los niveles y ámbitos de la gestión, y no deben quedar reducidos a actividades esporádicas y subordinadas de un departamento. Este es el objetivo que se busca alcanzar con la implantación de un sistema de gestión de la responsabilidad social corporativa.

6. Análisis, mejora continua y aprendizaje: De los resultados e informes internos y externos, la alta dirección debe analizar periódicamente el grado de implantación de los diferentes elementos del sistema de gestión de la RSC y proponer los ajustes necesarios al sistema, a los proyectos RSC y a los procesos o actividades implicadas.

7. Informes de responsabilidad corporativa: Estos informes obligan a las empresas a hacer público sus iniciativas y sus resultados en responsabilidad

2.2.1.6 Instrumentos y normas para evaluar y medir la responsabilidad social empresarial

Dentro de los instrumentos creados para evaluar y certificar a empresas y proveedores, específicamente, su desempeño ético y la responsabilidad social resaltan, entre otros: El *Accountability 1000 (AA 1000)*, difundido en 1999 por el *Institute of Social and Ethical Accountability*, con el objeto de mejorar la contabilidad social y ética de las empresas (Foro Ecuménico, 2003). La mencionada norma *Social Accountability 8000 (SA 8000)*, a cuyas certificaciones basadas en los modelos ISO, agregaron nuevos elementos sobre auditoría social. La *Global Reporting Initiative*, que diseñó, en el año 2002, una guía para la elaboración de memorias de

sostenibilidad y transparencia informativa en materia de responsabilidad social corporativa; dentro de sus estándares destacan la elaboración de informes de sostenibilidad, política de recursos humanos, la interacción de la empresa con la comunidad, alianzas público-privadas para el tratamiento de problemas sociales como los de exclusión, e inversiones socialmente responsables (Brito, 2007).

En las investigaciones desarrolladas alrededor del tema de RSE es importante tener en cuenta dos aspectos o componentes, por un lado el concepto, sus transformaciones, sus relaciones con el contexto organizacional y, sus implicaciones en la problemática social (Crespo, 2010). En este sentido, la empresa, el gobierno y la sociedad se han ido interrelacionando, de tal forma que han ido cambiando sus papeles originales hacia actuaciones en las que las decisiones de los distintos participantes no son independientes sino que suelen estar influenciadas, o incluso impuestas, por otros grupos sociales (Correa, 2007). Habitualmente se ha pensado que el mundo de la empresa era independiente de la esfera moral y que las reglas económicas eran diferentes a las morales. Sin embargo, los grupos de interés de la organización han roto con esta disociación y exigen que la empresa haga

compatible los beneficios económicos con una conducta apoyada en valores éticos sólidos (Rendueles & Dreher, 2007).

La empresa y los interesados deben reunir las preocupaciones sociales, medio-ambientales, éticas, de derechos humanos y de los consumidores en su quehacer empresarial con el objetivo de maximizar la creación de valor compartido entre estos grupos de interés y prevenir e identificar las consecuencias adversas de sus actividades (León et al., 2012).

En Latinoamérica y el Caribe, la inversión social de la empresa, en numerosas ocasiones, sustituye el papel que por naturaleza pertenece a los gobiernos. “El predominio de la pobreza en América Latina ha llevado a las empresas a través de la inversión social privada, a reemplazar lo que los estados no pueden hacer. Es precisamente la pobreza, uno de los factores impulsores de RSE en la región” (Langlois, 2010).

Cabe resaltar entonces, que las grandes empresas que han consolidado a la responsabilidad social empresarial en sus ambientes internos incentivan la formación de grupos de interés en relación con ese tema dentro de su cadena de suministros, para que la actuación en conjunto pueda establecer una asociación capaz de expandir las prácticas de

responsabilidad social, de manera que afecte los resultados de los negocios y promueva la sustentabilidad (Zadek et al., 2002).

Por otra parte, la vinculación entre RSE e innovación, implica comprender la naturaleza de la orientación socialmente responsable y cómo se aplica en este contexto el accionar innovador. En este sentido, se presenta un breve recorrido teórico sobre RSE e iniciativas que orientan hacia la innovación como acción socialmente responsable (León et al., 2012).

Las prácticas implementadas por las empresas corren el riesgo de distanciarse del propósito central de la responsabilidad social empresarial y de no ser capaces de producir resultados que beneficien tanto a las empresas como a la sociedad. Además, las empresas son vulnerables ante un discurso sin fundamento que puede perjudicar su reputación, en la medida en que la sociedad se vuelve más crítica por la facilidad en el acceso a las informaciones (Dario, 2012), así la RSE puede formarse en iniciativas de paz y desarrollo, por tanto, su desarrollo puede trascender los aportes de dinero a instituciones de beneficencia. Realizar la práctica de la RSE en las organizaciones, significa cooperar en la disminución de la violencia directa o estructural que sacude las regiones de Colombia y a las condiciones nefastas de pobreza (Molina, 2008).

El argumento de la RSE propone que una empresa que quiera ser competitiva o exitosa en el futuro, no sólo puede pensar en conseguir beneficios, sino que además tendrá que hacer compatible su labor productiva con una política que actúe en beneficio del entorno en el que desarrolla su actividad, basándose en principios como el respeto a los derechos humanos, la mejora de las relaciones con la sociedad que le rodea y el respeto al medio ambiente (Saavedra, 2011); ésta en las empresas puede ser abordada utilizando diferentes métodos de investigación. El estudio de casos es uno de los que proporciona información cualitativa facilitando, por lo tanto, una mayor comprensión de los procesos de toma de decisiones e implementación en las RSE se basa en la utilización de información derivada de las memorias o de los informes públicos que emiten las empresas. Pero existe un problema importante en este enfoque, el cual se asume que la transparencia de las empresas es lo suficientemente alta como para asegurar que la información pública no sea exagerada (Dopico et al., 2012).

Los diferentes agentes de la sociedad (sector público, sector privado y sociedad civil) actuaban en espacios diferentes y con responsabilidades diferentes, en la actualidad estos agentes están interactuando entre sí constantemente con una estrecha relación, con el fin de construir entre

estos agentes, una sociedad compartida con una óptica desde la responsabilidad compartida (Vidal, 2005).

Hoy día, el modelo de desarrollo económico se muestra insostenible y perjudicial con el entorno, entendiendo que el entorno no sólo simboliza la dimensión medioambiental. También hay que tener en cuenta a las personas que están inmersas en éste y por ende a las comunidades, es decir la dimensión social. Por ello, consideramos que la inclusión de los valores de la RSE en la cultura de cada uno de nosotros como individuos, como familia, como sociedad, como parte de cualquier tipo de entidad y como parte del entorno es importante (Pradini, 2007), de tal suerte que si una organización requiere gestionar su responsabilidad debe tener presente que tal ésta se define a partir del diálogo con todos sus grupos de interés, considerando averiguar en tal diálogo qué intereses y valores son comunes a todos ellos y por tanto universales; intereses y valores propios de cada grupo o de alianzas grupales (González, 2007). En esta misma línea, Cardozo (2003), argumenta que “los grupos humanos favorecidos en materia de RSE pueden ser, entonces, tanto internos (trabajadores, gerentes, accionistas) como externos a la misma (clientes, consumidores, proveedores, financiadores, gobiernos, comunidades)”.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un área de estudio de la cual se han derivado diferentes enfoques desde el año 1880 hasta nuestros días. Entre 1880 y 1920, la RSE inducida; durante la década de 1930, la RSE enmarcada; entre los años 1960 y 1980, la RSE obligatoria y, luego de los años 1980, la RSE voluntaria, tal como lo reconoce (Pasquero, 2000) citado por (Vásquez & Gonzales, 2009).

Tomando en cuenta su grado de desarrollo y de aplicación al estudio de la RSE, algunas de estas teorías pueden ser consideradas clásicas o tradicionales (por ejemplo, las teorías de la agencia o de la firma), otras en pleno desarrollo (como la teoría de los Stakeholders o grupos de interés), y otras emergentes, por ejemplo, “la perspectiva de la ciudadanía corporativa. Cada una de estas teorías presenta una serie de fortalezas y debilidades que le permiten explicar mejor algunos aspectos específicos de la propia RSE” (Alvarado et al., 2011).

En materia de responsabilidad social las áreas de acción más comunes son: la protección del medio ambiente, educación, deporte y cultura, estas decisiones de acción social deben encaminarse primordialmente en beneficiar a los trabajadores de la empresa, ya que estos como principales partes interesadas o públicos de la organización se destacan

por su relevancia en la estrategia empresarial; seguidos de accionistas, clientes, comunidades, entre otros grupos de interés que la empresa especifique, apoyada en el vínculo o correlación e impacto recíproco (Chirinos et al., 2012). Las organizaciones están aumentando su capacidad de acción y junto a ella su responsabilidad social, entendiendo por ésta la necesidad de responder de sus acciones ante la sociedad.

Por tanto deberán entenderse varios enfoques:

- Liberal: La RSE de un negocio es aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden.
- Papel social: La RSE no es exclusiva de las empresas, sino de todas las Instituciones de la Sociedad aunque el papel de la empresa en el tema es vital en su legitimación.
- Ética: La RSE debe asumirse desde un enfoque integral, que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico logrando la legitimidad o validez que requiere la empresa como institución social.
- Actual: La integración voluntaria por parte de las empresas de las percepciones sociales y medioambientales en sus operaciones

comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Actualmente, las prácticas empresariales socialmente responsables han adquirido una gran importancia para cubrir los vacíos del Estado y las imperfecciones del libre mercado. Numerosas organizaciones o empresas comenzaron a contar con variadas y buenas experiencias en el campo de la RSE, al asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, elevando los niveles de desarrollo social, protección del medio ambiente y respeto por los derechos humanos (Vélez, 2011).

Lo que todas estas definiciones sobre RSE parecen sugerir, es que trata de un concepto complejo y dinámico, que continúa evolucionando, y a veces después de la conformación de cambios en las normas sociales y las expectativas de la sociedad, sugieren que se obligue a las empresas a apropiarse y desempeñar compromisos que se extiendan más allá de sus funciones con fines de lucro, con el fin de optimizar algunos de los objetivos sociales, tales como el desarrollo económico sostenible, la calidad de vida, y/o el aumento de los estándares nacionales de vida , entre muchos otros (Boulouta & Pitelis, 2013).

En lo que se refiere a principios sobre seguridad ecológica y sobre el medio ambiente, se puede mencionar (CINU, 2000) que en Estocolmo, Suecia, en 1972 se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el entorno humano, considerada como una de los primeros encuentros gubernamentales para tratar asuntos ambientales, donde se manifestaron preocupaciones por el deterioro natural y desde entonces, han surgido diferentes grupos de interés, con importantes aportaciones al desarrollo sostenible.

La ONU creó la Comisión Brundtland en 1983, Chávez & Middleton, (1998), donde propusieron una definición de desarrollo sostenible. Del 3 al 14 de junio de 1992 en Río de Janeiro se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), (Boletín ONU, 2005). El 11 de diciembre de 1997, después de dos años de negociaciones, se adoptó el protocolo de Kyoto, donde pusieron en marcha estrategias nacionales para abordar el problema de las emisiones de gases efecto invernadero (UNFCC, 2006). El 31 de enero de 1999 ante el Foro Económico, el Secretario General de las Naciones Unidas propone por primera vez el Pacto Mundial, siendo operacionalizado en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York el 26 de Julio de 2000. El Pacto Mundial es una iniciativa internacional que promueve la

colaboración de dirigentes empresariales, organismos laborales, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil en la construcción de principios ambientales y sociales (Global Compact, 2006). En el año 2001 en Bruselas, La Comisión de las Comunidades Europeas, presenta el Libro Verde (C.C.E., 2001) cuyo título al calce dice: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Considerando para su creación el que mayor número de empresas europeas fomentan estrategias de responsabilidad social, como respuesta a presiones económicas, sociales y medioambientales. En el año 2002, del 26 de agosto al 4 de septiembre, se realizó la Cumbre de Johannesburgo en Sudáfrica, Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, en la que se retomaron los acuerdos de la Cumbre del Río, proponiendo nuevamente refrendar las alianzas entre gobiernos, sociedad civil y empresas, para mejorar la vida de las personas en todo el mundo (CINU, 2000). En 2005, el Secretario General de las Naciones Unidas, invitó a los más grandes inversionistas del mundo para que desarrollaran los Principios de Inversión Responsable (PRI) de la ONU (PRI, 2006).

Se puede decir que cada vez son más los esfuerzos que se realizan en favor de generar un marco normativo global que permita a las organizaciones actuar con responsabilidad y sobre todo que no sea

privativo de las grandes empresas multinacionales, sino que esa normatividad funcione para todo tipo de empresas.

Por lo señalado anteriormente, existen herramientas diseñadas para la medición, la evaluación y el reporte de la RSE, que podemos clasificar en términos de aceptación, empleo y difusión. Ellas tienen relación con los conceptos de balance social, los códigos de conducta, los sistemas de gestión ambiental, las memorias de sostenibilidad, las etiquetas sociales, las normas SA 8000 y AA 1000, y las normas ISO 9000 y 14000.

2.2.1.7 La responsabilidad social en América Latina

La RSE, que fue concebida y desarrollada en el contexto de los países industrializados, poco a poco va cobrando relevancia en América Latina ante la necesidad que tienen las empresas transnacionales de ganar legitimación y contar con reconocimiento social en el continente (Pulido & Ramiro, 2010).

En Latinoamérica este proceso de transformación empresarial ha sido difícil y traumático, algunas organizaciones se han adaptado más fácilmente a otras maneras de hacer las cosas y muchas, que se quedaron haciendo las cosas como siempre, se han ido extinguiendo

hasta desaparecer. El punto neural aquí es comprender que las empresas no están constituidas por paredes, equipos o maquinaria, están constituidas principalmente por personas, quienes también han sufrido cambios, crisis y transformaciones, pero que casi siempre pasan desapercibidas por no ser la preocupación principal de los encargados de la rentabilidad (Castaño, 2011).

A partir del planteamiento de Correa et al. (2004) quienes expresan que existe por lo menos dos organizaciones que desarrollan el tema de RSE con cubrimiento regional: la red Empresa y la red regional del Consejo empresarial mundial para el desarrollo sostenible: *World Business Council for Sustainable Development* (WBSCD).

Además, es preciso saber que la idea de la RSE en América Latina se inició a finales de la década de los 90 cuando se crearon organizaciones empresariales con el propósito de difundir y fomentar la RSE en el interior de las organizaciones, entre las cuales se destacan el Instituto ETHOS de Brasil que se creó 1998; Acción Empresarial de Chile en 1999; Perú 2021 en 1994; y FUNDEMÁS en el Salvador en el 2000. En México se creó en 1988 el Centro Mexicano para filantropía (CEMEFI), pero su incorporación del tema de la RSE es de fecha similar a la de los otros países. De igual

manera existen organizaciones similares en Argentina, Panamá y Colombia. En este último, la Fundación Corona está trabajando fuertemente en esta línea. Es entonces, cuando en esta década, el tema gana mayor importancia, ya que el mercado se vuelve más competido, la organización debe seducir a la clientela con organizaciones. Otro de los métodos de investigación más utilizados en materia de “argumentos” atractivos, siendo el comportamiento responsable de la empresa tal vez el argumento más importante.

En este contexto, “se está creando en América Latina una nutrida red de organizaciones no gubernamentales, dedicadas a la difusión y trabajo conjunto con las empresas en el tema de la RSE, especialmente en inversiones hacia la comunidad y la acción social. Los países que están a la vanguardia en este trabajo, son Brasil y México, sin desestimar lo que están haciendo al respecto, Chile, Colombia, Venezuela, Uruguay, Argentina, Ecuador y Perú, así como la red Centro Americana, especialmente Guatemala y El Salvador” (Rodríguez, 2010).

También, durante la segunda parte del siglo XX, se gesta la sensibilidad por el estudio de la moral y del actuar humano, por la evolución de los públicos y por la incesante preocupación social sobre una ética en los

negocios. Han existido también otras influencias que han determinado una evolución de la RSE entre estas se tienen: La globalización, la liberalización del comercio y sus reformas regulatorias, el continuo desarrollo ambiental sostenible, los códigos de buen gobierno, la rápida degradación del medio ambiente y la marginalización de sectores de la sociedad como resultado del desarrollo, entre otras.

William Jordan representante del *Center for Corporate Citizenship*, un instituto de la Cámara de Comercio de Estados Unidos, dedicado al estudio y fomento de la responsabilidad social y ciudadanía corporativa, quien estuvo en Panamá en el evento de firma de convenio de Amcham con “El pacto global”, un programa de la ONU, que pretende incentivar el compromiso de las organizaciones con los principios de RSE, pronostica que la Responsabilidad Social Empresarial es una idea que ha tomado mucha importancia (ver figura 2).

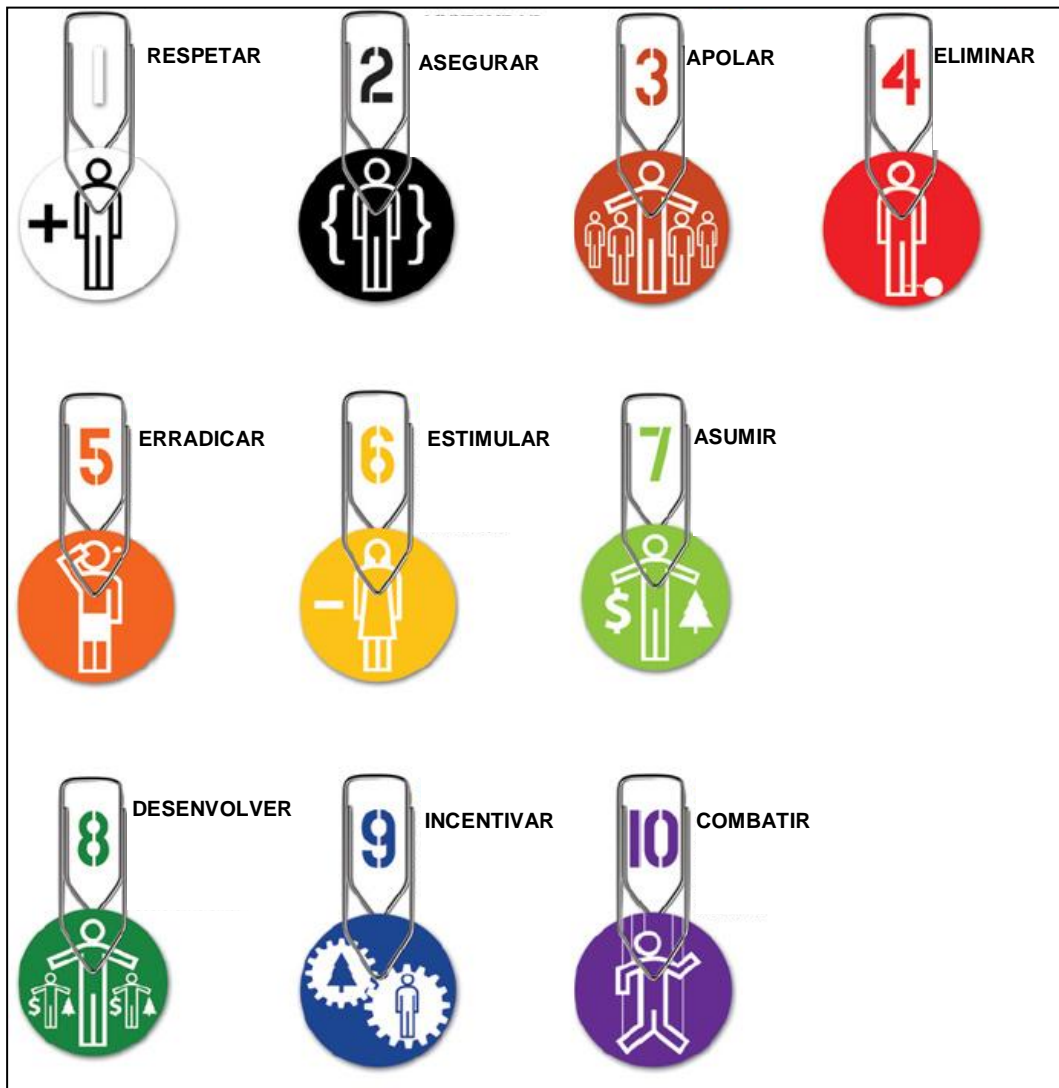


Figura 2. Pacto global

Fuente: RODRIGUEZ, G. (2010). La responsabilidad social empresarial: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional. Revista Desarrollo Gerencial. Colombia.

En América Latina, la mayoría de las organizaciones van a ver sus ventajas y seguirán las mismas estrategias. La noción de que las organizaciones debían comportarse con base en principios de RSE surgió

en los años 80, cuando las organizaciones descubrieron que las relaciones con el entorno, típicamente adversas, no eran convenientes.

Es importante considerar el aporte de Koffi Annan, ex secretario de las Naciones Unidas, hizo un llamado a través del PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), la red mundial de desarrollo establecida por la ONU para proveer las experiencias, los recursos para ayudar a los países a forjar una vida mejor y los conocimientos. Para esto se establecieron tres puntos a desarrollar tales como, derechos humanos, normas laborales y medio ambiente, centrándose este último particularmente en desechos, emisiones y cuidado de los recursos naturales. En cuanto al tema de los derechos humanos se establece un estándar básico para que no se presente la discriminación con ningún empleado, no se coarte la libertad de asociación, no exista esclavitud o régimen de servidumbre y se prohíba por completo el trabajo infantil. Por el lado del manejo responsable de las acciones económicas expresados en los principios corporativos (misión, visión y valores éticos) en un marco de acción voluntario.

De las consideraciones anteriores se puede afirmar que el tema de RSE, se puede entender como la integración voluntaria, por parte de las

empresas, de las preocupaciones sociales, medioambientales y laborales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus stakeholders o grupos de interés.

Los cambios experimentados por la economía mundial en las últimas décadas, y cuya expresión más concreta ha sido la transnacionalización del capital y la apertura de los mercados, tanto comerciales como financieros, ha traído consecuencias nada de favorables para los trabajadores, especialmente en los países latinoamericanos, con economías altamente dependientes de los países desarrollados, con una cada vez menor capacidad de decisión, débiles, inestables y esencialmente productoras de materias primas y productos agrícolas, los cuales han debido experimentar una fuerte disminución de sus estándares laborales: inestabilidad en el empleo, bajos salarios, inseguridad o pérdida de beneficios sociales, tales como previsión y salud, jornadas extenuantes de trabajo, obstáculos objetivos para el ejercicio del legítimo derecho a organizarse y a negociar colectivamente y la explotación del trabajo infantil y adolescente, entre otros. Sin mencionar los daños al medio ambiente y la sobre explotación de los recursos naturales (Baltera et al., 2005). La evaluación medioambiental como método aceptado universal, permite identificar y valorar el desempeño ambiental de la empresa frente

al entorno natural y social, se debe determinar con base en una metodología mundialmente aceptada por la comunidad científica el valor económico de los impactos ambientales negativos (externalidades negativas), ocasionadas por la operación de la empresa en áreas cercanas a poblados (Vásquez & Gonzales, 2009).

Si bien es cierto que el medio ambiente es primordial para la vida humana, las preocupaciones acerca del desequilibrio en la relación hombre-medio ambiente alcanzaron dimensiones internacionales. Es por esto que el concepto de sostenibilidad se ha tratado de avanzar hacia un cambio radical en el modelo adoptado por el hombre para su desarrollo económico, en pro de su supervivencia mejorando un equilibrio entre el medio ambiente y la sociedad (Trujillo & Vélez, 2006).

Dado que las empresas representan una base importante en la economía, estas deben tener bases sólidas en cuestión de RSE como estrategia empresarial y como herramienta de gestión, sin importar el sector al cual pertenezcan; por tanto, la organización juega un papel importante en su desarrollo. Teniendo en cuenta que un sin número de las empresas en Latinoamérica realizan acciones y actividades de RSE aun desconociendo formalmente su concepto en muchos casos (Moreno & Graterol, 2011). La

RSE como instrumento de gobierno, facilita el cumplimiento del encuentro entre los actores dentro y fuera de la empresa; el gobierno se convierte en un mediador simplificado para hacer que los resultados sean adecuados, equitativos y gratificables para todos (Chirinos et al., 2012).

Algunos países latinoamericanos se destacan hoy por sus preocupaciones en el campo social: Colombia, Perú, Ecuador, Brasil, Chile, Argentina, Uruguay, Costa Rica, entre otros. Puesto que la globalización requiere de la competitividad y ésta de una productividad en continuo progreso, demuestran que no es posible obtener la última sin una adhesión de los trabajadores a la empresa, lo que se logra cuando alcanzan a satisfacer sus necesidades de bienestar (Cardozo, 2003). Uno de los efectos de la globalización es generar principios universales en el ámbito internacional que permita una conciliación de intereses entre las empresas y la sociedad que se ve afectada por las actividades que esta realiza. Sin embargo, las empresas carecen de un marco regulatorio que permitiera la gestión de la responsabilidad de la empresa en el entorno global. Por lo que en un principio el término RSE surgió como una tendencia empresarial, para irse transformando en una exigencia para las organizaciones que quieren contribuir al desarrollo sostenible. Siendo necesario que se promueva dentro las empresas las ventajas que ofrece

el adoptar la responsabilidad social empresarial como parte de su sistema de gestión. La dimensión económica pretende considerar además de los accionistas a todos los grupos de interés, lo social indica que hay una necesidad de cumplir con los fines comunes y lo medioambiental busca la preservación del mundo natural para las generaciones futuras (Escobar y González, 2005).

En lo que corresponde a América se puede mencionar que el Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas (EMPRESA) es una red de organizaciones que promueve la RSE tanto en América del Norte como América Latina. Iniciando operaciones en 1997 con 150 empresarios y líderes de diferentes regiones de las Américas, en 2009 se integran 19 organizaciones que representan a sus países, reuniendo cerca de 3000 empresas multinacionales y locales que juntas significan el 20% del Producto Interno Bruto de la región (EMPRESA, 2009):

- Argentina: Fundación del Tucumán.
- Bolivia: Consejo Boliviano de RSE (COBORSE).
- Brasil: Instituto ETHOS.
- Canada: Canadian Business for Social Responsibility.
- Chile: Acción Empresarial (ACCION RSE).

- Colombia: Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE).
- Costa Rica: Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED).
- Ecuador: Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES).
- El Salvador: Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS).
- Estados Unidos: Business for Social Responsibility (BSC).
- Honduras: Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE).
- México: Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).
- Nicaragua: Fundación Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (uniRSE).
- Panamá: Responsabilidad Social Empresarial (INTEGRARSE).
- Paraguay: Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC).
- Perú: PERU 2021.
- Puerto Rico: ConectaRSE.
- Uruguay: Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES).
- Venezuela: Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE).

La Fundación del Tucumán, en Argentina, creada en 1985 como institución sin fines de lucro, se fundamenta en contribuir al desarrollo en la región del Noroeste de Argentina. Compuesta por más de 100 empresas, busca contribuir al crecimiento de la RSE. A su vez Bolivia, a través del Consejo Boliviano de RSE (COBORSE). Es una red institucional creada en noviembre del 2004 por personas, instituciones, organizaciones empresariales, organismos no gubernamentales, y fundaciones involucradas en el desarrollo, difusión y práctica de la RSE en Bolivia.

En Brasil, el Instituto ETHOS. Asociación Brasileña con 907 compañías asociadas, con variación de tamaños y sectores, interesadas en desarrollar sus actividades económicas de manera responsable buscando siempre el proceso de mejora continua. La misión de ETHOS es promover el desarrollo de la RSE en Brasil. Canadá por su parte con (*Canadian Business for Social Responsibility*), es una organización fundada en 1995 sin fines de lucro de 97 miembros de empresas canadienses comprometidas a desarrollar, compartir e implementar prácticas de responsabilidad social corporativa. Provee asesoría para la implementación de RSE. En Chile, la Acción Empresarial (ACCION RSE), es una organización sin fines de lucro, que surge del sector empresarial

chileno, con la finalidad de promover la RSE entre las empresas que operan en el país, a través del aprendizaje de las iniciativas impulsadas por compañías en distintas parte del mundo. Cuenta con 79 empresas afiliadas a la organización.

Colombia a través del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), fundación sin fines de lucro, cuya misión es procurar el desarrollo humano sostenible mediante la promoción y divulgación de las mejores prácticas de RSE, con la finalidad de alcanzar el bienestar común dentro de una convivencia equitativa y justa. Dentro de sus clientes se encuentran 67 empresas colombianas.

Costa Rica con la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), es un organismo sin fines de lucro fundada en 1997, que facilita al sector privado de Costa Rica un modelo de acompañamientos social para ejercer estratégicamente su RSE. Las empresas asociadas a esta organización son 84.

También, Ecuador y su Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), Promueve el concepto y las prácticas de RSE en el país, a través de un grupo de organizaciones fortalecidas y sobre todo

comprometidas con el desarrollo sostenible del Ecuador. Entre sus miembros ya cuenta con 33 Instituciones. El Salvador. Fundación Empresarial para la Acción Social. (FUNDEMÁS).

De la misma manera Honduras con la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE), establece que es una entidad de utilidad pública, sin fines de lucro, apolítica, ni religiosa. Dentro de sus fines se encuentran: Crear empresas innovadoras, asistencia a empresarios, mejorar la competitividad y desarrollo de la economía en Honduras. México.

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) Asociación Civil, fundada en el año de 1988. Institución privada, no lucrativa, cuyo fin es el de promover la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México así como fortalecer la participación organizada de la sociedad.

Nicaragua con la Fundación Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (uniRSE) instituye que es un organismo que se dedica específicamente al tema de la RSE en Nicaragua. Ofrece servicios a la empresa privada y sus gremios, a la sociedad civil, organismos nacionales e internacionales, así como al gobierno.

Por su parte Panamá por medio de su institución (INTEGRARSE), busca fomentar una cultura de RSE, contribuye al crecimiento socio-económico y sostenible de Panamá.

Así mismo Paraguay con la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) la cual fue creada en 1981, por un grupo de 53 personas. Está afiliada a UNIAPAC, donde convergen más de 24 asociaciones de empresarios en 4 continentes.

Por otro lado Perú con (PERU 2021), es una asociación empresarial sin fines de lucro cuyo objetivo es el de promover iniciativas en las áreas de educación, responsabilidad social y medio ambiente.

En esta misma dirección, Puerto Rico (Conecta RSE) considera que su organización está dedicada en promover la RSE en todo su territorio, su misión es fomentar la RSE como estrategia medular de éxito empresarial.

Por su parte, Uruguay y su organización empresarial DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social) promueve el desarrollo de la RSE, en su misión se encuentra la generación de conciencia, tanto en el sector empresario como en toda la sociedad, sobre el rol que juegan en el

desarrollo social y económico del país.

Venezuela con el Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE). Es una asociación civil sin fines de lucro cuyo objetivo es la divulgación, educación y formación de los principios que sustentan la libre acción de la iniciativa individual así como promover la generación de conocimiento.

Para hablar de informe social corporativo o informe de sostenibilidad es importante mencionar el concepto de desarrollo sostenible, propuesto por la Comisión Brundtland y adoptado en la Declaración del Río en 1992 (Larrinaga & Moneva, 2002) donde menciona que existe un desarrollo sostenible cuando se satisfacen las necesidades presentes, sin obstaculizar que se satisfagan las necesidades de las generaciones futuras y una de las maneras en como las empresas pueden colaborar con el desarrollo sustentable, es precisamente informando correctamente sobre todas y cada una de sus actividades realizadas en su proceso de gestión. De acuerdo con Gray et al. (1996) define: “La información de sostenibilidad o el reporte social corporativo consiste en el proceso de comunicar los efectos sociales y medioambientales de la actividad económica de las organizaciones a determinados grupos de interés y a la

sociedad en su conjunto”.

En este sentido es importante mencionar que presentar información económica, social y medioambiental es de vital importancia para las organizaciones, pero también lo es, que esta sea presentada con transparencia y calidad. Sin embargo no representa algo fácil identificar que es y qué no es objeto de la información de contenido social, hay autores que han ofrecido definiciones de lo que consideran información social; la información de base social está por encima del tradicional ámbito económico financiero de la empresas, va dirigida a grupos sociales tanto internos como externos a la organización, puede contener datos tanto cualitativos como cuantitativos y es de carácter voluntario (Gray et al., 1997).

En la actualidad existe un renovado interés porque los informes de sostenibilidad se presenten de manera precisa y oportuna, por lo que la *European Federación of Accountants* (FEE) define el objetivo de reporte medioambiental como la provisión de información acerca del impacto medioambiental así como el ambiente operacional de una entidad, debe ser útil para los grupos de interés y debe ser pertinente en la evaluación de las relaciones que la empresa tiene con dichos grupos de interés,

según *The Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA UK, 2001).

La presentación de éste tipo de información ha sido de gran importancia para las organizaciones, por el hecho de que las empresas explican y predicen la manera en cómo tienen impacto en los aspectos sociales y medioambientales por las actividades que éstas realizan (García y Larrinaga, 2003).

En el año 2000, nace *Business for Social Responsibility* (BSC), cuenta con 82 miembros fundadores, conformados por personas, empresas, gremios, fundaciones e instituciones de educación superior. Su finalidad es contribuir al desarrollo económico y social de el Salvador. Estados Unidos, por su parte, tiene más de 1,400 miembros y compañías afiliadas, reúne a compañías de todos los tamaños y sectores, proporcionando productos y servicios innovadores. Apoya a las organizaciones a ser comercialmente exitosas mediante estrategias que promuevan los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente.

Según Larrinaga et al. (2002) el impacto medioambiental sobre los aspectos económico-financieros, ha generado que las empresas

modifiquen su comportamiento informativo, de manera que tratan de satisfacer demandas sociales y medioambientales por parte de los *stakeholders*. Es por esto que algunos autores estudian los diferentes aspectos por lo que las empresas deben de informar así como las causas que originan ese tipo de información (Larrinaga et al., 2002).

La normatividad respecto a la presentación de los informes de sostenibilidad no es de aplicación general, sin embargo se puede mencionar que existe un marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad, para las empresas que de manera voluntaria deseen informar sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades.

En 1997, se constituye la Iniciativa de Información Global (GRI, 2002) o *Global Reporting Initiative* por la Coalición para una Economía Medio ambientalmente.

Responsable (CERES) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), cuyo objetivo es fomentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad. La primera Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad se publica como borrador en

1997 y después de un período de pruebas se publica la guía en junio de 2000, se somete a un proceso de corrección por dos años hasta que surge la guía 2002, que pretende que las organizaciones preocupadas por informar y dar a conocer sus procesos de gestión atiendan a la llamada triple cuenta de resultados, es decir informar en términos de desempeño económico, social y medioambiental (GRI, 2002).

Posteriormente en 2005, se reúnen voluntarios de organizaciones no gubernamentales, comunidad empresarial, laboral, contable, inversora y académica para elaborar el borrador de lo que sería la Guía G3 y en el 2006 se aprueba la última versión de la Guía de Elaboración de Memorias de sostenibilidad de la GRI.

La Guía de la GRI busca que exista un marco generalmente aceptado para comunicar sobre el desempeño económico, social y ambiental que tienen las empresas. De tal manera que las diferentes organizaciones, independientemente de su tamaño, del sector al que pertenecen o de su localización puedan mostrar su desempeño en materia de sostenibilidad.

En cuanto a las empresas de América Latina que han adoptado el concepto de RSE se ha evidenciado un incremento en las organizaciones

que están promoviendo este concepto, ya que teniendo como punto focal al Foro Internacional de las Américas (EMPRESA), la cual promueve la RSE en todos los sentidos e inició con sólo 150 empresarios y líderes de diferentes regiones de las Américas. Para el 2009 ya lo conformaban cerca de 3000 empresas multinacionales y locales, representando el 20% del Producto Interno Bruto de la región.

A partir de esto, se considera el informe social corporativo como una medida para presentar a los diferentes partícipes el actuar de las empresas en la triple dimensión: económica, social y medioambiental. Según algunos resultados obtenidos se muestran, cómo al 2006 el número de informes que presentaban las empresas de todo el mundo, sólo eran 876. Al 2008 la cifra se incrementó ya que ascendía a 4 183 informes, significaban 20 431 informes y para el 2009 había una cantidad de 4 145 informes. Esto refleja que a medida que el tiempo pasa existe mayor interés por parte de las organizaciones en presentar éste tipo de información.

Se puede concluir que a nivel global la Responsabilidad Social Empresarial ya no es considerada como sólo una tendencia empresarial, sino que conforme el tiempo avanza, existen más organismos

internacionales que promueven y regulan a las empresas en su comportamiento con los diferentes partícipes. Pues bien, se entiende que el informe social corporativo representa para las empresas una manera de generar información no sólo económica, sino también social y medioambiental y viéndolo como un reporte que de manera voluntaria hacen las organizaciones, a nivel mundial del 2006 al 2009 hay un efecto multiplicador en la presentación de los mismos.

América Latina participa en los organismos internacionales que promueven la RSE y también cuenta con organismos propios en cada país para regular a las empresas en cuanto a esta temática, dado que se refleja un compromiso por parte de las empresas para cumplir con informar sobre su comportamiento, esto se evidencia en el aumento significativo en la presentación del Informe Social Corporativo, es necesario entonces, continuar con los esfuerzos para generar mecanismos que incentiven a las empresas a ser Socialmente Responsables.

2.2.1.8 La responsabilidad social en el Perú

Una de las iniciativas para promover la RSE en el país ha sido la creación de la organización Perú 2021, cuya misión es la de desarrollar y difundir

una visión de largo plazo para el Perú, donde la empresa se convierta en un motor de desarrollo e incorpore la responsabilidad social y ambiental como una herramienta de gestión, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y competitividad de su entorno. La denominación de Perú 2021 implica una visión del país al año 2021, en donde se busca alcanzar una serie de objetivos como una mejor calidad de vida, respeto a la ley, solidaridad, sentido de comunidad social, entre otros.

Por el lado de la filantropía, ésta ha sido asumida por el sector empresarial paulatinamente, a través de la creación de las denominadas fundaciones corporativas que orientan sus actividades hacia la asistencia social, como a la generación de un desarrollo sostenible en zonas geográficas de influencia. En síntesis, los conceptos de responsabilidad social fueron adoptados por el sector privado peruano a partir de las demandas de la sociedad en la cual se desarrollaban y por la formación de alianzas con el Estado que permitieron satisfacer las necesidades no cubiertas en diversos sectores. Asimismo, la aparición de organizaciones que promueven el tema de la responsabilidad social en las empresas ha constituido un gran aporte al avance del movimiento de RSE a nivel nacional, incrementando de esta forma las iniciativas empresariales e instituciones socialmente responsables.

2.2.1.9 De los modelos RSE

A lo largo del presente trabajo, se han presentado los diferentes aportes de varios autores sobre lo que a responsabilidad social empresarial se refiere. Actualmente las empresas privadas serán juzgadas únicamente por su demostrable contribución en torno al beneficio general que puedan concebir, es por esto que la aceptación de obligaciones de los trabajadores, clientes y la comunidad en general es una condición fundamental para la sobrevivencia del sistema de libre empresa. Es por esto, que las organizaciones deben producir bienes sociales, tales como, estándares altos de vida, propagar el progreso económico y por ende la seguridad, el orden, la justicia, la libertad y el desarrollo del individuo en lo personal.

Algunos otros estudiosos tales como el Del Baldo, (2010), se avocaron a un entendimiento más amplio de RSE, relacionándolo con el poder de la empresa, de tal forma que propone la "*Iron Law of Responsibility*", la cual sugiere que la responsabilidad social de los empresarios necesita ser resultado de su poder social.

Posteriormente, argumentaba que la ausencia de responsabilidad social llevaría gradualmente a la erosión del poder social de las empresas. Para

el autor el poder social corporativo variaba internacionalmente en concordancia con el contexto sociopolítico y las expectativas sociales de las empresas.

2.2.1.9.1 La Comisión de las Comunidades Europeas

La responsabilidad social de la empresa implica modificar las ideas que se tienen por parte de los dirigentes de empresas y de los gobiernos sobre la calidad de vida de las personas, la preservación del medio ambiente y algo trascendental: el bienestar social general de individuos y de las sociedades como tal (Adams, 2002).

Entonces, la responsabilidad social se puede contemplar desde la capacidad existente en toda organización para reconocer las consecuencias de un hecho realizado libremente, respondiendo del mismo ante la sociedad en general y ante otras partes implicadas, como pudieran ser socios, compañeros, compañía o aliados. Es importante traer a colación a la Comisión de las Comunidades Europeas (C.C.E.), la cual en su Libro Verde define a la responsabilidad social como la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

También es definida en un sentido más amplio, como un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Los grupos de interés a los que se hace referencia representan a aquéllos grupos sociales o individuos afectados de una manera u otra por la existencia o por las acciones que hace la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que intervienen a su vez en la consecución de las metas u objetivos y a su perduración en el tiempo (AECA, 2004).

Sólo que para conseguir el desarrollo y el beneficio de la organización y de los grupos de interés, se tiene que atender tanto a sus necesidades como a sus expectativas (Escobar & González, 2005). Éstas se pueden distinguir entre necesidades genéricas comunes a todos los interesados, como la transparencia informativa, la participación y el beneficio mutuo y las necesidades específicas de cada uno de estos actores en función de sus características particulares. Entre estas últimas se destacan:

- a. Los empleados pretenden una retribución justa, salud y seguridad en el puesto de trabajo, respeto y desarrollo profesional en igualdad de condiciones y mantenimiento del empleo.

- b. Los accionistas/propietarios, en términos generales, intentan recuperar su inversión con rentabilidad.
- c. Los clientes esperan que las empresas generen productos para mejorar sus condiciones de vida a un precio razonable, con calidad, seguridad y fiabilidad.
- d. Los proveedores buscan una relación de confianza y beneficio mutuo.
- e. Los competidores demandan un compromiso legal.
- f. Las administraciones públicas han de velar porque las empresas cumplan las normas que le son aplicables en los aspectos económicos, sociales y medioambientales.
- g. La comunidad local, la sociedad y el público en general, exigen a las empresas un comportamiento digno y responsable.
- h. Las generaciones futuras requieren respeto al equilibrio natural y la preservación de los recursos vitales que les serán necesarios en un futuro.

En función de la importancia de cumplir con todos estos aspectos, la Comisión Europea propone medidas para extender la Responsabilidad Social Corporativa “Poniendo en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo” (Lizcano, 2006).

1. Aumento de la sensibilización e intercambio de las mejores prácticas.
2. Apoyo a las iniciativas multilaterales.
3. Cooperación en los estados miembros.
4. Información en los consumidores y transparencia.
5. Investigación.
6. Educación.
7. PYME.
8. Dimensión internacional.

Todo lo anterior representa para las empresas la necesidad de replantear sus objetivos a la hora de planificar la gestión empresarial. En esta dirección se consideran los estudios de Gallardo y Castilla, (2005) que coinciden con lo ya expuesto, pues definen a la responsabilidad social corporativa como la decisión de la empresa de contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con sus empleados, para mejorar su calidad de vida.

Ésta decisión por parte de las empresas por contribuir al desarrollo sostenible ha generado en el mundo global, que existan las organizaciones que cumplen con su responsabilidad social de informar a sus diversos interlocutores (GRI, 2002). Para esto, es de suma

importancia que la responsabilidad social sea prioritaria en el quehacer empresarial y que sea pieza fundamental en la estructura organizacional y en el modelo de negocio, influyendo en cada una de las acciones para fomentar un compromiso en todos los niveles de la organización.

La RSE o RSC es la manera de gestionar el negocio en relación con todos los grupos de interés. A medida en que la compañía es capaz de generar un impacto positivo con su actividad, lograr afianzar su relación con la comunidad y garantizar el desarrollo sustentable de la empresa. Por lo anterior, se puede apreciar cómo las empresas redefinen sus objetivos y en sus procesos de gestión incluyen el cumplimiento de aspectos económicos, sociales y medioambientales (AECA, 2004).

Pues bien, la existencia de mercados globales, la expansión de los mercados y los avances en las tecnologías de la información ha obligado a instituciones nacionales e internacionales a controlar la actividad de las diferentes corporaciones. Existen diferentes organismos que regulan la gestión eficaz de las empresas en una economía global (Novethic, 2001):

- Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)

- Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO)
- Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
- Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

Todos ellos desde diferentes trincheras buscan fomentar el desarrollo económico de una manera responsable.

Como apunta Cajiga (2008), la RSE como compromiso consciente y congruente para cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social, humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las persona, comunidades y el medio ambiente, y para la construcción del bien común; debe cumplir a cabalidad con cuatro líneas estratégicas a resaltar:

1. Ética empresarial.
2. Preservación del medio ambiente.
3. Calidad de vida en el trabajo
4. Vinculación con la comunidad

Para considerar las teorías sobre RSE, la primera dificultad es como identificar y organizar gran variedad de enfoques sobre el tema. De los varios intentos relacionados para clasificar dichas teorías, tres estudios se presentan a continuación:

El primer estudio es el elaborado en 1991 por Klonoski, quien distingue tres clases de teorías. Al primer grupo lo llaman “fundamentalista”, el cual incluye todas aquellas posiciones que de una forma u otra declaran que las empresas son solamente artefactos legales y por lo tanto su única responsabilidad social es incrementar las ganancias dentro de un marco legal. La segunda clase agrupa aquellas teorías que defienden la figura moral-humana de las empresas para apuntalar su acción moral. El tercer grupo considera teorías en las cuales la dimensión social de la empresa es particularmente relevante. Las raíces de estas tres teorías son de origen teórico político y ético.

2.2.1.9.2 Modelo de Windsor: Los tres enfoques

Según las apropiaciones de los tres enfoques la responsabilidad social tiene fundamentación en los principios éticos.

1) La teoría de la responsabilidad ética, la cual establece límites a la

empresa a la par de darle tareas altruistas y relaciones públicas que fortalecen los derechos de las partes interesadas.

- 2) La teoría de la responsabilidad económica que se avoca a la creación del bienestar del mercado, solo está sujeta a políticas públicas y a la ética de negocio común.
- 3) Ciudadanía corporativa, metáfora política que nos provee de una síntesis teórica.

En un tercer estudio distingue cuatro grupos de teoría de RSE, los mismos que consideran los objetivos de cuatro diferentes aspectos de la realidad social: lo económico, lo político, lo ético y la integración social. El aspecto económico considera a la empresa como instrumento para la creación de bienestar. El aspecto político se enfoca en el poder social de la empresa y su responsabilidad asociada a este poder en la política. En relación a las teorías éticas, se consideran que las relaciones de la empresa y la sociedad deben estar sumergidas con valores éticos. Por último, en función a las teorías de integración social, se considera que la empresa debe integrar a su planificación y desempeño demandas sociales.

Las cuatro teorías que cubren los aspectos mencionados en el párrafo

anterior son:

1) Teoría de actuación de la empresa (DSE por sus siglas en inglés):

Esta teoría se fundamenta en la sociología y de acuerdo con *Wood* (1991) es la configuración de principios de responsabilidad social en la organización de la empresa; es el proceso de respuesta a requerimientos sociales y políticos, programas y resultados tangibles que reflejan las relaciones de la empresa en la sociedad. Lo cual incluye requerimientos éticos y acciones discrecionales o filantrópicas para con la sociedad. En otras palabras, significa modificar el comportamiento de la empresa a fin de producir menos daño y más beneficios a la sociedad. La teoría DSE basa su legitimidad en la aceptación social de su actuación ya que es un hecho que las empresas ejercen un poder y ello significa responsabilidad. La sociedad permite o da licencia a las empresas para operar, por ello las empresas deben servirle no solo creando bienestar económico sino contribuyendo a las necesidades sociales y satisfaciendo sus expectativas sociales.

2) Teoría del valor para el accionista: También, llamada teoría del capitalismo fiduciario se relaciona con la teoría económica neoclásica, la cual define como única responsabilidad social de la empresa la

maximización de valor para los accionistas, cualquier otra actuación social se aceptará solo si contribuye al objetivo económico. En la teoría del capitalismo fiduciario yace una idea funcional de la sociedad, donde cada grupo social tendrá una única función por cumplir, por lo tanto el impacto social producido por la actividad empresarial es una responsabilidad del Estado, promulgando leyes que limiten el que hacer empresarial y estableciendo políticas sociales.

3) Teoría de las partes interesadas: A diferencia del teoría del valor para los accionistas, esta teoría toma en consideración a los individuos o grupos con algún interés o reclamo sobre la empresa (Freeman, 1984). Dentro de este grupo de partes interesadas se encuentran los empleados, accionistas, clientes, proveedores, consumidores y la comunidad local. La teoría de las partes interesadas por un lado fue presentada como una teoría de dirección de empresa; es decir, sentaba las bases de cómo llevar a cabo una administración estratégica; y por el otro, como teoría normativa que establece deberes morales para proteger a la empresa como un todo que se conecta con sus necesidades inherentes y los intereses de las partes interesadas. Se considera que la teoría de las partes interesadas es parte esencial del sustento teórico de la RSE ya que provee de un marco normativo para

la actuación de las empresas responsables hacia la sociedad.

4) Teoría de la ciudadanía corporativa: Aun cuando el término de ciudadanía corporativa no es nuevo, ya que ha estado presente desde los años 60, específicamente se menciona que la responsabilidad social comienza donde la ley termina, ya que una no puede llamarse socialmente responsable si solo cumple con lo establecido por la ley, ya que eso es lo que cualquier buen ciudadano haría. Sin embargo, la teoría ciudadanía corporativa es reciente y no está del todo desarrollada.

2.2.1.9.3 Modelo del Boston College

De acuerdo a los estudios realizados, basados en el modelo de Ciudadanía Corporativa del *Boston College* surge una matriz que identifica siete dimensiones y cinco etapas.

Dimensiones:

1) Concepto: La ciudadanía corporativa son todas las acciones que realiza una compañía aplicando principios sociales que minimicen los daños, maximicen los beneficios y respondan a sus accionistas y que además genere soporte financiero.

- 2) Propósito de la empresa ciudadana:** Son pocas las empresas que verdaderamente aceptan los compromisos morales de la ciudadanía corporativa, generalmente consideran más los riesgos, los beneficios y la reputación que obtendrán por el esfuerzo de aceptar este modelo.
- 3) Liderazgo:** El liderazgo activo es un factor importante para conducir la ciudadanía corporativa, se ocupa de cómo se informó a los principales líderes acerca de la ciudadanía, la cantidad de liderazgo que demuestran, y hasta qué punto predicán con el ejemplo.
- 4) Estructura:** Esta cuarta dimensión se refiere al manejo de la empresa ciudadana, a la administración de las responsabilidades en toda la empresa, ven su desarrollo en términos del movimiento de la ciudadanía desde una posición marginal a su gestión como una actividad empresarial corriente.
- 5) Manejo de temas de gestión:** Cómo maneja la compañía las diversas situaciones que emergen, qué tan proactiva es.
- 6) Relación de los accionistas:** Cómo la empresa comprende a sus accionistas, cómo son las relaciones entre las partes interesadas, cómo poder incrementar la apertura de información y una mayor profundidad en sus relaciones.
- 7) Transparencia:** Qué tan abierta es la empresa respecto de sus actividades financieras, sociales y ambientales; cuándo y cómo las

compañías adoptan prácticas de transparencia y hasta qué punto revelan esa información.

De estas siete dimensiones resultan cinco etapas en el desarrollo del ciudadano corporativo ya que mayormente influyen en el desarrollo de la ciudadanía las fuerzas específicas de la empresa en la sociedad, la dinámica de la industria, y otras influencias del medio ambiente, el liderazgo y la cultura de la empresa.

2.2.1.9.4 Modelo de la ciudadanía corporativa

Según Carneiro (2004), define a la ciudadanía corporativa como la contribución que una compañía hace a la sociedad a través de actividades empresariales nucleares, su inversión social y programas filantrópicos y su implicación en políticas públicas. Esto significa la participación de la empresa en cuanto a:

- Personas que implica seguridad para los trabajadores y productos, estándares laborales, derechos humanos e igualdad de oportunidades y accesos.
- Medio ambiente que incluye la calidad del medio ambiente local y global, procesos de producción más limpios, eco eficiencia y tecnología medioambiental.

- Contribución al desarrollo que hace referencia al desarrollo empresarial, inversión comunitaria, educación y salud.
- Gobierno corporativo y ética, que abarca los valores corporativos y propósitos, transparencia y responsabilidad, y corrupción.
- Las etapas de la ciudadanía corporativa son:

1) Etapa elemental: Esta etapa denominada primaria se centra en la responsabilidad social de defensa, la atención se orienta hacia el cumplimiento legal que consiste simplemente en obedecer la ley, y proteger la reputación de la compañía, por lo mismo, la empresa pareciera tomar una posición defensiva ante presiones externas; la actividad de la ciudadanía es episódica y sus programas están sin desarrollar. El desafío de la empresa es ganar credibilidad.

2) Etapa de compromiso: En esta etapa las empresas empiezan a reconocer las responsabilidades éticas, y las actividades de RSE, sin embargo están limitadas por la infraestructura organizacional y la cultura. Orientada hacia la filantropía y la protección del medio ambiente, aparecen nuevos conceptos y se busca la obtención de certificaciones, tecnologías eco-ambientales, asegurar transparencia en la elaboración de reportes financieros, convertirse en un empleador más amigable, mantener comunicación con la comunidad y con ONG's, buscar inversiones responsables socialmente. El reto, construir

capacidad para lograr lo anterior.

3) Etapa de innovación: En esta etapa la empresa se mueve en dos vías, hace más amplia su agenda al introducir más cuestiones relativas a la RSC, y profundiza su compromiso como líder y asume un rol de vigilante. Durante esta etapa el desarrollo de la empresa avanza en dos formas:

- a. La ampliación de su programa que abarca un concepto más extenso de la ciudadanía.
- b. La profundización de su participación como líder máximo asumiendo una función de rectoría. El reto, crear coherencia, distribuir las responsabilidades y coordinarlas para trabajar conjuntamente.

4) Etapa de integración: El progreso en esta etapa consiste en pasar de la coordinación a la colaboración en el manejo de las cuestiones de la RSC, se trata de incluirlas y manejarlas como parte de las estrategias de la empresa. En términos operativos, se pretende establecer metas e indicadores de desempeño, monitorearlos y reportarlos en tableros de control de gestión.

5) Etapa de transformación: Las empresas en esta etapa son capaces, tanto estructural como culturalmente, de mantener relaciones con múltiples ONGs. Algunos rasgos típicos de esta etapa son: Las empresas innovan en vez de imitar, toman seriamente los valores

declarados como suyos, es decir los aplican en sus estrategias, planes y políticas, y rara vez las empresas que están en esta etapa operan solas, lo más frecuente es que cuenten con un buen número de socios, pudiendo ser otras empresas, pero también grupos comunitarios y ONGs.

El modelo de ciudadanía corporativa puede desarrollarse desde abajo hacia arriba, cuando los empleados son los que ejercen la presión y proveen incentivos para un comportamiento socialmente responsable. Para resumir el modelo de ciudadanía corporativa, se presenta la figura 3, donde se relacionan las etapas con las dimensiones antes mencionadas.



Figura 3. Etapas de la ciudadanía corporativa

Fuente. CARNEIRO, M. (2004). La responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos. ESIC Editorial. Gráficas Dehon. España.

Procurar que la ciudadanía corporativa sea una realidad es la tarea a realizar a largo plazo; es necesario integrar el concepto a la práctica. Empresa ciudadana o *citizenship* significa desarrollar relaciones benéficas, interactivas y de confianza entre compañía y los interesados a través de la implementación de estrategias y prácticas operativas.

Se puede resaltar que variables como el empleo, ganancias e impuestos; filantropía y del medio ambiente; gestión de grupos de interés; sustentabilidad o triple *bottom line*; cambiar el juego; iniciativa estratégica; cumplimiento legal; licencia para operar; caso de negocios; propuesta de valor; creación de mercados o cambio social; liderazgo; fuera de contacto; soporte, en la cima; campeón, frente a ella; visionario, por delante del resto; estructura y operaciones; marginal, manejo de staff; propiedad funcional; coordinación de funciones cruzadas; alineamiento organizacional; negocios basados en la corriente principal; temas de gestión; defensiva; reactivo, políticas; sensible, programas; pro-activo, sistemas; definición; relaciones con stakeholder; unilateral; interactivo; influencia mutua; alianza; organizaciones múltiples; rendición de cuentas y transparencia; protección del flanco; relaciones públicas; información pública; garantía; divulgación completa, entre otras, suministran información importante tanto para tomar acciones encaminadas a

fortalecer los procesos organizacionales, como para realizar estrategias corporativas en pro de la empresa misma como también de la sociedad.

Los problemas de núcleos éticos y de los fundamentos éticos de la teoría de los grupos de interés se han abordado por diversos autores. Del Baldo (2010) protección estudió también que la teoría de los grupos de interés se ha convertido en uno de los desarrollos más importantes en el campo de la ética empresarial. Este concepto ha evolucionado y adquirido importancia como método de integración de la ética en los propósitos básicos y objetivos estratégicos de la empresa.

2.2.1.9.5 Modelo de indicadores ETHOS

Los indicadores ETHOS son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE o RSC. Han sido diseñados para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje exclusivamente para uso interno de y en la organización. Estos indicadores han sido elaborados en alianza con organizaciones latinoamericanas líderes en RSE, y con la asistencia técnica del Instituto ETHOS; como un componente del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social

Empresarial (PLARSE).

El objetivo de estos indicadores es la utilización de un único patrón de indicadores de RSE para todos los países de América Latina que forman parte del PLARSE. Por ello han sido formulados de modo tal que contemplan:

- **Indicadores de profundidad:** Contienen aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano;
- **Indicadores binarios y cuantitativos:** Contienen aspectos particulares de cada país miembro del PLARSE

Su estructura es a manera de cuestionario cuyo desarrollo se hace a través de un sistema virtual. El sistema permite que cada empresa pueda observar los resultados de su información vertida, presentados en un informe de diagnóstico. Además, permite compararse (benchmarking) con las mejores empresas de la región que hayan hecho el llenado del cuestionario en el mismo período.

Cada uno de los indicadores ETHOS se divide a su vez en:

• **Indicadores de profundidad**

Permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa. Son indicadores de aplicación común a todos los países de la región que participan del PLARSE. Están representados por cuatro cuadros contiguos que expresan estadios de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estadio de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:

- ✓ **Etapa 1:** Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.
- ✓ **Etapa 2:** Representa la etapa intermedia de acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.
- ✓ **Etapa 3:** Representa la etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa. La Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.
- ✓ **Etapa 4:** Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó

estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés para la sociedad.

• **Indicadores binarios**

Se componen de preguntas de respuestas dicotómicas (sí o no) y califican el estadio seleccionado en los indicadores de profundidad. Sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios. Para una correcta autoevaluación, estos indicadores deben ser completados obligatoriamente, excepción hecha en los casos que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la empresa.

Indicadores cuantitativos

Proponen el relevamiento sistemático de datos. Con ellos, se pueden conformar series anuales para cruzar con otros datos relevantes para la empresa. No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; no obstante ello, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y hacen a la consistencia de la planificación de nuevos objetivos y metas en materia de RSE. En conjunto

esta estructura permite que la empresa planee el modo de fortalecer su compromiso con la responsabilidad social. La disposición en escala provee parámetros para los pasos siguientes. Señala, junto a los indicadores binarios (informaciones adicionales) y cuantitativos, directrices para el establecimiento de metas de perfeccionamiento en el universo de cada tema.

2.2.1.9.5.1 Contenidos de los indicadores ETHOS

El cuestionario de los indicadores ETHOS está organizado en siete temas:

- ✓ Valores, transparencia y gobernanza
- ✓ Público interno
- ✓ Medio ambiente
- ✓ Proveedores
- ✓ Consumidores y clientes
- ✓ Comunidad
- ✓ Gobierno y sociedad

Cada uno de esos rubros se divide en un conjunto de indicadores, cuya finalidad es plantear cómo puede una empresa mejorar su desempeño en los temas correspondientes desde distintas perspectivas.

El cumplimiento de estos indicadores representa la etapa proactiva, en el cual una empresa alcanza estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés de la sociedad.

- **Valores, transparencia y gobernanza**

Una empresa que define los principios orientadores de su actuar basados en prácticas transparentes y éticas, y establece procedimientos para que se apliquen en toda su gestión, permite que su negocio sea socialmente responsable.

Las conductas y decisiones cotidianas son el resultado de los valores y principios que una empresa asume. Esto significa que las empresas establecen un marco ético que orienta su actuar, delimitando cómo deben actuar quienes forman parte de la empresa y cómo será la relación que establecen con los distintos públicos de interés externos, tales como los proveedores, los consumidores, el medioambiente y la comunidad.

- **Público interno**

Una empresa que se preocupa de su público interno eleva los niveles de satisfacción de los trabajadores, propicia un mejor clima interno por el

fomento de las buenas relaciones laborales e incrementa el compromiso de los empleados con la empresa porque estos perciben que ocupan un lugar importante en los ámbitos de gestión de la organización.

- **Medio ambiente**

Una empresa que desarrolla sistemas de gestión o prácticas medioambientales genera un menor impacto en el medioambiente, promoviendo su protección para las futuras generaciones. Asimismo, reduce los costos de sus procesos productivos y mejora su reputación corporativa frente a futuras inversiones.

Las empresas, de un modo u otro, dependen de insumos del medio ambiente para realizar sus actividades. Es parte de su responsabilidad social evitar el desperdicio de tales insumos: energía, materias primas en general y agua.

Colocar la basura en lugar y forma apropiados (recolección selectiva), reducir el ruido en la vecindad, incentivar la economía de energía, no solamente formas de reducir el impacto ambiental. Iniciativas como éstas son también fuentes generadoras de lucro y de ganancias de imagen.

La concientización lleva a la empresa a desarrollar acciones de preservación ambiental. Tal actitud debe ser su retribución por el uso de los recursos que retira de la naturaleza y por los daños que pueden ser causados por sus actividades. El desarrollo de campañas, la participación en iniciativas de educación ambiental, son acciones que la empresa puede ejecutar, contribuyendo a la mejor de la calidad de vida en el lugar en que vivimos.

- **Proveedores**

Una empresa que desarrolla una política de relación con sus proveedores basada en el establecimiento de relaciones a largo plazo y en el desarrollo de las empresas locales, genera confianza tanto en sus inversores como en sus consumidores.

Es importante divulgar sus valores por la cadena de proveedores, empresas asociadas y servicios tercerizados. Se puede adoptar como criterio de selección de socios la exigencia de que los empleados de servicios tercerizados tengan condiciones de trabajo semejantes a las de sus propios empleados.

- **Consumidores y clientes**

Una empresa que se preocupa de la satisfacción de sus consumidores, mejora la fidelidad de ellos y mejora su reputación corporativa. Los procedimientos de responsabilidad social en el trato con los consumidores y clientes son esenciales.

Desarrollar productos y servicios confiables en términos de calidad y seguridad, proveer instrucciones de uso e informar sobre sus riesgos potenciales y eliminar daños a la salud de los usuarios son acciones muy importantes, ya que la empresa produce cultura e influye en el comportamiento de todos.

Forma parte de sus atribuciones promover acciones que mejoren la credibilidad, la eficiencia y la seguridad de los productos y servicios, observando la legislación respectiva y los derechos de los consumidores.

- **Comunidad**

Una empresa que establece políticas de relación con sus grupos de interés y desarrolla programas de inversión social hacia la comunidad, aumenta su ventaja comparativa y su reputación corporativa; a la vez que disminuye las resistencias que ella pueda tener en contra de la empresa.

El respeto a las costumbres y a la cultura local, la colaboración en proyectos educativos, el apoyo a ONG's u organizaciones comunitarias, la asignación de sumas de dinero a instituciones sociales y la divulgación de los principios de su emprendimiento a las personas de su entorno, son algunas de las acciones que demuestran el valor que su empresa brinda a la comunidad. La participación dinámica y respetuosa con los grupos representativos locales en la búsqueda de soluciones conjuntas a los problemas comunitarios, hará de su emprendimiento un socio de la comunidad, reconocido y considerado por todos.

- **Gobierno y sociedad**

Una empresa que participa en el desarrollo de su región y del país, contribuye al perfeccionamiento de las políticas públicas, al combate de la corrupción y a la formación de un capital social comprometido con el bien común.

Ser ético, en este caso, significa cumplir las obligaciones de recaudación de impuestos y tributos, nivelar los intereses de la empresa con los de la sociedad, comprometerse formalmente con el combate de la corrupción, contribuir en proyectos y acciones gubernamentales realizados para el perfeccionamiento de políticas públicas en el área social, educativa, etc.

2.2.1.9.5.2 Características y beneficios de los indicadores ETHOS

- ✓ Son indicadores regionales estandarizados que sirven para medir el desempeño y grado de incorporación de la RSE en las empresas de los países de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Nicaragua, Paraguay y Perú.
- ✓ Son comparativos; las empresas que los completen podrán comparar su práctica con la de empresas de otros países de acuerdo al puntaje que obtengan. Así, la nota que alcancen podrán relacionarla a los promedios de las empresas con mejor desempeño en la región.
- ✓ Son periódicos; el llenado de los indicadores se realiza por períodos.
- ✓ Son autoevaluativos e internos, es decir, cada empresa los puede realizar individualmente y analizar sus resultados.
- ✓ Son virtuales; los indicadores se encuentran alojados en un web site (PERU 2021), disponibles para que cualquier empresa los utilice. Dos días después de llenado el cuestionario, se emitirá un informe con sus resultados.
- ✓ Emiten un informe de diagnóstico sobre el estado de la RSE dentro de la empresa. Este informe presenta el detalle de los puntajes de la empresa por indicador, un análisis crítico de los resultados y oportunidades de mejora en temas relevantes de RSE, sugiriendo parámetros para establecer políticas y acciones a desarrollar.

- ✓ Los indicadores presentan una correspondencia con el modelo del Global Reporting Initiative (GRI), los principios del Pacto Mundial, la norma SA8000 y las metas del milenio.
- ✓ Son confidenciales; los resultados de cada empresa no están disponibles al público, salvo la empresa así lo indicase.

2.2.1.9.5.3 Los indicadores ETHOS en el Perú 2021

Los indicadores ETHOS-PERÚ 2021 son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial. Han sido diseñados para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje exclusivamente para uso interno en la organización.

2.2.2 Plan de acción de RSE

Se precisa que un plan de acción está formado por el conjunto de las actividades que se deberán ejecutar para facilitar el logro de las metas (específicas y cuantificadas) establecidas con anterioridad (Borello, 1994).

El proceso de elaboración del plan de acción en RSE de una empresa deberá considerar la situación inicial de la empresa, no sólo en cuanto a

debilidades y puntos fuertes sino también a recursos disponibles y a la situación de la empresa y de su sector. Mientras que los resultados del diagnóstico previo permiten visualizar líneas de acción, los recursos y la situación de la empresa y el sector obligarán a la priorización de acciones y a su programación a través del tiempo. Es decir que la integración de la RSE en la gestión empresarial será un proceso a medio o largo plazo en el que lo relevante es la orientación al cambio, a la mejora continua y a la búsqueda de la satisfacción de los grupos de interés de la empresa.

El trabajo que se describe a continuación guiará el proceso de toma de decisiones para que empresas elaboren su plan de acción en RSE (Cámara Oficial de Comercio de Valencia, 2008).

- **Objetivos**

El trabajo de planificación debe permitir a la empresa:

- ✓ Definir los objetivos de la empresa en el marco de la RSE.
- ✓ Identificar las acciones asociadas al cumplimiento de estos objetivos.
- ✓ Coordinar los recursos de manera eficiente y eficaz en la realización de las acciones.
- ✓ Establecer un sistema simple de seguimiento y control de la ejecución del plan de acción en RSE de la empresa.

- **Beneficios**

- ✓ Realizar el trabajo de planificación reportará a la empresa los siguientes beneficios:
- ✓ Organizar el trabajo dentro de un marco de objetivos de manera concreta.
- ✓ Realizar una asignación eficiente de los recursos disponibles.
- ✓ Tener una visión de largo plazo del trabajo estratégico de la empresa en el marco de la RSE.
- ✓ Realizar un seguimiento y control sistemático de las acciones emprendidas.
- ✓ Incorporar en la empresa la mentalidad de mejora continua.

- **Herramientas**

Las herramientas diseñadas para la fase de planificación tienen como objetivo guiar y facilitar el proceso de determinación de objetivos, identificación y priorización de acciones, así como la organización de recursos para ejecutar el plan de acción y su seguimiento y control.

En total se contará con 4 herramientas o matrices (ver anexo 01) que servirán de guía para ir desarrollando cada uno de los pasos del proceso de planificación propuesto:

- ✓ Matriz de definición de objetivos y acciones asociadas
- ✓ Matriz de priorización de acciones
- ✓ Plantilla de plan de acción
- ✓ Matriz de seguimiento y control

2.3. Definición de términos

2.3.1. Desarrollo sostenible

Es el desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

Este concepto puede ser dividido en tres partes: económico, ambiental y social. Se podría decir que un desarrollo sostenible se consigue cuando se aplica el triple resultado. Esto significa que la empresa u organización debe lograr un desempeño óptimo en las tres áreas (economía, ambiente y sociedad) para así poder lograr un desarrollo sostenible. Sin embargo, la ausencia de rigor conceptual es característica de las diferentes propuestas de evaluación, lo cual justifica el análisis y la reflexión sobre el estado que guarda actualmente en el ámbito educativo (Comisión Brundtland señalado en Saavedra, 2001).

2.3.2. Grupos de interés

Son aquellos grupos que interactúan con la empresa u organización y que se ven afectados negativa o positivamente por sus acciones, y cuyas acciones, a su vez, afectan negativa o positivamente a la empresa u organización (Carrión, 2007).

2.3.3. Ecoeficiencia

La eco-eficiencia se alcanza mediante la distribución de bienes con precios competitivos y servicios que satisfagan las necesidades humanas y brinden calidad de vida a la vez que reduzcan progresivamente los impactos medioambientales de bienes y la intensidad de recursos a través del ciclo de vida entero a un nivel al menos en línea con la capacidad estimada de llevarla por la tierra.

La ecoeficiencia busca conseguir más bienes y servicios utilizando menos recursos y ocasionando menos contaminación.

2.3.4. Gobierno corporativo

El gobierno corporativo es un sistema que se utiliza para controlar y dirigir el comportamiento de las empresas y corporaciones.

Este sistema tiene como principio una estructura de la sociedad dentro de la empresa o corporación. La sociedad se divide los derechos y responsabilidades. Las divisiones por lo general son así: directorios, gerentes, accionistas y otros agentes económicos que evidentemente mantengan algún interés en la empresa.

Además, se encarga de proveer: misión, visión y objetivos de la empresa, los medios para alcanzarlos, así como la manera de hacer un rastreo de su desempeño, y mecanismos para asegurar el comportamiento ético de la empresa.

Cada día este sistema del gobierno corporativo está tomando más importante a nivel tanto local e internacional. Esto se debe al reconocimiento que ha tenido en todo el mundo por su ventajoso medio para alcanzar mercados de índole confiable y eficiente.

Tiene una amplia gama de aspectos regulatorios y organizacionales que si son implementados de manera adecuada en una corporación o empresa, le otorgará a esta el beneficio de atraer tanto capital financiero como capital humano, además de hacerla funcionar de manera eficiente y por lo tanto crear importe económico para la empresa o corporación.

Un buen gobierno corporativo debe proteger los derechos e intereses de los accionistas y asegurar que la repartición de bienes va a ser de manera equitativa. En general, no se trata sólo de los accionistas, un buen gobierno se encarga de que el trato dentro de la sociedad de la empresa o corporación siempre sea de manera equitativa y justa (Cano, 2007).

2.3.5. Voluntariado corporativo

El voluntariado corporativo es una actividad promovida y facilitada por una empresa, en la cual los empleados u otras personas cercanas a la organización tienen la oportunidad de participar como voluntarios en programas sociales destinados a apoyar a comunidades de menores recursos. (Asociación Trabajo Voluntario).

Su finalidad es facilitar la movilización del talento, tiempo y energía de la planilla de una empresa a favor del desarrollo social de las comunidades donde la empresa opera.

En estos programas no sólo pueden participar los trabajadores de la empresa, sino que puede extenderse a sus familias o incluso a los trabajadores de empresas proveedoras u organizaciones cercanas a la empresa (Navarro, 2008).

2.3.6. Filantropía

Para definir mejor este concepto, es importante entender el término filantropía. Filantropía viene de la palabra amor o amante al amigo y/o ser humano. Entonces, éste término viene a ser el amor al género humano y todo lo que a este respecta.

Conocemos como filantropía a las acciones caritativas que se hacen por amor al ser humano y sin buscar nada a cambio.

Entonces, filantropía corporativa (FC) son las acciones caritativas que realizan una empresa o corporación. Esto se refiere a las donaciones, sean económicas, de tiempo, de personal (trabajo voluntario) o de conocimiento, para mejorar la calidad humana y el ambiente a los alrededores del lugar donde está situada la compañía.

Por su naturaleza, la donación no implica el establecimiento de indicadores de impacto ni evaluación de resultados por parte de la empresa.

Es común confundir la FC con la responsabilidad social empresarial (RSE), pero no son lo mismo. La RSE puede abarcar a la filantropía, pero va mucho más allá de eso.

La FC es importante en países en desarrollo donde el nivel de pobreza es alto y se necesitan tanto soluciones a largo plazo como acciones de corto plazo. La FC se basa en acciones de corto plazo que ayudan a paliar en cierta medida necesidades inmediatas en poblaciones específicas (Lara, 2000).

2.3.7. Línea de triple resultado

Desde siempre, la contabilidad de todas las empresas se ha centrado únicamente en conseguir resultados financieros. Sin embargo, desde hace unos años la responsabilidad social empresarial ha comenzado a ser importante para las empresas y esto ha traído consigo que ahora se incorporen nuevos indicadores para medir su impacto.

Triple resultado = Resultado financiero + resultado social + resultado ambiental

La línea de triple resultado es entonces una modalidad o un término en el rubro empresarial que hace alusión al desempeño que tiene una empresa en estas tres dimensiones: Economía, social y ambiental. Este concepto

es transversal para la elaboración de un reporte de sostenibilidad (Navarro, 2008).

2.3.8. SA-8000

La SA8000 es una certificación voluntaria cuyo fin es para promover mejores condiciones de trabajo. Este certificado es regido por los acuerdos internacionales sobre las condiciones de trabajo, que incluyen temas como la justicia social, los derechos de los trabajadores, entre otras.

Esta certificación promueve las condiciones mínimas para alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados de la institución. Dentro de estas condiciones están la libertad de asociación, algunas reglas para el cumplimiento de la jornada laboral de parte de la empresa, asimismo, reglas sobre los salarios, la discriminación, el trabajo infantil o forzado y negociación colectiva y una estrategia de empresa para tratar los aspectos sociales relacionados con el ambiente de trabajo.

La SA8000 contiene un programa con normas muy detalladas. Especifica claramente las condiciones laborales los cuales incluyen muchos aspectos de los derechos internacionales de los trabajadores. Este

certificado es para beneficiar al trabajador, pero también beneficia en gran medida a las empresas que pueden utilizar éste certificado en sus relaciones públicas y como imagen, se puede decir que le da un valor agregado a la empresa (Muñoz, 2004).

2.3.9. World Business Council for Sustainable Development - WBCSD

El WBSCD es una asociación que agrupa a más de 180 empresas comprometidas con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible a nivel mundial.

Este consejo es una plataforma para las empresas con el fin de explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, y discutir estos temas en una variedad de foros, en colaboración con gobiernos, organizaciones no gubernamentales y organizaciones intergubernamentales.

Trabaja sobre una variedad de cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible. Su atención no sólo se centra en las áreas generales de la energía y el clima, el desarrollo, los ecosistemas y la función de los

negocios en la sociedad, sino que también ejecuta proyectos específicos en distintos sectores.

El WBCSD trabaja con la ONU a través de sus agencias especializadas tales como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). También ha participado en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC), la Cumbre de la Tierra (Cumbre de Río) y el Foro de las Naciones Unidas sobre los Bosques (UNFF) (Correa, 2004).

2.3.10. *Greenwashing*

“El *greenwash* es la desinformación diseminada por una organización para representar una imagen pública de responsabilidad ambiental” (Diccionario Oxford).

El *greenwash* o *greenwashing* es el uso de argumentos ecológicos en campañas publicitarias o diseño empaques, esto con el fin de hacerlos lucir eco-friendly; el uso de dichos argumentos es, por supuesto, abusivo y fraudulento (López, 2011).

2.3.11. Norma ISO 26000

La Norma ISO 26000 fue aprobada y publicada en el año 2010, y es el estándar global de responsabilidad social. Representantes de los sectores gobierno, empresa, academia, trabajadores, ONGs y consumidores de más de 90 países trabajaron en consenso por 5 años para lograr este referente de qué es la responsabilidad social.

La aplicación de la Norma ISO 2600 es voluntaria, y no es una norma certificable.

2.3.12. Consejo para la administración forestal

La ONG internacional de origen Alemán, la cual dirige un programa de certificación para empresas madereras, a través de la colocación de un sello en cada producto que la compañía elabora. En este sello, se indica que la empresa certificada trabaja con los recursos de manera sustentable, incluyendo la buena relación con sus "vecinos" y comunidades nativas de la zona (Navarro, 2008)

2.3.13. Accountability

Institución inglesa sin fines de lucro, que promueve la responsabilidad social y el comportamiento ético de las empresas. Desarrolladores de la norma AA1000. Sus miembros lo conforman organizaciones empresariales y no empresariales (Ahrens, 2007).

2.3.14. AA1000

Estándar de "aseguramiento" o "garantía", propuesto por *accountability*, que analiza la información que emite una determinada organización, así como su desempeño respecto a ésta. Elaborado para garantizar que esta información sea confiable para que los *stakeholders* puedan revisarla, comentarla, y tomar decisiones en base a ella. Es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés (accionistas/inversionistas, colaboradores y sus familias, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible (Carneiro, 2004).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Caracterización de la investigación

3.1.1 Diseño de la investigación

La investigación tiene un diseño no experimental, considerando que lo más importante es la observación de la variable en su ambiente natural, que permito analizar sus causas, características, efectos relaciones (Kerlinger, (2002), citado por Hernández Sampiere y Baptista).

Finalmente, los datos de la variable de la investigación fueron recolectados en un solo momento por lo que está enfocado a un diseño transversal.

3.1.2 Tipo de estudio

El presente trabajo de investigación es aplicada, porque busco fortalecer la gestión de la empresa a un largo plazo mediante una estrategia “El plan de RSE”.

3.1.3 Nivel de investigación

Se aplicó un nivel explorativo y descriptivo.

Explorativo, por que se recopilo información que permitió identificar los problemas y las necesidades que presentan en la RSE dentro de EGESUR y **Descriptiva**, de acuerdo con los planteamientos de Hernández et al. (2003), esta investigación se puede considerar como un estudio de carácter descriptivo ya que se ha identfico características propias de una organización en un espacio de tiempo claramente definido.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población de la presente investigación está conformada por:

- Las teorías que aportaron al tema.
- Plan estratégico institucional de EGESUR.
- Plan de RSE de EGESUR; y
- Los empleados de EGESUR.

Tabla 1.

Empleados de EGESUR

Población	Cantidad
Gerencia General	7
Gerencia Comercial y de Proyectos	10
Gerencia de Producción	40
Gerencia de Administración y Finanzas	13
Total	70

Fuente: Oficina de Personal / EGESUR – 2013.

3.2.2 Muestra

Teniendo en cuenta el total de los empleados de la investigación, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

Tabla 2.

Muestra de la investigación

N = población (**70**)
Z = 1.96 (95% Confianza Estadística)
p = q = 0.5
E = **10%** de error
n = **40**

Fuente: Elaboración Propia.

3.3 Variable

3.3.1 Operacionalización de la variable

Tabla 3.

Caracterización de la variable de estudio

Variables de estudio	Dimensiones	Indicadores
Responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS	Valores, transparencia y gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none">• Ética y transparencia
	Público interno	<ul style="list-style-type: none">• Capital humano• Proyección a las familias
	Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de parámetros de seguridad industrial• Cumplimiento de parámetros ambientales• Respeto al patrimonio socio-cultural-ambiental
	Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Proyección de responsabilidad social a clientes y proveedores
	Consumidores y clientes	
	Comunidad	<ul style="list-style-type: none">• Proyección a las comunidades• Voluntariado de colaboradores en la comunidad
	Gobierno y sociedad	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de leyes• Desarrollo de infraestructura pública y compartida• Proyección a nivel nacional o regional• Colaboración con universidades

Fuente: Instituto ETHOS – PERÚ 2021

3.4 Técnicas e instrumentos para recolección de datos

Una vez definidos los indicadores de los elementos teóricos y determinado el diseño de la investigación, ha sido necesario definir las técnicas de recolección de datos para construir los instrumentos; los mismos que nos acercaron a los fenómenos y extraer de ellos información.

3.4.1 Técnicas

De este modo, las técnicas utilizadas han sido las siguientes:

- Análisis documentario
- Análisis textual
- Entrevista
- Encuesta

3.4.2 Instrumentos

Como instrumento de investigación, se aplicó una entrevista (ver anexo 02), conformada por dos preguntas referidas al compromiso con la Responsabilidad social empresarial. El mismo que fue aplicado al personal que forma parte de la población de la Empresa de Generación Eléctrica S.A. – EGESUR de Tacna.

Así mismo, se aplicó el cuestionario (ver anexo 03) de PERÚ 2021 que mide los indicadores ETHOS.

3.5 Procesamiento de análisis de datos

Considerando que finalmente de la investigación requiere diseñar un plan de RSE focalizados bajo los indicadores ETHOS, se adopto el siguiente criterio:

- Análisis del plan estratégico de EGESUR.
- Análisis del plan de responsabilidad social empresarial
- Evaluación de la gestión de la RSE de EGESUR, según los indicadores ETHOS.
- Interpretación mediante una estadística señalada bajo la óptica de puntajes (máximo - mínimo), se uso de tablas de frecuencia, gráfico de barras y grafico de línea, para lo cual se hizo uso de Microsoft Office Excel.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Percepción de los empleados de EGESUR

Partiendo de la percepción de los empleados de EGESUR según el cuestionario (ver anexo 02), se pudo obtener de acuerdo a la pregunta:

1. ¿Cuál es el enfoque que tiene la gestión de su institución con respecto a RSE?

Tabla 4.

Percepción de los empleados de Egesur con respecto al enfoque de la gestión RSE en su institución.

Enfoque	Nº	Porcentaje%
Social	23	57,5
Ambiental	17	42,5
TOTAL	40	100,0

Fuente: Entrevista (anexo 02).

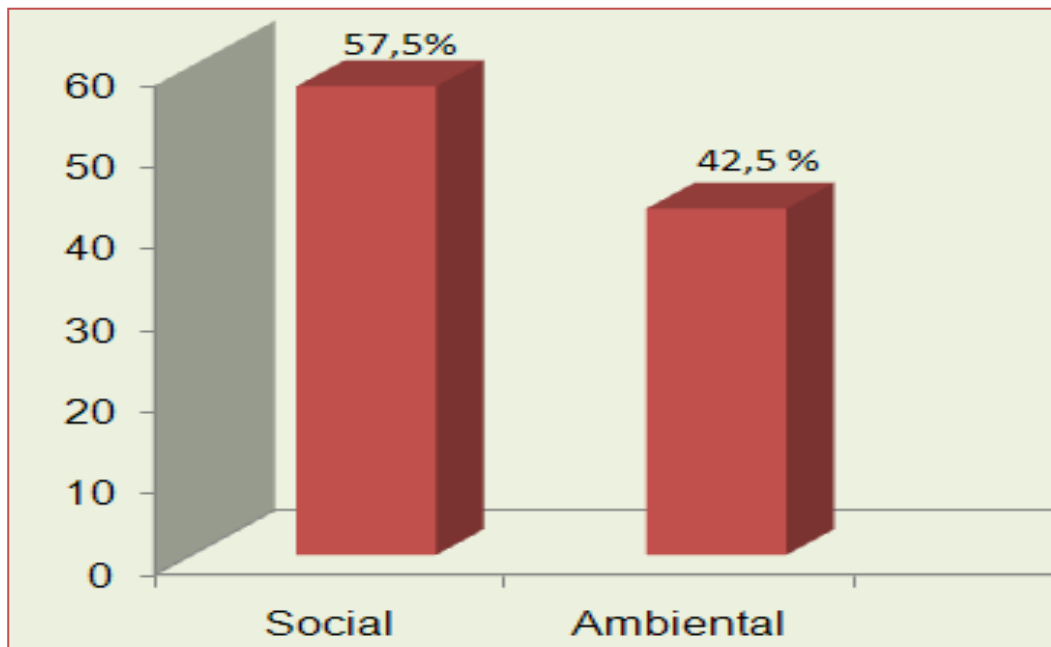


Figura 4. Percepción de los empleados de EGESUR con respecto al enfoque de la gestión RSE en su institución

Fuente: Tabla 4.

Se puede observar de la tabla 4 y la figura 4, que del 100% de los empleados de EGESUR que fueron entrevistados; 57,5% perciben que la gestión RSE en la institución tiene un enfoque social, sin embargo 42,5% indicaron que la gestión de RSE tiene un enfoque ambiental.

2. ¿Usted realiza actividades que contribuyen a la responsabilidad social empresarial?

Tabla 5.

Percepción de los empleados de EGESUR con respecto a que realizan actividades que contribuyen en la gestión de RSE

Enfoque	Nº	Porcentaje%
Siempre	5	2,5
Frecuentemente	35	87,5
Nunca	0	0,0
TOTAL	40	100,0

Fuente: Entrevista (anexo 02)

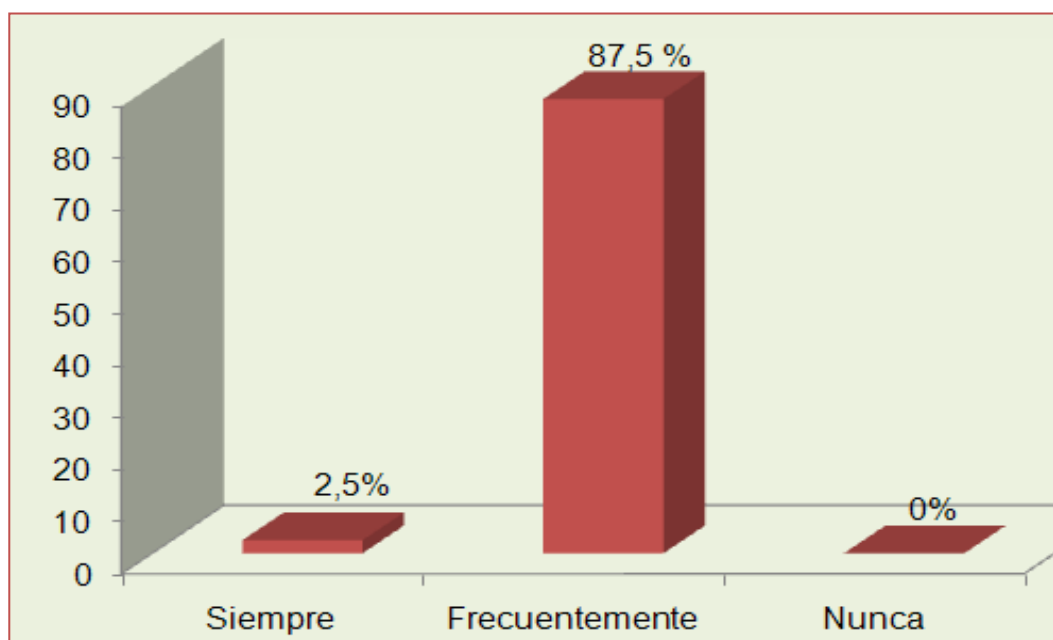


Figura 5. Percepción de los empleadores de EGESUR con respecto a que realizan actividades que contribuyen en la gestión de RSE

Fuente: Tabla 5

Se puede observar de la tabla 5 y la figura 5, que del 100% de los empleados de Egesur que fueron entrevistados; 87,5% señalan que

frecuentemente realizan actividades que contribuyen en la gestión de RSE de su institución; mientras que el 2,5% indican que siempre.

4.2 Análisis del estado actual de la gestión de la RSE de EGESUR

Tomando como punto de partida el análisis; se puede señalar que la gestión de la Empresa de Generación Eléctrica S.A. - EGESUR y según su plan de RSE, la institución ha venido enfocando su gestión de RSE únicamente en bien de la comunidad, no incluyendo a otros intervinientes de su grupo de interés.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Evaluación de la gestión de la RSE de EGESUR, según los indicadores ETHOS

Se aplicó el cuestionario de indicadores ETHOS (ver anexo 03) señalado por PERÚ 2021, líder en RSE en nuestro país, obteniendo el siguiente resumen:

Tabla 6.

Resumen del estado actual de EGESUR, según los indicadores ETHOS por etapas

Estructura de los indicadores	Etapas
Valores, transparencia y gobierno corporativo	3
Público interno	2
Medio ambiente	2
Proveedores	1
Consumidores y clientes	3
Comunidad	3
Gobierno y sociedad	3

Fuente: Cuestionario ETHOS – PERU 2021.

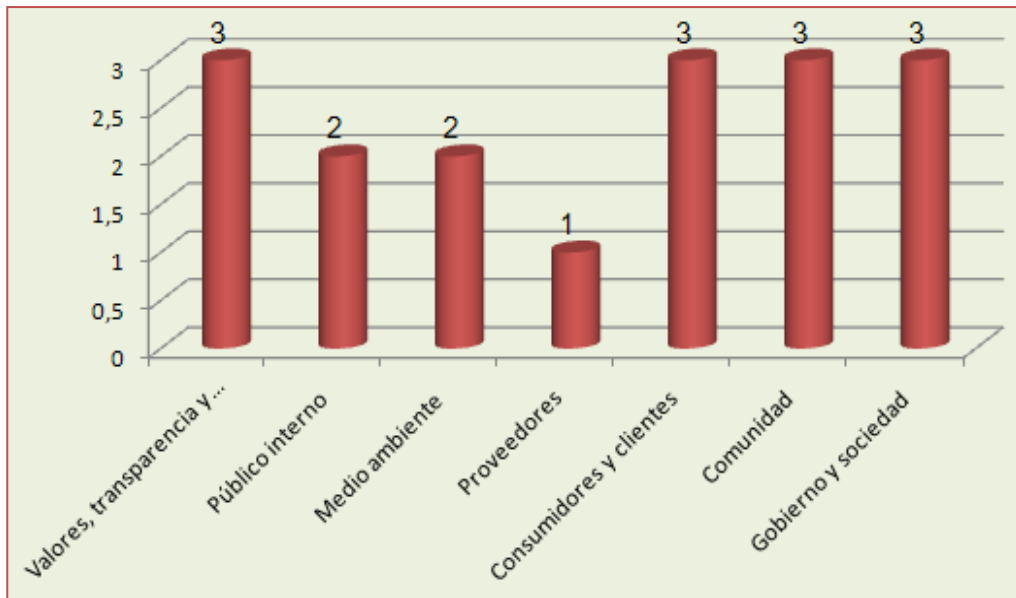


Figura 6. Resumen del estado actual de EGESUR, según los indicadores ETHOS por etapas.

Fuente: Tabla 6.

De la tabla 6 y figura 6, se observa el resumen del estado actual de EGESUR, según los indicadores ETHOS donde se interpreta que de acuerdo a los indicadores de profundidad el indicador proveedores se encuentran en la etapa 1, lo que quiere decir que aun se encuentra en una etapa básica de acciones por parte de la institución.

Seguidamente tenemos al indicador público interno y al indicador medio ambiente que se encuentran en la etapa 2; es una etapa intermedia de acciones, en la cual la institución mantiene una postura defensiva sobre los temas.

Y finalmente, tenemos a los indicadores de valores, transparencia y gobierno corporativo; consumidores y clientes; comunidad y gobierno /sociedad que se encuentran en la etapa 3; lo que representa que están en una etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa. La responsabilidad social y el desarrollo sostenible son considerados estratégicos para el negocio.

Por tanto, vemos a detalle los indicadores donde se obtuvo menor:

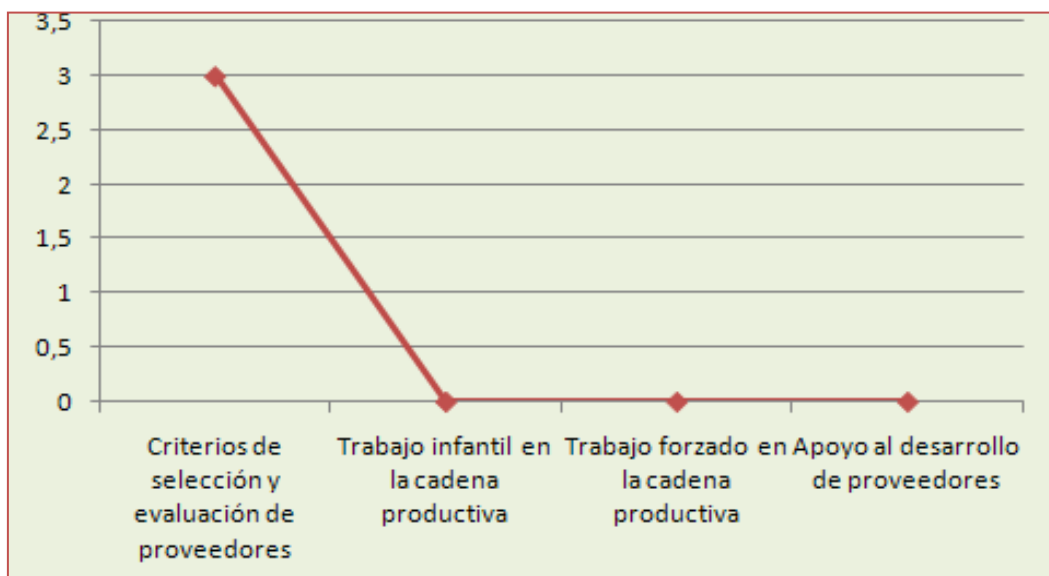


Figura 7. Indicador proveedores de EGESUR, según los indicadores ETHOS.

Fuente: Cuestionario ETHOS – PERU 2021.

Se puede apreciar de la figura 7, que EGESUR no proyecta acciones que contribuyan a los subindicadores de trabajo infantil en la cadena productora, en el trabajo forzado en la cada productiva y en el apoyo de desarrollo de proveedores que pertenecen al indicador proveedores.



Figura 8. Indicador público interno de EGESUR, según los indicadores ETHOS.

Fuente: Cuestionario ETHOS – PERU 2021.

De los subindicadores del indicador publico interno según la figura 8 podemos interpretar que el subindicador preparación para la jubilación es el que tiene asignado el menor puntaje 0, seguido del subindicador cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo y el subindicador compromiso con el desarrollo infantil.

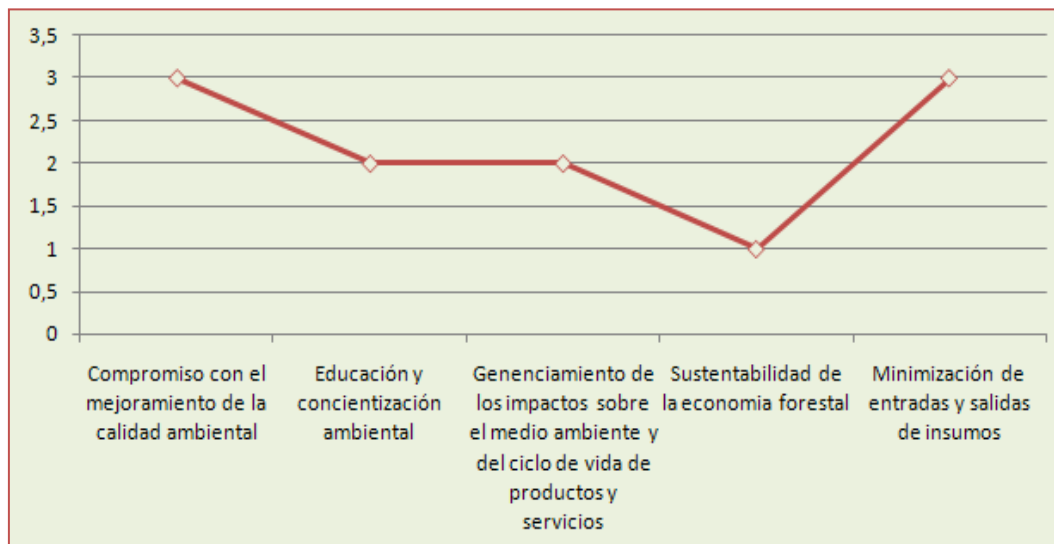


Figura 9. Indicador medio ambiente de EGESUR, según los indicadores ETHOS

Fuente: Cuestionario ETHOS – PERU 2021.

De la figura 9 se puede observar que los subindicadores del indicador medio ambiente tal como, la sustentabilidad de la economía florestal y el gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios tienen como puntaje 2.

5.2 Propuesta de un Plan de RSE para EGESUR, según los indicadores ETHOS

Después de todo el estudio analizado y desarrollado, se proyecta a manera de propuesta el “Plan de Responsabilidad Social Empresarial” para Egesur el mismo que contiene los siguientes ítems:

1. Presentación

El presente documento trata de las acciones encaminadas por parte de la Empresa de Generación Eléctrica S.A. en adelante EGESUR para gestión de su responsabilidad social empresarial abordada a través de las relaciones comunitarias.

El plan de responsabilidad social empresarial de EGESUR, se ha elaborado siguiendo los lineamientos de la normatividad ambiental y social nacional vigente (Decreto Supremo N° 012-2008-EM Reglamento de participación ciudadana para la realización de actividades de hidrocarburo) y la Guía de relaciones comunitarias del Ministerio de Energía y Minas.

El presente plan de responsabilidad social empresarial tiene como fin primordial construir relaciones comunitarias estables, sólidas y de confianza mutua con los grupos de interés de EGESUR.

EGESUR considera que el establecimiento de una relación continua y positiva con la comunidad es de vital importancia en la implementación de una gestión de tipo social, para ello el empleo de un diálogo transparente con los grupos de interés contribuirá a prevenir y mitigar situaciones de conflicto.

2. Base legal

- Ley General del Ambiente N° 28611
- Artículo 78°. De la Responsabilidad Social de la Empresa

“El Estado promueve, difunde y facilita la adopción voluntaria de políticas, prácticas y mecanismos de responsabilidad social de la empresa, entendiendo que ésta constituye un conjunto de acciones orientadas al establecimiento de un adecuado ambiente de trabajo, así como relaciones de cooperación y buena vecindad impulsadas por el propio titular de operaciones”.

Mediante, acuerdo de Directorio 019-2013/S.D.439-EGESUR, del 25 de junio de 2013, el Directorio de EGESUR aprobó el Plan Estratégico 2013 - 2017 en el que se consideraron los siguientes objetivos estratégicos:

1. Mejorar la rentabilidad empresarial
2. Buscar la eficiencia económica de la empresa
3. Mantener contratos auspiciosos
4. Incrementar la capacidad de generación de energía
5. Mantener las buenas relaciones con el entorno
6. Mantener altos estándares de transparencia
7. Mejorar la gobernabilidad de la empresa
8. Mantener excelentes niveles de gestión
9. Fortalecer el clima laboral y la cultura organizacional
10. Fortalecer la capacitación del personal
11. Fortalecer el uso de TIC en la empresa

Del objetivo estratégico 7 se desprende el objetivo específico de “Mantener un plan de responsabilidad social”.

3. Objetivo general

Establecer relaciones positivas con los grupos de interés, fomentar la participación y proporcionar soporte a los mismos, permitiendo disminuir probables situaciones de conflicto social, económico y ambiental durante la operación de las centrales de generación de energía eléctrica.

4. Objetivos específicos

Relacionarse positivamente con los grupos de interés de las operaciones de las centrales eléctricas buscando aunar con la sociedad organizada esfuerzos en aras de su desarrollo según los indicadores ETHOS.

5. Actores de EGESUR e intereses

EGESUR cuenta con varios actores identificados en su quehacer diario, por un lado están los órganos de gobierno de la empresa tales como el FONAFE y el Directorio que se encuentran en constante comunicación con la empresa y mantienen un interés por mejorar los resultados globales de la empresa así como su crecimiento y solidez empresarial.

Por otro lado se encuentran como actores los trabajadores de la empresa los cuales mantienen intereses de desarrollo y crecimiento personal y profesional, consideración a la hora de la información y la mejora de sus condiciones globales (ergonómicas, salariales, de seguridad, etc). Para

gestionar este actor, EGESUR mantiene planes de capacitación, de mejora del clima organizacional y de afianzamiento de los valores de la empresa. Seguidamente se encuentra el entorno social como un actor más en la vida de EGESUR, ellos mantienen diversos intereses y caracteres según las zonas en la que se encuentran ubicados.

Los actores del entorno social son variados e incluyen a la sociedad organizada y a las instituciones de gobiernos locales y regionales.

A continuación se resumen los principales *stakeholders*:



Figura 10. Grupos de interés de EGESUR.

Fuente: Plan Estratégico de EGESUR.

6. Matriz de acciones RSE (Según indicadores ETHOS – PERU 2021)

Objetivos específicos	Acciones priorizadas			Meta Física		Priorización Trimestral			
	Código	Título	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	I	II	III	IV
	ARSE1	Valores transparencia	Asignar el comité de RSE de EGESUR	Comité	1				
	ARSE2	Público Interno	Programa de incentivos retiro antes 70	Programa	2				
	ARSE3		Evaluación del Clima Laboral	Diagnostico	1				
	ARSE4		Campaña no violencia en el hogar	Campaña	1				
	ARSE5		Gestionar una evaluación que certifique bajo las normas SA8000, BS 8000, OHSAS 18001 o por norma equivalente	Acción	1				
	ARSE7		Comunicar las normas del medio ambiente a los empleados	Reunión	1				
	ARSE8	Medio Ambiente	Elaboración de un plan para la aplicación de las 3Res	Plan	1				
	ARSE9		Elaboración de un programa de gerenciamiento de residuos con la participación de los proveedores, cliente y consumidores.	Programa	1				
	ARSE10		Incentivar a los proveedores a contar con certificación forestal	Acción	4				
	ARSE11		Monitoreo ambiental: Medición del aire	Acción	3				
	ARSE12		Monitoreo ambiental: Medición de agua	Acción	12				
	ARSE13	Proveedores	Realizar inspecciones o investigar de la no existencia de mano de obra infantil	Acción	2				
	ARSE14	Consumidores y Clientes	Taller de Atención al cliente	Taller	1				
	ARSE15	Comunidad	Capacitación a los docentes "Matemática"	Beneficiarios	14				
	ARSE16		Concurso de Pintura en los colegios en Candarave Curibaya	Beneficiarios	20				
	ARSE17		Concurso de "Comprensión Lectora" - Computadora	Beneficiarios	16				
	ARSE18		Programa de incentivo a la investigación a estudiantes de las universidades	Beneficiario	30				
	ARSE19	Gobierno y Sociedad	Gestionar auditorias de la gestión de la institución	Acción	1				

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

De esta investigación se llegaron a establecer las siguientes conclusiones:

Primera: Se diseñó el plan de responsabilidad social empresarial focalizado en los indicadores ETHOS, permitiendo que la gestión de la empresa se ubique su grado de avance y compromiso con la RSE; de acuerdo a sus etapas.

Segunda: Se logró medir y evaluar el plan de responsabilidad social empresarial bajo los indicadores ETHOS – PERÚ 2021; naciendo un nuevo plan de RSE para la Empresa de Generación Eléctrica S.A.

Tercera: Se propone en el Capítulo V un plan de RSE para EGESUR haciendo referencia a los segmentos de los valores, transparencia y gobernanza, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores/clientes, comunidad y gobierno/ sociedad, indicadores del modelo de calidad “indicadores ETHOS – PERÚ 2021”.

RECOMENDACIONES

1. Las empresas de cualquier rubro pueden tomar como herramienta de soporte la propuesta del plan de RSE desarrollado con el fin de tener resultados óptimos en el proceso de evaluación y maximizando el valor económico, social y ambiental para todos los grupos de interés o personas involucrados con la empresa.
2. Para el diseño de un plan de RSE se debe tener presente a los indicadores ETHOS considerando que estos tienen un orientación positiva desde un punto de vista social, económico y ambiental y a su vez no se limita a describir el comportamiento de los individuos que interactúan con la institución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHRENS, H (2007). *Gobernabilidad y reforma política en América Latina y Europa*. Editorial Plural editores. Bolivia.

ANDER, E. (1990). *Introducción a las técnicas de investigación social*. 7ª edición. Humanitas. Buenos Aires.

ALCOBERRO, R. y MURILLO D., otros (2007). *Ética, economía y empresa*. 1ra ed. Editorial Gedisa. España.

ALVARADO, A., & SCHLESINGER, M. W. (2008). *Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre a imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll*. Estudios Gerenciales.

AREQUE, R., & M ONTERO, J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria.

BORELLO, A. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. España.

BRITO, M. (2007). *Gobernanza empresarial: Ética, Responsabilidad Social y Rentabilidad en la Era Pos-Enrom*. Revista Venezolana de Gerencia. Venezuela.

CANO, A. (2007). *Gobierno corporativo: principales desarrollos en las empresas que cotizan en la bolsa de valores de Colombia*. Sello Editorial, Universidad de Medellín - Colombia.

CARDOZO, M. (2003). *Las empresas y su responsabilidad en el campo social economía, sociedad y territorio*. México.

CARNEIRO, M (2004). *La Responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos*. ESIC Editorial. España.

CARRION, J. (2007). *Estrategia de la visión de la acción*. 2da Edición, ESIC Editorial. Madrid España.

CHIRINOS, M. E., FERNÁNDEZ, L., & SÁNCHEZ, G. (2012). *Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables*. Razón y Palabra.

CINU. (2000). Centro de Información Naciones Unidas. México, Cuba y República Dominicana.

CRESPO, F. (2010). *Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad social empresarial*. Estudios Gerenciales.

CORREA, J. G. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social*. Semestre Económico.

CORREA, M. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina*. Editorial United Nations Publications. Nueva York.

DARIO, A. P. (2012). *La red Tear: Un estudio de la implementación de la responsabilidad social empresarial en empresas medianas y pequeñas*.

DOPICO, A., RODRÍGUEZ, R., & GONZÁLES, E. (2012). *La responsabilidad social empresarial y los stakeholders: Un análisis clúster*. Revista Galega de Economía. España.

GARCÍA, M., & LARRINAGA, C. (2003). *Environmental disclosure in Spain: Corporate characteristics and media exposure*. Spanish Journal of Finance and Accounting.

HERNÁNDEZ, R.; FERNANDEZ, C. y BAPTISTA, P. (2004). *Metodología de investigación científica*. 2ª Edición. McGraw-Hill. D.F. México.

HERNÁNDEZ, R. FERNÁNDEZ, C. BAPTISTA, P. (2003). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. Interamericana de México.

NAVARRO, F (2008). *Responsabilidad social corporativa*. ESIC Editorial. Madrid.

MUÑOZ, J (2004). *La gestión integrada: calidad, seguridad y medio ambiente*. Editor SERFOREM, S.L. España.

LANGLOIS, A. (2010). *RSE y políticas públicas. Entre la cooperación y la compensación*. Trabajo presentado en IX Cumbre Iberoamericana de Comunicaciones: Cambios en el escenario sociocultural del siglo XXI.

LARRINAGA, C., & MONEVA, J. (2002). *Global reporting initiative: contabilidad y sostenibilidad*. Partida Doble. España.

LEAL, J. (2005). *Ecoeficiencia: Marco de análisis, indicadores y experiencias*. Editorial Naciones Unidas. Santiago de Chile.

LEÓN, M. D., BAPTISTA, M. V., & CONTRERAS, H. (2012). *La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial*. Fórum Empresarial.

LOPEZ, M. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Editorial Paraninfo. España.

LIZCANO, J. (2006). *Buen gobierno y responsabilidad social corporativa*. Partida doble. España.

MOLINA, N. F. (2008). *La responsabilidad social empresarial plasmada en los programas de desarrollo y paz: El caso de ISA e ISAGEN y su presencia en la red PRODEPAZ*. Cuadernos de Administración. Colombia.

PULIDO, A., & RAMIRO, P. (2010). *La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia*. Colombia.

RICO, A.; SIERRA, A. (2008). *Impacto de la Responsabilidad Social en la Agencia Avianca - Deprisa*. Universidad de la Salle, Bogotá.

RODRÍGUEZ, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional'*. Desarrollo Gerencial. Colombia.

SAAVEDRA, M. L. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas*. Cuadernos de Administración.

SCHWALB M. y MALCA, O. (2006). *Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. 1ra. Edición. Lima. Universidad del Pacífico.

SCHWALB M. y GARCÍA, E. (2004). *Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial*. Colección 2004. 1ra edición. Universidad del Pacífico. Lima.

VELASCO, J. (2005). *Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental*. Dykinson. Madrid.

VILLAFAÑE, J. (2004). *La Buena Reputación, Claves del valor intangible de las Empresas*. Pirámide, Madrid.

ZADEK, S. E. (2002). *Corporate responsibility clustering*. The Copenhagen Centre & Accountability, S1.

Revistas

ACERO, I., & Alcalde, N. (2012). *Gobierno Corporativo y rendición de cuentas: ¿Existe algún efecto sobre la Performance Empresarial?*. Revista de contabilidad N° 15.

AGUILAR, A., & RAUFFLET, E. (2010). *Desviación positiva y responsabilidad social empresarial (RSE)*. La experiencia de

ETHOS en Brasil. Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.

BALTERA, P., DÍAZ, E., & DUSSERT, J. P. (2005). *Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral*. Cuadernos de Investigación.

BOLETÍN ONU, (3 de Junio de 2005). *Centro de información de naciones unidas*. organización de las Naciones Unidas.

CARNEIRO, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: la "nueva frontera" de los recursos humanos*. ESIC Editorial. Gráficas Dehon. España.

CASTAÑO, E. J. (2011). *Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada*. Revista Lasallista de Investigación.

CORDERO B. (2010). *Auditoría de un sistema de gestión de la responsabilidad social corporativa*. En revista CIES, Boletín N° 84.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2001). *Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas.*

EKOS (2007). *Economía y Negocios.*, N° 161. Ediecuatorial.

EMPRESA. (2009). Fórum Empresa. Recuperado el 31 de Enero de 2009, de Alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial.

ESCOBAR, B., & GONZÁLEZ, J. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa: ¿Compromiso u oportunismo?*. Revista de Contabilidad.

GALLARDO, D., & CASTILLA, F. (2005). *La Actuación empresarial responsable y una nueva propuesta para su divulgación por las empresas.* Revista de Contabilidad.

GONZÁLES, E. (2007). *La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa.* Veritas. Revista de Filosofía y Teología.

GLOBAL COMPACT. (2006). PACTO GLOBAL. *La responsabilidad cívica de las empresas en la economía mundial*. Recuperado el 31 de Julio de 2006, de El Pacto Mundial, Naciones.

MARTÍNEZ C., MAVAREZ R., ROJAS, L., RODRÍGUEZ (2006). *La responsabilidad social como instrumento para fortalecer la vinculación universidad-entorno social*. Trabajo presentado ante el Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. Palacio de Minería. Ciudad de México.

MORENO, Z., & GRATEROL, D. (2011). *Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme*. Un estudio en el sector metalmeccánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. Contaduría y Administración.

RODRIGUEZ, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: El reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional*. Revista Desarrollo Gerencial. Colombia.

ROZAS A. (2009). *La responsabilidad social de las empresas*. Revista Quipukamayo. Perú.

RENDUELES, M., & DREHER, M. (2007). *La dualidad sujeto-objeto y la responsabilidad social empresarial.*

PRADINI, J. &. (2007). *La responsabilidad social en el Tercer Sector.* Salud y drogas.

PULIDO, A., & RAMIRO, P. (2010). *La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia.* AGO.USB Medellín-Colombia.

TRUJILLO, M. & VÉLEZ, R. (2006). *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial.* Universidad & Empresa.

UNFCC. (2006). *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.*

VÉLEZ, A. (2011). *Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa.* Revista Ciencias Estratégicas.

VÁSQUEZ, A., & GONZALES, P. (2009). *Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia*. Contabilidad y Negocios.

VIDAL, P. (2005). *La responsabilidad social de las organizaciones no lucrativas*. Centro de recursos del Observatorio del Tercer Sector.

Publicaciones Web

CASADO, F. (2013). *Integración de la RSE a la Gestión Empresarial*. PAEC: El Programa de Alta Especialización en Comunicación Estratégica. Universidad San Martín de Porras [en línea] <http://www.epu.edu.pe/paec/expositores.php> [consulta hecha 14/12/2013].

COMISIÓN EUROPEA. (2005). *Dirección general de empresa de empresas responsables: Cuestionario de concienciación* [en línea] http://www.ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/questionnaire_es.pdf [consulta hecha 14/12/2013].

EMPRESA. (2009). *Fórum empresa de alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la responsabilidad*

social empresarial (RSE) en las Américas [en línea]
www.empresa.org [consulta hecha 12/12/2013].

PERÚ 2021. *Primer portal de responsabilidad social en el Perú* [en línea]
<http://www.peru2021.org/principal/categoria/indicadores-ethos-peru-2021/111/c-111> [consulta hecha 10/05/2014].

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development). (2009).
Responsabilidad social empresarial Panamá [en línea]
<http://www.integrarse.org.pa/rse/historia.htm> [consulta hecha 06/01/2014].

ANEXOS

ANEXO 01

MATRICES PARA EL PLAN DE RSE

1. Matriz de definición de objetivos y acciones asociadas

Objetivo General:		
Objetivos específicos	Ámbito de trabajo	Acciones propuestas

2. Matriz de priorización de acciones

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

3. Plantilla de plan de acción

Objetivo General:							
Objetivos específicos	Acciones priorizadas			Responsable	Priorización		Presupuesto S/.
	Código	Título	Descripción		Fecha Inicio	Fecha Fin	
Objetivo 1							

4. Matriz de seguimiento y control

Objetivos específicos	Acciones priorizadas			Meta Física		Priorización Trimestral				
	Código	Título	Descripción	Unidad de medida		Cantidad	I	II	III	IV

ANEXO 02

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE EGESUR TACNA

Las preguntas realizadas solo sirve para fines del trabajo de investigación denominado "DISEÑO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL FOCALIZADO EN LOS INDICADORES ETHOS COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA LA EMPRESA DE GENERACIÓN ELÉCTRICA S.A. EGESUR".

Como miembro de EGESUR, pedimos su colaboración respondiendo las siguientes interrogantes:

1. ¿Cuál es el enfoque que tiene la gestión de su institución con respecto a RSE?

✓

2. ¿Usted realiza acciones que contribuyen a la responsabilidad social empresarial? ¿cómo?

✓

Gracias por su colaboración.

ANEXO 03

CUESTIONARIO: LOS INDICADORES ETHOS – PERÚ 2021

1. TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

a. Autoregulación de la conducta

✓ Indicador 1 – compromisos éticos

Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos:											
<p>Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.</p>	<p>Los valores y principios de la organización existen en un documento formal, que cuenta con un proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de una persona o área responsable.</p>	<p>La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes /comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.</p>	<p>Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.</p>								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Etapa 1</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 1		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Etapa 2</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 2		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Etapa 3</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 3		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Etapa 4</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 4	
Etapa 1											
Etapa 2											
Etapa 3											
Etapa 4											
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)									

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No
1.1. Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés internos (colaboradores, accionistas)		
1.2. Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés externos (comunidad, proveedores, clientes, gobiernos, entre otros)		
El código de conducta y/o código de ética:		
1.3. Orienta la relación con el personal		
1.4. Orienta la relación con los proveedores		
1.5. Orienta la relación con los consumidores y clientes		
1.6. Orienta la relación con la comunidad		
1.7. Orienta la relación con el gobierno		
1.8. Orienta el compromiso con el medio ambiente		
1.9. Orienta la relación con los accionistas		
1.10. Es explícito en cuanto al compromiso ético en la gestión de información privilegiada o de carácter privado, obtenida durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores etc.)		
1.11. Es explícito respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todos los grupos de interés.		
1.12. Es explícito con respecto al cumplimiento de las leyes y pago de tributos;		
1.13. Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales		
1.14. Es explícito en promover y defender la competencia leal		
1.15. Es explícito con respecto al conflicto de intereses;		
1.16. Es explícito con respecto a las contribuciones políticas		
1.17. Contiene un procedimiento claro y formal de sanción para faltas al código de conducta y/o ética		
1.18. Posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas.		
1.19. Además de cumplir todas las leyes vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a las que están vinculados al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente		

✓ **Indicador 2 – Arraigo en la cultura organizacional**

Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:											
Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno.	Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.	Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.	Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva.								
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 1</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 1		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 2</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 2		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 3</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 3		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 4</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 4	
Etapa 1											
Etapa 2											
Etapa 3											
Etapa 4											
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)									

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No
2.1. Posee una Visión		
2.2. Posee una Misión		
2.3. La RSE esta explícita en la misión y visión de la empresa y considerada en sus principios		
2.4. Promueve la misión y visión a todos los niveles de la empresa		
2.5. Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos (valores, código) a ejecutivos y empleados		
2.6. Promueve la difusión de sus principios éticos a sus proveedores, contratistas o distribuidores		
2.7. Aplica sanciones claras para faltas éticas		
2.8. Reconoce la RSE es parte de la estrategia empresarial / corporativa / organizacional - no es un actividad aislada		
2.9. Tiene un área / comité / grupo responsable de velar por el cumplimiento y transmisión de políticas de RSE		

✓ **Indicador 3 – gobierno corporativo**

Respecto a la estructura organizativa y prácticas de gobierno de la empresa:			
Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.	El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, Priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.	Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y Evaluados periódicamente.	Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de los grupos de interés en asuntos que las involucren.
Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)	

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No
3.1. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)		
3.2. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar de mejor manera la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos		
3.3. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones		
3.4. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la OIT		
3.5. Orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la organización para la cooperación y el desarrollo económicos (OCDE)		
3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/o en apoyo a las Metas del Milenio		
Posee un Directorio con una estructura que contempla consejos o comisiones de administración, auditoría independiente, fiscal y de remuneración para :		
3.10. Asegurar el control de la propiedad de la gestión		
3.11. Prevenir / cohibir abusos de poder de sus integrantes		
3.12. Evitar fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses		
3.13. Desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción		
3.14. Evitar la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas		

3.15. Evitar la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan		
3.16. En caso la empresa sea familiar, cuenta con un plan de sucesión y protocolo familiar		
3.17. Incorpora en su gestión los Principios de Buen gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas * http://www.conasev.gob.pe/Acerca de/Acer_GobiernoCorp.asp		

Aplica los Principios del BGC en lo referido a:	Si	No
3.18. La Protección de los Derechos de los Accionistas		
3.19. El Tratamiento Equitativo de los Accionistas, incluidos los minoristas y los extranjeros		
3.20. La Función de los Grupos de Interés en el gobierno de la empresa		
3.21. La Comunicación y Transparencia Informativa		
3.22. La Precisión de las Responsabilidades de su Directorio		
3.23. Comunica públicamente sus prácticas de Buen Gobierno Corporativo		

	2012	2013	2014
3.24. Número de miembros del Consejo de Administración (o estructura similar)			
3.25. Porcentaje del Consejo Administrativo (o estructura similar) formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos			
3.26. Porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración (o en estructura similar)			

b. Relaciones transparentes con la sociedad

✓ Indicador 4 – Relaciones con la competencia

Respecto a las políticas de relación con la competencia u organizaciones de mismo propósito, la empresa:			
<p>Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple la legislación y busca un posicionamiento leal.</p>	<p>Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando necesario) con el público interno sobre su postura ante los concurrentes.</p>	<p>Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de empleados en la discusión de esos aspectos.</p>	<p>Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trusts y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).</p>
<p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)	

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No
4.1. Ha desarrollado principios relacionados a la competencia leal que constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa		
4.2. Respeta la legislación referente a prácticas de libre competencia y competencia desleal elaboradas o promovidas por ASPEC y/o INDECOPI		
4.3. Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su página Web, de material institucional, del informe anual etc.)		
La empresa:	Si	No
4.4. Adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios		
4.5. Capacita a su personal de ventas acerca de los lineamientos de la empresa sobre el tema de competencia desleal		
4.6. Participa en asociaciones gremiales para la discusión de aspectos de competencia leal		
La política sobre competencia desleal aborda los siguientes ítems:		
4.7. Piratería		
4.8. Evasión fiscal		
4.9. Contrabando		
4.10. Adulteración de productos o marcas;		
4.11. Falsificación de productos		

✓ Indicador 5 – Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders)

Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:											
<p>Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.</p>	<p>Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socioambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.</p>	<p>Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para "interiorizar los impactos socioambientales" negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.</p>	<p>Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prever, minimizar o eliminar los impactos socioambientales negativas que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.</p>								
<table border="1"> <tr> <td>Etapa 1</td> <td></td> </tr> </table>	Etapa 1		<table border="1"> <tr> <td>Etapa 2</td> <td></td> </tr> </table>	Etapa 2		<table border="1"> <tr> <td>Etapa 3</td> <td></td> </tr> </table>	Etapa 3		<table border="1"> <tr> <td>Etapa 4</td> <td></td> </tr> </table>	Etapa 4	
Etapa 1											
Etapa 2											
Etapa 3											
Etapa 4											
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)									

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No
5.1. Tiene claramente identificados a sus grupos de interés		
5.2. Posee una política de diálogo constante con los grupos de interés		
5.3. Se comunica con grupos de interés que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios		
5.4. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, esfuerzo o demanda de sus grupos de interés		
5.5. En su proceso de diálogo e involucramiento de los grupos de interés, cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones		
La empresa:	Si	No
5.6. Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de los grupos de interés sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus grupos de interés		
5.7. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general		
5.8. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el reporte de sostenibilidad de la empresa		
5.9. Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma AA1000		

✓ Indicador 6 – Balance Social/Reporte de sostenibilidad

Respecto a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:											
Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.	Elabora anualmente el balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos.	Produce con amplio involucramiento interno el balance social o reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables.	Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externas, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.								
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 1</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 1		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 2</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 2		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 3</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 3		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Etapa 4</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> </table>	Etapa 4	
Etapa 1											
Etapa 2											
Etapa 3											
Etapa 4											
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifíquelo)									

Informaciones adicionales

La empresa:	Si	No	
6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros			
6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros			
6.3. En el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de empleados, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)			
6.4. Incorpora la empresa en el reporte de sostenibilidad críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés			
6.5. El proceso de divulgación del reporte de sostenibilidad contempla por lo menos a cuatro de los siguientes stakeholders: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general			
La empresa:	Si	No	
6.6. Expone la empresa datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en Internet			
6.7. Los datos recogidos y utilizados para el reporte de sostenibilidad se emplean en la planificación estratégica de la empresa			
6.8. Cuenta la empresa con un equipo que se dedica a la elaboración del Reporte de Sostenibilidad todos los años con la			
	2012	2013	2014
6.10. Cantidad de grupos de interés (público interno, proveedores, comunidad, medioambiente, clientes, gobierno y sociedad) involucradas en la elaboración del Reporte de Sostenibilidad			

Nota: En el cuestionario de los indicadores ETHOS está publicado por PERU 2021 en su web site:

<http://indicadores.ethos.org.br/login.aspx?ReturnUrl=%2fDefault.aspx&AspxAutoDetectCookieSupport=1>