

# GUÍA PRÁCTICA DE RSE PARA PYMES MEJORES PRÁCTICAS PARA MAYOR PRODUCTIVIDAD



Elaborada por:



**BID**

**giz**

Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

## Colofón

**Edición:** FUNDEMAS

**Coordinación:**

Haydee de Trigueros, FUNDEMAS

**Staff Editorial:**

Ana María Funes, Acción Estratégica  
Rosa Chavarría, FUNDEMAS

**Diseño y diagramación**

Luis Cerón, FUNDEMAS

**Impresión:**

Innovación Digital S.A. de C.V.

**Con el auspicio de:**

FOMIN - BID

GIZ

FUNDEMAS

**Primera Edición**

San Salvador El Salvador, Diciembre de 2012

Tiraje 300 ejemplares

**GUÍA PRÁCTICA DE RSE PARA PYMES es una publicación de: FUNDEMAS** Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS) nace en El Salvador, el 25 de mayo de 2000 y sus estatutos son aprobados por el Ministerio del Interior de la República de El Salvador el 4 diciembre del mismo año. A la fecha cuenta con 150 miembros fundadores, conformados por personas naturales, empresas, gremiales, fundaciones e instituciones de educación superior. FUNDEMAS nace con el objetivo de contribuir al desarrollo económico y social de El Salvador, mediante el fortalecimiento de la responsabilidad social de la empresa privada, la promoción de la filantropía empresarial y el fomento de los valores empresariales.

([www.fundemas.org/paginas/index.htm](http://www.fundemas.org/paginas/index.htm))

**Dirección FUNDEMAS**

Calle el Pedregal, Antiguo Cuscatlán,

La Libertad. El Salvador. CA

Tel.: 2212-1799

Fax.: 2212-1798

Email: [Info@fundemas.org](mailto:Info@fundemas.org)

Visite nuestro sitio en internet [www.fundemas.org](http://www.fundemas.org)



# GUÍA PRÁCTICA DE RSE PARA PYMES

I. CONOCIENDO LA RSE .....	4
Introducción .....	5
¿Qué es la RSE? .....	7
¿Cuáles son las dimensiones de la RSE? .....	9
¿Quiénes son los Grupos de Interés? .....	11
II. RSE, ÁREAS, BUENAS PRACTICAS Y BENEFICIOS .....	13
Áreas de la RSE.....	14
¿Qué es una Buena Práctica? .....	15
GOBERNABILIDAD.....	17
PÚBLICO INTERNO .....	19
MERCADEO RESPONSABLE .....	23
PROVEEDORES .....	26
COMUNIDAD .....	30
MEDIO AMBIENTE .....	33
POLÍTICAS PÚBLICAS .....	36
III. INDICARSE PYME.....	38
¿Qué es INDICARSE PYMES? .....	39
IV. PASOS PARA IMPLANTAR LA RSE EN SU NEGOCIO/EMPRESA.....	41
Cuadro de pasos para la implementación de RSE.....	42
V. ANEXOS .....	43
1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA RSE.....	44
2. RSE CUADRO RESUMEN.....	46
3 .GLOSARIO DE TERMINOS RSE.....	44
4. PÁGINAS WEB Y RECURSOS EN INTERNET .....	52
5. BIBLIOGRAFÍA Y LECTURAS RECOMENDADAS .....	53

# I. CONOCIENDO LA RSE

*Ser o no ser socialmente responsable  
está dejando de ser una elección.  
La PYME no puede quedar al margen*

# Introducción

El documento que ahora tienes en tus manos te guiará, para que puedas hacer un cambio positivo en la administración de tu empresa, que te permitirá tener estabilidad financiera, social y ambiental, en beneficio de tu negocio y el entorno en el que te desenvuelves. Nos complace decirte:

## ¡BIENVENID@S AL MUNDO DE LA RSE!

**La Guía Práctica de RSE para PYMES**, ha sido diseñada para permitirte entrar en contacto de una manera fácil y práctica con la **Responsabilidad Social Empresarial**. En esta guía encontraras información que ha sido recopilada, a partir de variados documentos y redactada de forma sencilla para su fácil comprensión y aplicación.

Consideramos que los siguientes temas serán de tu especial interés:

- Conceptos básicos
- Prácticas que puedes realizar
- Información sobre una valiosa herramienta de diagnóstico (INDICARSE PYME)

Esta información te permitirá iniciar un proceso de mejoría en la calidad y productividad de tus productos y servicios, en consecuencia, te abrirá posibilidades de tener un negocio, más organizado y productivo.

Como líder que eres en tu empresa, te corresponde dar ejemplo de la **Responsabilidad Social** y llevar la dirección de las prácticas de **RSE** que aquí te proponemos y que tengas a bien elegir; muchas de ellas se pueden realizar sin inversión económica alguna y te darás cuenta de que esas prácticas marcarán la diferencia en la ejecución de las actividades de tu empresa.

Te podemos asegurar, que la **RSE** te reportará muchos beneficios que veras reflejados en todos los ámbitos de tu empresa, en la medida en que apliques y pongas en acción sus principios y líneas estratégicas.

Dar los primeros pasos, no es una cosa complicada. De hecho, al tener esta guía en tus manos ya has iniciado el camino de la **RSE**, ahora es cuestión de perseverar y fijar tus metas para volver la implantación de la **RSE** una realidad que elevará a una nueva dimensión tu negocio/empresa.

Te preguntarás *¿Por qué es importante la implementación de la **RSE** en tu empresa?*, las razones son muchas, las más relevantes desde nuestro punto de vista son:

- Es una nueva forma de generar valor al negocio centrada en valores.

- Es un sistema de gestión integral que te permite comprometerte con lo económico, lo social y lo ambiental.
- Es una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las **PYMES** y volverlas sustentables.

Finalmente es importante reconocer que hoy por hoy la **RSE** es un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de **Responsabilidad Social** lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno.

No esperes, te animamos a dar un paso más en el desarrollo de tu negocio/empresa para tu progreso, el bien social común y el de las generaciones presentes y futuras.

## ¿Qué es la RSE?

Hoy día la **Responsabilidad Social Empresarial**, ha tomado gran importancia a nivel mundial, debido en buena medida a la globalización de los diferentes mercados y en principio podemos afirmar que la **RSE** nos lleva a **hacer negocios ganar-ganar**.

Te invitamos a leer las siguientes frases de **RSE** para que te vayas formando una idea, de cómo entenderla y practicarla.

La responsabilidad social **es posible** en todas las organizaciones

La **RSE** es la **integración voluntaria** por parte de las empresas o negocios, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones y relaciones

La RSE es una **conquista**, un camino que hay que recorrer cada día y hace referencia a la **excelencia** de las organizaciones y de las personas

Ser socialmente responsable presenta **ventajas** internas y externas que pueden convertirse en mayores **beneficios**

En la **RSE** un elemento diferenciador es que ya no importa sólo "**cuánto gano**", sino también "**cómo lo gano**"

La **RSE**, va más allá de la ley, pero cumplir las leyes es la primera exigencia de una empresa responsable

La **RSE**, no es filantropía, acción social o beneficencia

Ser socialmente responsable **puede reducir** los riesgos laborales y medioambientales, la publicidad negativa y los boicots

No podemos afirmar que existe una sola definición de **RSE**, esto se debe a que es un concepto que se ha venido desarrollando y evolucionando, sin perder de vista, el compromiso social de las empresas con la ética y el mejoramiento de el entorno en donde los negocios operan.

La definición que presentamos a continuación, es la adoptada por **FUNDEMÁS** (Fundación Empresarial para la Acción Social) cuya misión es la de difundir la cultura de la **RSE** en El Salvador.

*“Responsabilidad Social Empresarial es la Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible”*

Podemos decir que, la **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**, es hacer negocio teniendo en cuenta tus intereses, sí, pero también el bien común, dentro y fuera de tu negocio u organización.



## ¿Cuáles son las dimensiones de la RSE?

La **Responsabilidad Social Empresarial** tiene tres dimensiones: Social, Económica y Ambiental. El trabajo que se realiza en cada dimensión fortalece el Desarrollo Sostenible de los negocios y organizaciones.

*¿A qué llamamos Desarrollo Sostenible?* Es el desarrollo capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Una actividad sostenible se puede mantener a sí misma y a futuras generaciones. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando su repoblación es una actividad sostenible.

El desarrollo sostenible además de ser un fenómeno multidimensional, que abarca las dimensiones Social, Económica y Ambiental, también presenta las siguientes características:

- Es un **proceso dinámico**, que enfoca la capacidad de la economía para satisfacer las demandas de manera eficiente a través del desarrollo, combinación y sustitución de los recursos en los procesos de producción.
- Es un **concepto global**, que permite el flujo de recursos entre los sectores y las economías, mediante el comercio internacional puede maximizar la producción a la vez que se reducen las presiones sobre los ecosistemas frágiles.

Para la **RSE**, el desarrollo sostenible es un tema de mucha importancia a continuación los puntos más relevantes en cada dimensión:

- En su **Dimensión Social** subraya la importancia de las consideraciones de equidad, democracia y estabilidad de los sistemas sociales.
- Su **Dimensión Económica**, directamente vinculada a los modelos de desarrollo económico adoptados destaca su implementación, preservando la capacidad productiva de los recursos naturales.
- La **Dimensión Ambiental** enfocada hacia la estabilidad de los sistemas biológicos y físicos y la preservación del acceso a un ambiente saludable pone el énfasis en la necesidad de mantener su integridad para las presentes y futuras generaciones.



La implementación de la **Responsabilidad Social**, en tu negocio u organización te brinda un conjunto de herramientas para realizar acciones estratégicas que te permitan trabajar voluntariamente con las tres dimensiones, para alcanzar un desarrollo sostenible que haga posible **tener y conservar negocios, organizaciones y recursos de cara a las necesidades de las generaciones presentes y futuras.**

## ¿Quiénes son los Grupos de Interés?

Los Grupos de Interés (*Stakeholders*, en inglés), son todos los grupos con quienes tu negocio u organización interactúa y que se ven o pueden verse beneficiados o afectados por las actividades que tu organización realiza. Entre ellos destacan:

- Clientes
- Proveedores
- Socios
- Inversionistas
- Comunidad
- Gobierno
- Autoridades locales
- Competencia

Los negocios u organizaciones que hoy quieran cautivar a su público han de preocuparse por satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés y darles un producto innovador, que se adapte a sus preferencias y que contribuya al desarrollo sostenible.

*¿Por qué es importante conocer a los Grupos de Interés?*

Identificar los Grupos de Interés, y cuáles son sus expectativas, es un aspecto que facilita la implantación integral de la **RSE** al interior de cualquier organización o negocio.

Esto le permitirá a las **PYMES** responder correctamente a las expectativas de los grupos con quienes gestionan su negocio, asimismo le hará posible conocer los tipos de acciones de **RSE** que pueden desarrollar en relación a ellos.

Las **PYMES** se basan en las relaciones personales más que las grandes empresas, los grupos de interés más importantes suelen ser sus colaboradores.

Por otra parte la reputación y el reconocimiento de la empresa dentro de la comunidad local suelen ser muy importantes para las **PYMES**

Invertir tiempo, talento y recursos que puedan estar disponibles en las **PYMES**, a favor de los grupos y comunidades en las que opera les reporta múltiples beneficios y aumenta su productividad.

## EVOLUCIÓN

- RSE elemento distintivo de la **Nueva Economía** (qué produzco o vendo, **cómo** lo produzco o vendo y con **quién** lo produzco)



**Éxito de la Empresa** = Desempeño Económico + Social + Ambiental

- Transparencia = **“No sólo importa cuánto gano, sino cómo lo gano”**

La **RSE**, surge como un importante distintivo de la nueva economía, que algunos han catalogado como “economía desnuda” o “economía de absoluta transparencia”, cuyo elemento diferenciador es que ya no importa sólo **“cuánto gano”**, sino también **“cómo lo gano”**

## **II. RSE**

# **ÁREAS, BUENAS PRÁCTICAS Y BENEFICIOS**

*Ser una empresa responsable significa,  
en términos simples, asumir  
los actos y las consecuencias  
y responder por ellas*

## Áreas de la RSE

La RSE cuenta con siete Áreas en las cuales se pueden llevar a cabo Buenas Prácticas para beneficio propio y de sus diferentes grupos de interés. Las áreas son:

➤ **Gobernabilidad**

Es la dirección de la empresa basada en la transparencia, equidad corporativa, **rendición de cuentas** y aspectos económicos, sociales y ambientales.

➤ **Público Interno**

Es el **capital humano de la empresa**, el cual debe ser motivado con políticas y prácticas responsables, fomentando condiciones de trabajo favorables que generen productividad, competitividad y bienestar familiar.

➤ **Proveedores**

Es la construcción de **relaciones transparentes** y duraderas con quienes proporcionan productos y/o servicios; basada en la cooperación, transferencia de conocimiento y trato justo.

➤ **Mercadeo Responsable**

Es el desarrollo de una **relación de confianza** entre la empresa y sus clientes, basada en integridad, justicia, honestidad y respeto a la libre competencia

➤ **Comunidad**

**Corresponsabilidad** de la empresa, hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental que involucre a las comunidades cercanas o grupos vinculados a su actividad productiva.

➤ **Medio Ambiente**

Es el compromiso de la empresa para mantener **equilibrio entre sus operaciones**, el uso de los recursos naturales y el impacto al medio ambiente.

➤ **Política Pública**

Es el **alineamiento entre el interés empresarial y el interés público** para propiciar el desarrollo económico, social y ambiental del país donde opera la empresa.

## Buenas Prácticas

Buena Práctica es la iniciativa que propone formas de actuación innovadoras, sostenibles, pertinentes y eficaces para crear valor a la empresa y algunos de sus grupos de interés.

Los siguientes criterios, adoptados por las Naciones Unidas para las convocatorias que realiza en sus concursos de Buenas Prácticas no son de carácter restrictivo (lo cumple o no lo cumple la organización o negocio) sino más bien ayudaran a orientarte para la adecuada identificación de la buena práctica, de acuerdo con las siguientes premisas:

- Debe tratarse de una iniciativa que proponga formas de actuación innovadoras en su contexto.
- Que parta de una necesidad manifiesta o latente, del negocio u organización o de uno de sus grupos de interés.
- Que afecte a un proceso clave de la organización o a uno de sus servicios/actividades de atención directa.
- Que genere un impacto capaz de demostrar mejoras tangibles en las condiciones de vida de las personas en cualquiera de las dimensiones de la **RSE**.
- Que implique una asociación para su desarrollo con otros actores sociales.
- Que se base en datos o evidencias contrastables, tanto para justificar su necesidad como para demostrar sus resultados.
- Que tenga garantías de continuidad. La buena práctica ha de ser sostenible (económica, organizativa y técnicamente) a largo plazo, hasta que se mejore o reemplace por otra.
- Que participen todos los posibles implicados, en la medida de sus posibilidades, en su diseño, implantación y evaluación, y que la asuman.
- Que cuente con el respaldo y participación de la dirección.

Las buenas prácticas de RSE puede influenciar positivamente la competitividad de tu negocio de las siguientes formas:

- Mejora en los productos y/o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente

- Aumento en la motivación y fidelidad de las personas que trabajan y colaboran en el negocio, lo que aumenta su creatividad e innovación.
- Mejor posición en el mercado laboral y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, mejor acceso a las ayudas públicas gracias a la mejor imagen de la empresa.
- Ahorro en costos e incremento de la rentabilidad, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos
- Incremento de la facturación/ventas como consecuencia de los elementos ya mencionados.
- Mejora en la imagen pública y reputación del negocio.

A continuación encontraras que acciones se pueden poner en práctica y cómo hacerlo en cada una de las áreas, te podemos asegurar que al recorrer todas las áreas, descubrirás acciones que ya realizas, pero que no las identificabas como acciones de **RSE**.

También encontraras espacios para que identifiques qué actividades puedes iniciar en tu negocio, empresa u hogar. La **RSE** se puede practicar en todo lugar donde se encuentren personas responsables por su entorno y las nuevas generaciones.





## GOBERNABILIDAD

La Gobernabilidad ha de proveer “la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE), es decir, es la forma en que las empresas son dirigidas y controladas.

Incluimos a continuación, algunas de las acciones que las empresas pueden llevar a cabo en relación a la aplicación de la Gobernabilidad:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<p><b>Impulsar Códigos de Conducta en la Gestión</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar y establecer un código de conducta, que garantice una administración del negocio ético y transparente.</li> </ul>
<p><b>Comprometerse expresamente en materia de RSE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar misión/visión empresarial que recoja el compromiso expreso de la dirección en cuanto a la aplicación de las políticas de <b>RSE</b> en todos los ámbitos de la empresa.</li> </ul>
<p><b>Suministrar información transparente en cuanto al desarrollo/gestión de la empresa y sobre la implantación de la RSE.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar información periódica a los diferentes públicos de interés.</li> <li>• Implementar herramientas de comunicación interna y externas.</li> <li>• Realizar reporte o memorias de sostenibilidad.</li> </ul>

## BENEFICIOS

- Mejora el impacto de la actividad empresarial en la sociedad al aportar una mayor **credibilidad** en cuanto a su colaboración, lo que supone mayores garantías.
- De esta forma se hace compatible la **rentabilidad económica** de la empresa con responsabilidad social y medioambiental.
- Facilita la **financiación externa**, proporcionando un acceso a inversiones y créditos, lo que disminuye el riesgo de inversión y la exigencia de rentabilidad económica, al compensarla con beneficios sociales.
- Ello permite, a su vez, tener **un mayor y mejor control** de los riesgos futuros.
- La información suficiente a través de Códigos de conducta, memorias de sostenibilidad e informes para **clarificar la política de la empresa** ante los grupos de interés.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que estas le reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO



## PÚBLICO INTERNO

Las empresas exitosas, competitivas, se esfuerzan por reclutar el mejor personal, el más capacitado para desarrollar cada una de las tareas necesarias, pues de lo contrario la empresa no tendrá oportunidad para sobrevivir a la competencia.

Las buenas prácticas de **RSE**, aplicadas al grupo de interés Público Interno, dan una nueva dimensión a la interacción entre empleado y empleador.

A continuación, algunas de las acciones que las empresas pueden llevar a cabo en relación al Público Interno:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<p><b>Mejora de la información/comunicación de la empresa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y potenciar los recursos de comunicación formales en la empresa (estudios de clima laboral, buzón de sugerencias) Y favorecer los encuentros informales para conocer la opinión, inquietudes y expectativas, necesidades de formación del personal empleado.</li> <li>• Brindar al personal formación en comunicación (entrega y recepción de peticiones, dar y recibir instrucciones)</li> <li>• Comunicar las decisiones que toma la empresa en relación a sus objetivos, especialmente en lo que respecta a la integración de los aspectos de <b>RSE</b> en los mismos.</li> </ul>
<p><b>Fomentar y facilitar el aprendizaje permanente</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un entorno que estimule la formación continua de todos los trabajadores.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer en la empresa a aquellos trabajadores que alcancen grados de educación, certificaciones.</li> <li>• Impartir programas de formación.</li> </ul>
<p><b>Facilitar la conciliación entre vida personal, familiar y laboral</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la situación personal de cada trabajador y conciliarla en la medida de lo posible con acciones como las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Jornada flexible o diferida.</li> <li>– Utilización voluntaria de la modalidad contractual a tiempo parcial</li> <li>– Salidas pactadas por motivos personales y/o familiares.</li> <li>– Reparto equitativo del trabajo.</li> <li>– Eliminación o reducción de horas extraordinarias.</li> <li>– Conceder pausas laborales sin goce de sueldo por motivos personales.</li> <li>– Ofrecer flexibilidad en la elección del período vacacional.</li> <li>– Conceder permisos por responsabilidades familiares (nacimiento de hijos, matrimonio muerte de un familiar directo).</li> <li>– Promover la responsabilidad individual del trabajador/a al hacer uso de estas alternativas.</li> <li>– Sensibilizar a los gerentes y supervisores ante estas necesidades a través de talleres, conferencias y material escrito.</li> <li>– Evitar políticas y prácticas que interfieran con la vida personal (reuniones fuera del horario de trabajo).</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Proporcionar seguridad en el empleo, pago digno y oportunidades de progreso</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer contrato de trabajo justo para todo el personal y priorizar el empleo estable y de calidad, frente a la subcontratación o los contratos temporales.</li> <li>• Salario justo: Remunerar a las y los trabajadores de modo que se asegure un nivel de vida digno para ellos y sus familias.</li> <li>• Conocer las habilidades de las y los trabajadores y potenciar su progreso/estabilidad en la empresa.</li> <li>• Considerar el despido como último recurso.</li> </ul>

**Desarrollar las competencias/recursos para un buen ejercicio de su trabajo**

- Crear un ambiente que incentive a los empleados a proponer ideas y expresar opiniones acerca del desempeño de su trabajo.
- Crear sistemas de evaluación y medición del desempeño de cada puesto de trabajo para disponer de indicadores de las competencias/recursos necesarios para el buen desarrollo del trabajo.

## BENEFICIOS

- Las medidas de conciliación de vida laboral, personal y familiar del personal empleado repercuten positivamente sobre la motivación y el clima laboral.
- La mejora del clima laboral que se logra con estas medidas socialmente responsables aumentan el compromiso del personal empleado y, por tanto, obtienes una mayor estabilidad laboral.
- Una menor rotación del personal también supone menos costes en contratación de personal, formación y los costos asociados al proceso inicial de ajuste un nuevo trabajo.
- La formación ofrecida al personal empleado hace que su capacidad de desempeño del trabajo mejore.
- Fomentar la igualdad de oportunidades, mejorará la gestión de los recursos humanos y redundará en un personal más diverso en lo sociocultural que proporcionará a la empresa una mayor creatividad, un mejor conocimiento de su entorno, más valores, lo que se puede traducir en oportunidades de negocio innovadoras y originales ideas de mercadeo.
- Mejorar la comunicación/información de la empresa y favorecer una mayor identificación de los y las trabajadoras en el proceso de toma de decisiones, a su vez repercutirá en un mayor compromiso y fidelidad del personal hacia la empresa y sus objetivos, lo que redundará en la competitividad y sostenibilidad de la compañía en el tiempo.
- Todas estas medidas no sólo aumentan la capacidad de la empresa para retener al personal, también evitan la fuga de talentos y a la vez se pueden atraer a los y las mejores trabajadoras a la empresa.

Estas medidas socialmente responsables orientadas a los recursos humanos aumentan su grado de implicación y sentido de pertenencia a la empresa, por lo que se consigue una mayor motivación del personal y, por tanto, una mayor productividad y

eficiencia. De esta forma mejora la calidad de los productos o servicios ofrecidos por la empresa en el mercado lo que es valorado muy positivamente por los clientes y demás grupos de interés de la negocio/empresa.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que estas le reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO



## MERCADEO RESPONSABLE

Los clientes buscan elementos diferenciadores y valores adicionales, por lo que el éxito de los negocios va a fundamentarse en los valores distintivos añadidos a sus productos y servicios y, como es lógico, en la comunicación de los mismos.

Ésta es la aportación fundamental de la **RSE** al Mercadeo Responsable, ya que va a permitir incrementar las cualidades genéricas del producto añadiéndole valores éticos, solidarios y medioambientales que refuercen el valor económico de la marca.

En la **RSE** un elemento diferenciador es que **ya no importa solo “cuánto gana”, sino también “cómo lo gana”**.

Acciones que las empresas pueden llevar a cabo en relación con el Mercadeo Responsable:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<p><b>Conocer el grado de satisfacción y fidelidad de los clientes y consumidores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer mecanismos para detectar y medir la satisfacción de la clientela:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Realizar encuestas periódicas de satisfacción entre consumidores y clientes.</li> <li>– Preguntar directamente a los clientes en los procesos de negociación o de venta.</li> <li>– Establecer canales de comunicación de quejas, reclamaciones, sugerencias y procedimientos de análisis para tenerlas en cuenta en la toma de decisiones.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Fomentar una comunicación fluida con clientes/consumidores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer la máxima información posible acerca del contenido y propiedades de los productos y mejorar su presentación (información exhaustiva en la etiqueta del producto. (Tener</li> </ul>

	<p>en cuenta al colectivo de invidentes).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer canales de comunicación fluidos y eficientes: teléfono de atención al consumidor, buzón de sugerencias, correo electrónico.</li> </ul>
<p><b>Asegurar prácticas éticas en la comercialización y publicidad de la empresa y sensibilización medioambiental y social tanto en la venta como en la post-venta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar sobre los aspectos medioambientales y sociales contemplados en el producto y/o servicio suministrado (ejemplo: en alimentación los ingredientes procedentes de la agricultura ecológica o las partes de la cadena de producción realizadas a través de empresas de inserción).</li> <li>• Establecer una política clara sobre el tipo de información, mensajes e imágenes que pueden o no pueden incluirse en la publicidad de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicar modelos y roles positivos, prácticas y estilos de vida saludables.</li> <li>– Evitar los mensajes engañosos, sexistas, violentos.</li> <li>– Implantar y dar a conocer principios éticos en materia de comercialización y publicidad y en los derechos de los consumidores (prohibición de técnicas de ventas no éticas, respeto del derecho de privacidad del consumidor).</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Mantener la seguridad y calidad del producto o servicio ofrecido.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con los requisitos legales y reglamentarios establecidos por la normativa vigente respecto a la seguridad (salud, medioambiental, sociedad) y calidad de los productos y servicios suministrados.</li> <li>• Certificar compromisos legales y reglamentarios a través de las entidades acreditadas.</li> <li>• Ofrecer información transparente a los clientes y consumidores.</li> <li>• Informar sobre los riesgos para la salud, seguridad y medio ambiente y sobre el uso adecuado de los bienes y servicios. ofrecidos.</li> <li>• Desarrollar productos adaptados a beneficiarios específicos (invidentes, minusválidos).</li> </ul>



## BENEFICIOS

- Clientes y consumidores prefieren consumir productos cuyo proceso de producción sea justo y que no tenga incidencias negativas sobre su salud y seguridad.
- La adaptación de la oferta de la empresa a las demandas del mercado respecto a productos y servicios de mayor calidad y fiabilidad reforzará la competitividad de la empresa.
- Repercutirá en un mejor conocimiento del mercado lo que permitirá a la empresa una mejor adaptación a sus cambios, obteniendo con ello ventajas competitivas.
- Mejorará sus posibilidades para ser empresa proveedora de las grandes empresas, ya que éstas valoran en gran medida en sus criterios de selección los aspectos y acciones en materia de **RSE**.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que éstas te reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO



## PROVEEDORES

Las empresas en el desarrollo de su actividad entran en relación en la cadena de suministro con proveedores o socios comerciales. Por tanto, para la mayoría de las empresas mantener una colaboración estrecha y una buena relación con ellos resulta clave, ya que, a largo plazo, hacerlo siempre se traduce en mejores precios, expectativas equitativas y suministros fiables y de calidad.

La relación con los proveedores, además de la incidencia directa en la cadena de valor de los productos y servicios de la empresa, puede afectar también la reputación de la misma.

A continuación, algunas de las acciones que las empresas pueden llevar a cabo en relación con sus proveedores:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<b>Asegurar prácticas éticas hacia los proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adoptar y cumplir un Código de Conducta con los proveedores para garantizar relaciones libres y respetuosas evitando las prácticas abusivas: relaciones oportunistas, no respeto a los derechos humanos, laborales y ambientales, precios injustos, incumplimientos no justificados de las condiciones de pago.</li><li>• Control periódico del cumplimiento del Código con cada uno de los proveedores.</li><li>• Conocer el grado de satisfacción y fidelidad de los proveedores.</li></ul>

**Garantizar en la selección de los proveedores la consideración de los aspectos de RSE.**

- Establecer criterios de selección de proveedores que contemplen/valoren las medidas establecidas para la gestión, mejora o eliminación de sus impactos negativos sociales y medioambientales mediante la acreditación del cumplimiento de normas nacionales e internacionales, códigos de conducta internos de proveedores, así como la calidad, servicio, innovación, seguridad de los productos suministrados.
- Establecer mecanismos de control y revisión periódica del cumplimiento de estos criterios de evaluación: solicitar certificados de desempeño, visitas a proveedores, entrevistas en las renovaciones de contratos.

**Garantizar en la selección de los proveedores la consideración de los aspectos de RSE.**

- Establecer criterios de selección de proveedores que contemplen/valoren las medidas establecidas para la gestión, mejora o eliminación de sus impactos negativos sociales y medioambientales mediante la acreditación del cumplimiento de normas nacionales e internacionales, códigos de conducta internos de proveedores, así como la calidad, servicio, innovación, seguridad de los productos suministrados.
- Establecer mecanismos de control y revisión periódica del cumplimiento de estos criterios de evaluación: solicitar certificados de desempeño, visitas a proveedores, entrevistas en la renovación de contratos.

**Apoyar a proveedores locales**

- Dar prioridad a los proveedores locales y expresarlo en el Código de Conducta y en los criterios de selección, siempre que los procesos de producción lo permitan.

**Desarrollar relaciones de mutuo beneficio**

- Fomentar relaciones duraderas y de calidad recíproca.

- Comunicar sus expectativas a los proveedores y escuchar las sugerencias que los distintos proveedores realizan sobre su empresa o sector, estableciendo canales de comunicación efectivos con ellos (buzón de sugerencias, encuestas periódicas, correo electrónico).
- Conformar acuerdos de colaboración en proyectos de innovación y eficiencia.

## **BENEFICIOS**

- Ayudan a crear ventajas competitivas en los productos de la empresa de carácter más sólido y perdurable que las basadas en los bajos costos: apuesta por la calidad, servicio, fiabilidad, garantía y reputación.
- Mayor capacidad de innovación e incremento de la producción.
- Mejora de la productividad, eficiencia y valor añadido.
- Una mejor relación con los proveedores permitirá una cooperación más sólida y un mejor entendimiento mutuo.
- Consolidación del prestigio propio ante los grupos de interés externos como clientes, autoridades públicas.
- Mejora la motivación del personal, valores compartidos. Se sentirán más orgullosos de trabajar en la empresa y se identificarán e implicarán en mayor medida con la empresa.
- Toda la sociedad se beneficia de las garantías de un proceso ético de producción que garantiza el respeto y el cuidado de los derechos humanos y laborales.

Identifica tres buenas prácticas que puedas iniciar en tu negocio y los beneficios que estas te reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO



## COMUNIDAD

Los negocios u organizaciones contribuyen al desarrollo de las comunidades donde realizan sus actividades, a su vez la comunidad les concede una licencia para operar, en consecuencia desarrollar una relación sólida y de apoyo mutuo genera estabilidad y prosperidad tanto para la comunidad como para los negocios.

Es de hacer notar que las **PYMES**, encuentran a menudo, la mayoría de sus clientes en su entorno más cercano o sea su comunidad, por ello cada vez más la imagen y reputación que la comunidad tiene de las empresas influyen en su competitividad por lo que las denominadas “**acciones sociales**” de tu empresa deben superar la visión filantrópica y han de ser integradas como un elemento natural en la estrategia de negocio.

En el siguiente cuadro se muestran diferentes formas en que tu negocio u organización, pueden implementar acciones de **RSE**.

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<p><b>Proponer iniciativas sociales y culturales, deportivas, medioambientales, de cooperación al desarrollo local.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar, proponer y participar en actividades culturales, deportivas de la comunidad y en proyectos de desarrollo local.</li> <li>• Tomar en cuenta a los empleados y líderes de la comunidad en el proceso de selección de los proyectos que realizaran de manera conjunta.</li> </ul>
<p><b>Mantener una comunicación fluida y constante.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los líderes de la comunidad (escuelas, iglesias, unidad de salud,</li> </ul>

	<p>gobierno local)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener informada a la Comunidad sobre actividades que le puedan afectar negativamente (construcciones o trabajos en horas extras que ocasionen polvo y ruido)</li> </ul>
<b>Dar prioridad a proveedores locales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer criterios de selección de proveedores que favorezcan la selección de proveedores locales.</li> </ul>
<b>Fomentar el voluntariado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar al personal, proveedores y clientes a unirse con la empresa en el apoyo a las iniciativas de voluntariado o unir esfuerzos con otras empresas en aquellos proyectos de gran magnitud.</li> <li>• Crear una listado de oportunidades de voluntariado indicando las habilidades necesarias y otros requisitos y darla a conocer al personal.</li> <li>• Dar reconocimiento al personal voluntario.</li> </ul>

## BENEFICIOS

- Mejora de la imagen del negocio y fortalece la reputación pública diferenciándola positivamente ante la competencia. Ello se traduce en un aumento de los beneficios derivado normalmente por un aumento de la demanda del producto o servicio.
- La actuación de la empresa en materia de **RSE** le permite gozar de una mejor estrategia de comunicación, es decir, la sociedad en general está más dispuesta a escuchar los mensajes de negocios o productos con políticas socialmente reconocidas.
- La buena reputación de la empresa contribuye tanto a la atracción de nuevos clientes/consumidores, como a facilitar la fidelización de los mismos.
- La comunidad estará dispuesta a cuidar al personal y los intereses del negocio y sus instalaciones.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que estas le reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO





## MEDIO AMBIENTE

Los negocios y organizaciones interactúan con el entorno físico local y, en el desarrollo de sus actividades, consumen recursos y producen desechos provocando un impacto sobre el medio ambiente que se puede minimizar si se adoptan una serie de medidas socialmente responsables.

Al mismo tiempo que es beneficioso para el medio ambiente, este comportamiento socialmente responsable también resultará ventajoso para los negocios u organizaciones, pues redundará en un aumento de la rentabilidad y la competitividad de las mismas.

Además, algunos negocios dependen de un entorno limpio (aire puro, aguas no contaminadas) para su producción u oferta de servicios, especialmente, los servicios relacionados con el sector turístico.

Algunas de las recomendaciones de **RSE** a seguir, para minimizar el impacto medioambiental de la actividad comercial y contribuir a crear una sociedad que pueda convivir en equilibrio con el medio ambiente son las siguientes:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<p><b>Prevenir y reducir la contaminación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usar productos y materiales de menor toxicidad y contaminación.</li> <li>• Evaluar de todos los procesos de la empresa donde puedan existir residuos y sustancias tóxicas para identificar oportunidades de reducir su uso.</li> </ul>
<p><b>Disminuir la generación de residuos y facilitar su aprovechamiento y reutilización.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar a los empleados sobre la minimización y correcta gestión de los residuos para su reciclaje.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilitar contenedores para el almacenamiento selectivo de residuos para su posterior reciclaje (papel, plástico, vidrio y latas).</li> <li>• Reducir el consumo de papel (impresión por las dos caras), de los materiales de embalaje y envasado.</li> <li>• Emplear en la medida de lo posible materiales y productos reutilizables y reciclados (pilas recargables, papel reciclado).</li> </ul>
<p><b>Gestionar de forma eficiente y minimización el consumo de los recursos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar entre los empleados el ahorro en el consumo de electricidad, gas y materiales reciclables y no reciclables con normas, carteles.</li> <li>• Implantar la cultura del agua como bien escaso: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fomentar entre los empleados el uso responsable del agua.</li> <li>– Instalar dispositivos para el uso eficiente del agua. Reutilizando el agua siempre que sea posible.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Tomar conciencia del impacto de tu producto o servicio en el medio ambiente.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar el ciclo vital de la actividad de tu empresa para evaluar el impacto de su producto o servicio en el medio ambiente desde las materias primas hasta la manufacturación, venta, uso y eliminación.</li> </ul>

## BENEFICIOS

- Mejoran la capacidad de la empresa para anticiparse y adaptarse a los posibles cambios en los marcos regulatorios en materia medioambiental, lo que sirve además para evitar los riesgos de sanciones por incumplimientos de la normativa.
- El ahorro de costos que ocasiona la reutilización de recursos y los beneficios adicionales asociados a la venta de subproductos (desechos) como materia prima para otros procesos productivos.
- Posibilidad de llegar a recibir reconocimientos por su participación a través de estas medidas las cuales le reportaran ventajas competitivas, ya que mejorarán su imagen y reputación pública del negocio y supondrán un estímulo interno que redundará en una mayor motivación y productividad del personal y, por ende, en la calidad y garantía de los productos y/o servicios ofrecidos.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que estas prácticas le reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO



## POLÍTICAS PÚBLICAS

La relación con las Administraciones Públicas es importante para los negocios y empresas ya que la adopción de prácticas socialmente responsables tiene efectos muy positivos con este grupo de interés, más concretamente, a la hora de participar en concursos, contrataciones, adjudicaciones y licitaciones públicas de la administración local y regional.

A continuación se exponen algunas prácticas socialmente responsables que las empresas pueden llevar a cabo en relación con la administración:

¿Qué se puede hacer?	¿Cómo se pone en práctica?
<b>Establecer relaciones de responsabilidad con la Administración Pública</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mantener una relación de transparencia y colaboración con sus diversos órganos.</li><li>• Cumplir con las obligaciones fiscales y de Seguridad Social y evitar prácticas deshonestas en materia de evasión fiscal, pago en plazo, morosidad.</li><li>• Evitar la búsqueda o aceptación de trato ilegítimo de favor por parte de las Administraciones en cualquiera de las actividades de la empresa.</li><li>• Abstenerse de actividades o procedimientos que puedan suponer soborno, extorsión o corrupción en relación con las autoridades políticas y los funcionarios públicos.</li></ul>

## BENEFICIOS

- Las acciones en materia de **RSE** tienen efectos positivos a la hora de participar en concursos públicos o licitaciones.
- Mejora la imagen de la empresa ante la administración al actuar con transparencia y cumplir con los requerimientos fiscales.
- Previenen el pago de multas así como daños a la reputación de su negocio.
- Ser buenos ciudadanos ofrece sólidas garantías ante entidades financieras y aseguradoras.

Identifica tres buenas prácticas que pueda iniciar en tu negocio y los beneficios que estas le reportarían.

BUENAS PRÁCTICAS	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO

### **III. INDICARSE PYME**

*Lo que se mide, se mejora*

## ¿Qué es INDICARSE PYMES?

Es una herramienta de auto-evaluación para conocer el estado actual y nivel de buenas prácticas de su empresa, así como todas las oportunidades de implementación de la **Responsabilidad Social Empresarial** para las Pequeñas y Medianas empresas de diferentes sectores y actividades económicas.

El cuestionario **INDICARSE PYMES**, cuenta con 72 preguntas, de las cuales 56 son obligatorias al responder las preguntas podrás descubrir y reorientar tus planes empresariales.

A continuación te presentamos una muestra del cuestionario **INDICARSE PYMES**.

Principios Éticos	SI	EN PROCESO	NO	NO APLICA
5 ¿Existe un código de ética de la empresa?				
NOTA: Por código de ética se entiende, la declaración de los principios éticos y de transparencia que rijan las relaciones entre las y los colaboradores, proveedores, clientes, etc.				

Como puedes ver, la pregunta tiene cuatro posibles respuestas, que tu responderás solo o si deseas con la asistencia de una ejecutiva de **RSE** de FUNDEMÁS.

Al finalizar la evaluación, FUNDEMÁS realizará un análisis del documento y como producto obtendrás un Informe de Autoevaluación de **RSE**.

Pasos a seguir:

- Te inscribes en FUNDEMÁS
- Completas un cuestionario a través de internet
- Entrega del informe de resultados

## BENEFICIOS

- Documentar y medir prácticas actuales de **RSE**.
- Identificar nuevas prácticas a implementar y que generan beneficios para la empresa como: ahorro, mejor uso de recursos, reducción en rotación de personal, entre otros.
- Obtener información para su estrategia comunicación de la **RSE** de la **PYME**, diferenciándolo en el mercado.
- A través de la comunicación de las prácticas de **RSE** es posible retener y atraer nuevos clientes.
- Conocer los principales aspectos de **RSE** valorados en los mercados internacionales y por las grandes empresas compradoras.
- Abre una ventana de oportunidades en términos de reputación frente a la competencia.
- Permite internalizar con éxito un plan de negocio socialmente responsable.
- Permite crear un valor agregado a las ofertas de productos y servicios.



## **IV. PASOS PARA IMPLANTAR LA RSE EN SU NEGOCIO/EMPRESA**

*Una jornada de mil kilómetros  
comienza con el primer paso  
Usted ya dio el primero,  
continúe y cosechará éxitos para su negocio*

## Cuadro de pasos para la implementación de RSE

Para la implantación de la RSE en la empresa o negocio, se deberá de realizar un proceso que incluye los siguientes pasos.

PASOS	ETAPAS	PRODUCTOS
<b>Paso 0</b> ¿Qué es la <b>RSE</b> y cómo puede beneficiar a mi empresa?	Inicio	Obtener y facilitar información y formación a sus empleados en materia de <b>RSE</b> .
<b>Paso 1</b> ¿En qué punto se encuentra la empresa o negocio y hacia dónde puede dirigirse?	<b>INDICARSE PYMES</b> Diagnóstico y análisis de la situación	Conocer lo que hace la empresa en materia de <b>RSE</b> , cuáles son los grupos de interés y sus expectativas y definir las responsabilidades que se ve capacitada para asumir para reflexionar sobre lo que puede dar la empresa en materia de <b>RSE</b> .
<b>Paso 2</b> ¿Cómo va a avanzar la empresa en materia de <b>RSE</b> ?	Elaboración e implantación del Plan	Con base en los puntos de atención identificados en el análisis de la situación, formular los objetivos y desarrollar los programas de medidas socialmente responsables para alcanzarlos, estableciendo costos, beneficios y delimitando un marco temporal para su implantación.
<b>Paso 3</b> ¿Cuánto he avanzado?	Evaluación y control del cumplimiento	Establecer un sistema de indicadores para medir y evaluar la eficacia de las medidas socialmente responsables implantadas.
<b>Paso 4</b> ¿Cómo damos a conocer el resultado del proceso?	Comunicación de los resultados	Redactar un documento donde la empresa informa al público en general sobre sus resultados y actuaciones en materia de <b>RSE</b> .
<b>Paso 5</b> Seguir aprendiendo	Retroalimentación y mejora continua	Reformular y formular objetivos y medidas que permitan seguir avanzando en materia de <b>RSE</b> .

## **V.ANEXOS**

*Para conocer y comprender más, y así  
trabajar en la  
construcción de un mundo mejor*

## I. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA RSE

Implementar una eficiente política de **Responsabilidad Social** no es algo que sucede de la noche a la mañana, es indispensable diseñar estrategias que promuevan decisiones conscientes en cada una de las esferas anteriores. Asimismo es de suma importancia que las personas propietarias del negocio lideren la puesta en marcha de la **RSE**.

La **Responsabilidad Social Empresarial**, se comprende reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad del negocio u organización:

### I. Ética y gobernabilidad empresarial.

#### **PRINCIPIOS:**

- Desempeño ético en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- Respeto a la dignidad humana

#### **ACCIONES:**

- Ser honesto y transparente empresarialmente
- Cumplir con los compromisos adquiridos
- Combatir la corrupción

### 2. Calidad de vida en la empresa

#### **PRINCIPIOS:**

- Promover y establecer como prioridad la calidad de vida de la comunidad interna
- Empleo digno

#### **ACCIONES**

- Procurar el balance entre familia y trabajo
- Brindar seguridad laboral
- Velar por la calidad de vida en el trabajo

### 3. Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.

#### **PRINCIPIO:**

Involucrarse como ciudadano empresarial con las comunidades en las que opera.

**ACCIONES:**

- Maximizar el valor agregado (considerando los intereses de todos los participantes (colaboradores, competidores, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad)
- Comprometerse con la comunidad y con su desarrollo

**4. Cuidado y preservación del medioambiente.****PRINCIPIO:**

Respeto a su entorno, los recursos y el medio ambiente para el presente y las generaciones futuras.

**ACCIONES:**

- Optimizar los recursos
- Sustentabilidad (Producir y crear riqueza, cuidando que los bienes de la naturaleza sean renovados.)

Ser y tener una empresa socialmente responsable requiere de la práctica de acciones así como de interactuar con los grupos de interés.

## 2. RSE CUADRO RESUMEN

<p><b>DIMENSIONES DE LA RSE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social</li> <li>• Económica</li> <li>• Ambiental</li> </ul>
<p><b>GRUPOS DE INTERÉS</b></p>	<p>Más relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Socios</li> <li>• Inversionistas</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Gobierno</li> <li>• Autoridades locales</li> <li>• Competencia</li> </ul>
<p><b>ÁREAS DE LA RSE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobernabilidad</li> <li>• Público interno</li> <li>• Mercadeo responsable</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Políticas públicas</li> </ul>
<p><b>LÍNEAS ESTRATÉGICAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética y gobernabilidad empresarial</li> <li>• Calidad de vida en la empresa</li> <li>• Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo</li> <li>• Cuidado y preservación del medioambiente</li> </ul>

### 3 .GLOSARIO DE TERMINOS RSE

#### C

**CÓDIGO DE CONDUCTA:** declaración formal y explícita de los valores y compromisos de la organización. Es un documento en el que se recoge la intención de la organización de someterse a una autorregulación vinculante en lo relativo a la RSE.

#### D

**DESARROLLO LOCAL:** la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sugiere que el desarrollo local puede ser visto “como un proceso por medio del cual un cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio.”

**DESARROLLO SOSTENIBLE:** formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.

**DIVERSIDAD:** se refiere a las diferencias entre los grupos de personas – edad, género, antecedentes étnicos, raza, creencia religiosa, orientación sexual, discapacidad física / mental, etc.

#### E

**EFICIENCIA:** alcanzar unos objetivos al menor coste posible.

**ESTRATEGIA EMPRESARIAL:** conjunto de criterios y reglas de decisión que tratan de hacer corresponder los recursos de la organización con su contorno y, en particular, con las expectativas de sus grupos de interés.

**ÉTICA DE LA EMPRESA:** aplicación de los principios generales de la ética a un campo específico de acción humana: la empresa.

**EXCELENCIA:** cambio de cultura de la empresa que permite la mejora continua, la satisfacción de las clientas y de los clientes - a nivel externo e interno- y la colaboración dentro y fuera de la organización.

#### G

**GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:** reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores e interlocutoras. Implantar la responsabilidad social corporativa implica, además de los señalados, los siguientes compromisos: ejercer su labor

favoreciendo el desarrollo humano integral y asumir las repercusiones sociales, laborales, ambientales y éticas que se derivan del conjunto de sus actuaciones.

**GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE PROVEEDORES:** consiste en el control y gestión del impacto económico, social y ambiental de las prácticas de aprovisionamiento de una empresa. Para eso actúa en dos frentes: a) asegurando que sus prácticas hacia las entidades proveedoras son éticas, mediante el establecimiento y cumplimiento de un código de conducta interno que evite las condiciones contractuales abusivas, b) asegurando que solo escogen aquellas entidades proveedoras que controlan y gestionan su impacto social y ambiental, mediante el escrutinio y la utilización de criterios de evaluación y selección basados en el cumplimiento de normas y códigos de conducta para entidades proveedoras.

**GESTIÓN RESPONSABLE DE LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES:** consiste en el control y gestión del impacto económico, social y ambiental de las prácticas de mercadotecnia, comercialización, atención a los clientes y clientas y salud y seguridad de los productos de una empresa.

**GOBIERNO CORPORATIVO:** los sistemas y procesos de dirección y control de una empresa. La estructura de gobierno especifica la distribución de derechos y obligaciones entre sus distintas partes (consejo, personal directivo, accionistas y otros grupos de interés) y establece las reglas para la toma de decisiones empresariales. Mediante eso también facilita la estructura mediante la cual la empresa establece sus objetivos y los mecanismos de control.

**GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE):** acuerdo internacional que tiene por finalidad establecer una estructura de trabajo ampliamente aceptada para la elaboración de memorias de sostenibilidad en las que se recojan los tres aspectos siguientes: ambiental, económico y social. Se ocupa también de la definición y difusión de la guía para la elaboración de las citadas memorias, que se aplica de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar de los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

**GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS):** cualquier persona o grupo interno o externo a la organización que pueda afectar o ser afectado por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de esta. Se utiliza también la expresión “partes interesadas” para referirse a este mismo concepto.

I

**IMAGEN CORPORATIVA:** la evaluación global que una persona o grupo hace de una organización, a partir de sus creencias y sentimientos hacia ésta.

**INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE, INVERSIÓN RSE:** aquel al que a los tradicionales criterios financieros añade criterios sociales y ambientales. Es decir, es la inversión que restringe su universo al de las empresas capaces de acreditar buenas prácticas en materia de RSE.

**INVERSIONES EN LA COMUNIDAD:** consiste en la incorporación de una misión social dentro de las inversiones empresariales, quizás buscando una rentabilidad financiera o renunciando a esta a cambio de una rentabilidad social.



A diferencia de las donaciones, las personas y entidades inversoras reclaman un pago al menos igual a la inversión desembolsada.

L

**LICENCIA SOCIAL PARA OPERAR:** El concepto de licencia social para operar se deriva de la teoría de los grupos de interés y se refiere al respaldo de estos grupos a una empresa para el desarrollo de su actividad.

M

**MERCADOTECNIA (MARKETING) CON CAUSA:** es la herramienta promocional de la empresa que trata de combinar la **RSE** con el objetivo de rentabilidad mediante campañas de captación de fondos a favor de causas sociales, vinculadas a la venta de sus productos o servicios.

**MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD:** instrumento eficaz para la toma de decisiones y como herramienta fundamental para la comunicación de la triple cuenta de resultados de una organización, es decir, la que une la dimensión económica, la dimensión ambiental y la dimensión social. Informe de carácter público que las compañías ofrecen a sus partes interesadas, tanto internas como externas, sobre su posición corporativa y de sus actividades en las tres dimensiones de sostenibilidad: económica, ambiental y social. Es decir, se trata del informe en el que se intenta plasmar la contribución de la empresa al desarrollo sostenible. Son similares a los informes financieros que las empresas elaboran anualmente pero pretenden ofrecer una visión de su triple línea de resultados.

**MISIÓN:** propósito genérico que expresa la razón de ser de la organización.

N

**NORMA:** conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.

**NORMA ISO 14001:** norma internacional aplicable a cualquier organización que voluntariamente desee implantar, mantener al día y mejorar un sistema de gestión ambiental y obtener la certificación de este sistema por una organización externa e independiente.

P

**PYME:** Pequeñas y Medianas Empresas. Dentro de la PYME pueden distinguirse tres categorías, según el número de trabajadores con los que cuenta: la micro, la pequeña y la mediana.

**PACTO MUNDIAL (GLOBAL COMPACT):** directrices de las Naciones Unidas para que las actividades de las empresas respeten los derechos humanos, hagan efectivo un desarrollo sostenible y se adhieran a las normas universales, tanto ambientales como sociales.

**PATROCINIO:** es la colaboración empresarial con un evento que reporte un alto beneficio comunicativo a la empresa, por la difusión publicitaria de este. Las

actividades patrocinadas no suelen ser “de interés general” y no suelen dirigirse a resolver una necesidad social.

**PLAN ESTRATÉGICO AMBIENTAL:** programa que establece los objetivos y las líneas de actuación en materia ambiental. Se concreta en proyectos que implican mejoras en términos de eficiencia ecológica y ambiental en las diferentes áreas de negocio de la empresa.

**POLÍTICA AMBIENTAL:** declaración por parte de la organización de sus intenciones y principios en relación con su comportamiento ambiental general que proporciona un marco para su actuación y para el establecimiento de sus objetivos y metas ambientales.

R

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:** la **RSE** supone prácticas de negocio transparentes y basadas en valores éticos, integrando en sus actividades tradicionales la preocupación por el ambiente y la sociedad. De esta manera, se tienen en cuenta, en la toma de decisiones, las obligaciones y compromisos legales y éticos, nacionales e internacionales con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la existencia, actividad y operación de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, ambiental y de los derechos humanos. La **RSE** afecta a la propia gestión de las organizaciones, tanto en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los grupos de interés.

**REPUTACIÓN CORPORATIVA:** el conjunto de valores que los diversos grupos de interés de la organización atribuyen a esta.

S

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

**SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL:** parte del sistema de gestión de la empresa que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desenvolver, implantar, llevar a cabo, revisar y mantener al día la política ambiental.

**SISTEMA DE GESTIÓN RSE:** herramienta destinada a implementar la estructura organizativa, los procedimientos y las actuaciones concretas que permitan llevar a efecto la política de RSE de la organización.

**SOSTENIBLE:** que puede mantenerse por sí solo, como lo hace, por ejemplo, un desarrollo económico sin ayuda exterior ni disminución de los recursos existentes.

T

**TRIPLE BALANCE:** técnica que permite a la empresa reunir información cuantitativa y cualitativa sobre sus actuaciones sociales, económicas y ambientales con la finalidad de seguir de manera objetiva el desarrollo de sus

actividades en el campo de los recursos humanos y medir su desempeño en la implantación de programas de carácter social (tanto internos como externos).

V

**VENTAJAS COMPETITIVAS:** pueden definirse como las características o atributos que posee un producto o un proceso productivo que confieren a una empresa cierta superioridad sobre sus entidades competidoras y les permite obtener beneficios que superan la media de su sector. Porter identificó dos tipos de ventajas competitivas: bajo coste (ser más barato que la competencia) y diferenciación (distinguirse de la competencia a través de la calidad, servicio, confiabilidad, del prestigio de la marca, reputación, etc.).

**VERIFICACIÓN:** certificación por un agente auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.

**VERIFICACIÓN RSE:** supone comprobar o examinar que los sistemas, procedimientos, indicadores o cualquier otro aspecto relacionado con la RSE de la organización se ajusta a los criterios establecidos. La verificación se entiende como un proceso previo a la auditoría, siendo esta más completa, profunda y rigurosa en su examen.

**VISIÓN:** declaración que expresa el futuro deseado de la organización.

**VOLUNTARIADO DE EMPLEADOS:** es la cesión de parte de la jornada laboral de una persona empleada para realizar labores sociales en o con una organización no lucrativa. Puede tomar diversas formas: traslado temporal, traslado breve, hermanamiento, grupos de trabajo, etc.

#### 4. PÁGINAS WEB Y RECURSOS EN INTERNET

- Pacto Mundial de Naciones Unidas: <http://www.pactomundial.org>
- Global Reporting Initiative:  
<http://www.globalreporting.org/guidelines/reports/search>
- OECD. Corporate Responsibility : <http://www.oecd.org>
- Institute for Global Ethics: <http://www.globalethics.org>
- Corporate Social Responsibility Forum: <http://www.csrforum.org>
- World Resources Institute. Business and Economics:  
<http://business.wri.org>

## 5. BIBLIOGRAFÍA Y LECTURAS RECOMENDADAS

- Acción RSE (2006): Herramienta de autoevaluación de RSE. Acción RSE: Santiago de Chile.  
<http://www.accionrse.cl/app01/home/pdf/documentos/IndicadoresRSE2006.pdf>
- AED, CENTRARSE, FUNDEMAS, FUNDAHRSE, INTEGRARSE Y UNIRSE (2008): Indicadores Centroamericanos de Responsabilidad Social Empresarial. <http://www.indicarse.org>
- DERES (2005): Manual de autoevaluación. DERES: Montevideo.  
[http://www.deres.org.uy/manuales\\_pdf/Manual\\_Autoevaluacion.pdf](http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/Manual_Autoevaluacion.pdf)
- Instituto Ethos (2007): Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial 2007. Instituto Ethos: São Paulo.  
[http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/documents/Indicadores\\_2007\\_ESPA\\_NHOL.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/documents/Indicadores_2007_ESPA_NHOL.pdf)
- Instituto Ethos (2005): Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para periodistas y medios de comunicación (español). Instituto Ethos: São Paulo.  
[http://www.ethos.org.br/\\_Internethos/documents/CEDICE.pdf](http://www.ethos.org.br/_Internethos/documents/CEDICE.pdf)
- FUNDEMAS (2006): Indicadores de RSE para PYME. FUNDEMAS: San Salvador.  
[http://www.fundemas.org/indicadores/Indicadores\\_RSE\\_PYME.doc](http://www.fundemas.org/indicadores/Indicadores_RSE_PYME.doc)
- IARSE (2009): Indicadores de responsabilidad social empresarial: Guía de auto aplicación, versión 1.0. PLARSE, Programa Latinoamericano de RSE-IARSE. Instituto Argentino de Responsabilidad Social.  
[http://www.iarse.org/new\\_site/site/descargar.php?archivo=6308\\_Indicadores\\_PLARSE\\_2009.pdf](http://www.iarse.org/new_site/site/descargar.php?archivo=6308_Indicadores_PLARSE_2009.pdf); <http://www.plarse.org/>