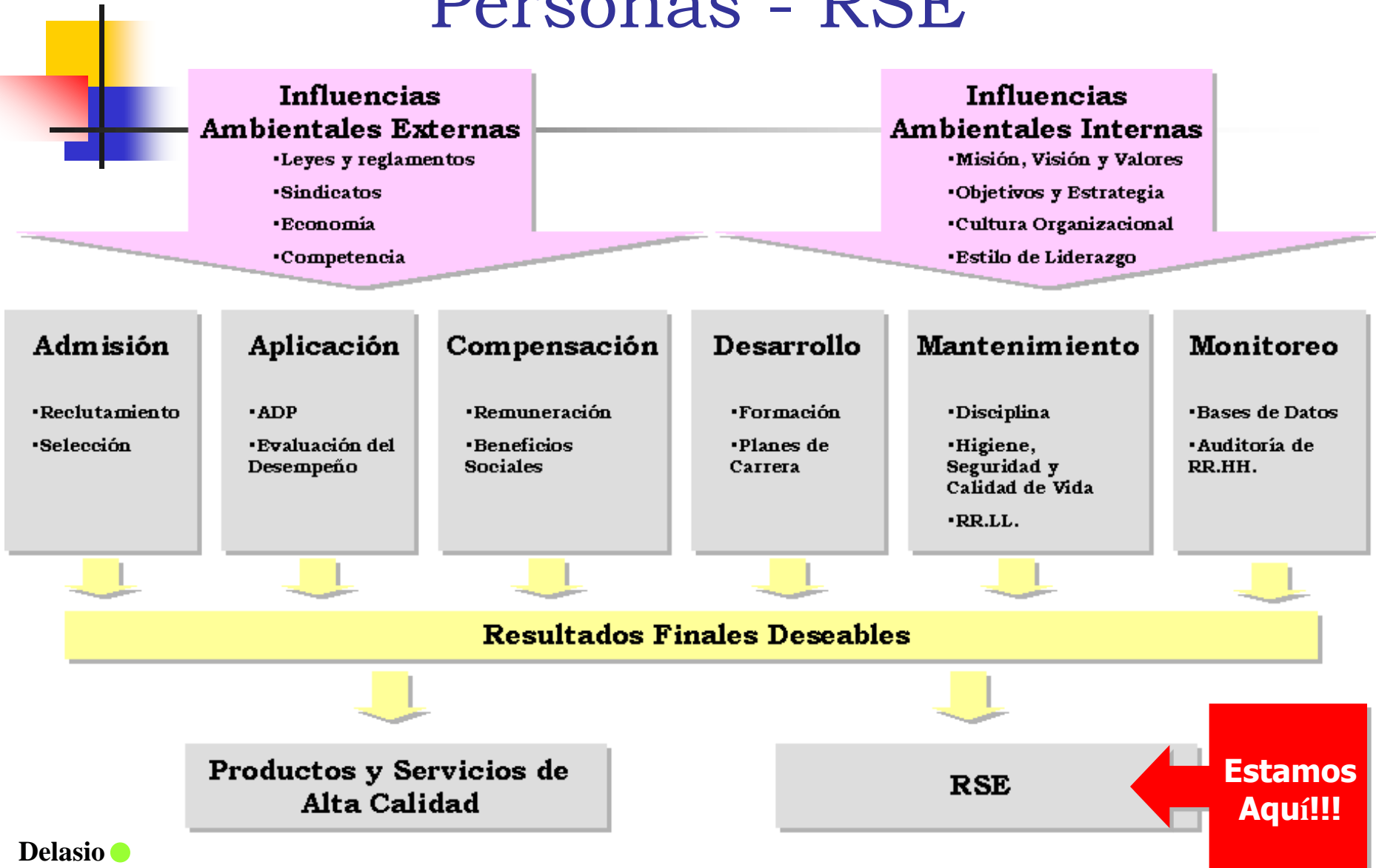


# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



# Output del Sistema de Gestión de Personas - RSE





# Mano de Obra

Eduardo GALEANO – Bocas del

Tiempo. 1ª Ed.

---

Mohammed Ashraf no va a la escuela.

Desde que sale el sol hasta que asoma la luna, él corta, recorta, perfora, arma y cose pelotas de fútbol, que salen rodando de la aldea paquistaní de Umar Kot hasta los estadios del mundo.

Mohammed tiene once años. Hace esto desde los cinco. Si supiera leer, y leer en inglés, podría entender la inscripción que él pega en cada una de sus obras: *Esta pelota no ha sido fabricada por niños.*

# Definición RSE



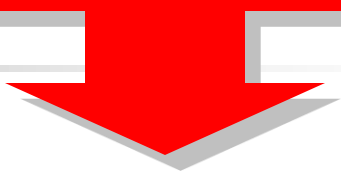
---

- La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es una **visión de negocios** que integra en la gestión:
  - el respeto por los valores éticos,
    - las personas,
      - La comunidad y
        - El medio ambiente



# RSE

Ámbito de la **RSE**  
por su carácter  
voluntario



## ■ ACCOUNTABILITY

- Del Inglés :  
Responsabilidad  
derivada del  
carácter obligatorio  
de una norma

## ■ RESPONSIBILITY

- Del Inglés:  
Responsabilidad  
como capacidad de  
respuesta no  
coactiva



# RSE en Uruguay

---

- Organizaciones pioneras
  - **DERES** (Desarrollo de Responsabilidad Social)
    - **ACDE** (Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa)
      - **UNIT** (Instituto Uruguayo de Normas Técnicas)



# Áreas de RSE

Fuente: DERES

- **5 Áreas de RSE**, evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de la **RSE** de una empresa. Éstas son:
  - 1. Valores y principios éticos
  - 2. Condiciones de ambiente de trabajo y empleo
  - 3. Apoyo a la comunidad
  - 4. Protección del medio ambiente
  - 5. Marketing responsable

# ¿Qué entendemos por Código de Ética?

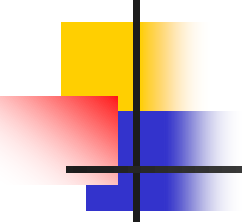


---

- Conjunto de **principios o valores** adoptados por un grupo específico, que regula y orienta las relaciones de los miembros del grupo entre sí y con otras personas

(Fuente: Código de Ética del Banco de la República Oriental del Uruguay)





**1. Acciones específicas  
que pueden realizar las  
empresas para poner en  
práctica principios  
éticos  
o sea:**

**Enfoque de los negocios  
basado en VALORES**

# 1. NEGOCIOS BASADOS EN VALORES

- Crear la declaración de la **Visión** y la **Misión** de la empresa
  - Participación de grupos de interés internos y externos (*stakeholders*)
- Crear un **Código de Ética**
  - Consistencia entre decisiones y filosofía de la empresa
- Incorporar la **Ética** en las **Evaluaciones de Desempeño**
  - Directores, Gerentes y tomadores de decisión
- Realizar **Evaluaciones de Desempeño** de la empresa



## 2. Condiciones de empleo

---

### **CONCEPTO:**

Refiere a políticas de Gestión de Personas que afectan a los trabajadores, vgr.:

**Compensaciones y Beneficios,  
Carrera Administrativa,  
Capacitación,  
Ambiente de Trabajo,  
Diversidad,  
Balance trabajo y familia,  
Salud, Seguridad laboral, etc.**



## 2. Condiciones de empleo

- **Promover la diversidad, igualdad de oportunidades y la convivencia**
  - Políticas de no discriminación, Acoso sexual o Moral, capacidades diferentes
- **Facilitar la comunicación**
  - Comunicación clara: formal e informal



SIGUE ...

## 2. Condiciones de empleo

- **Potenciar el “Empowerment”**
  - Participación en toma de decisiones
    - Valoración del compromiso con la organización
- **Capacitación y desarrollo del personal**
  - Programas de Tutorías (valorar esta práctica en Evaluación del Desempeño)
    - Colaboración económica para estudios especializados



SIGUE ...

## 2. Condiciones de empleo

- **Balance Trabajo-Familia**
  - Apoyo a familias en crisis
    - Flexibilizar horarios de madres lactantes y padres de recién nacidos
      - Considerar ausencias para reuniones escolares, visitas pediátricas
- **Promover una vida sana**
  - Chequeos médicos, charlas contra tabaquismo, alcoholismo, etc



# 3. Apoyo a la comunidad

---

## Concepto

Rango de acciones que la empresa realiza para **maximizar el impacto de sus contribuciones**, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera.

Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento socio - económico de toda la sociedad

# 3. Apoyo a la comunidad

- **Promover el voluntariado y adoptar un proyecto corporativo de apoyo a la comunidad**
  - Apadrinar centros comunitarios
    - Generar listas de organizaciones necesitadas de voluntarios
- **Donar tiempo de la empresa**
  - Estimular a los trabajadores a brindar sus conocimientos a iniciativas comunitarias



sigue...

# 3. Apoyo a la comunidad

- Apoyar la inserción laboral de jóvenes y personas con capacidades diferentes
- Participar a los proveedores, clientes y colegas
  - Aprovechar sinergias con medios de comunicación, Cámaras gremiales
- **Donaciones**
  - Partidas presupuestales
    - PCs, mobiliario



# 4. Protección del medio ambiente

---

## Concepto

Compromiso de la organización con el medio ambiente y el **desarrollo sustentable**. Implica la optimización de los recursos naturales, preocupación por el manejo de residuos, capacitación del personal en ese sentido.

Inclinación **consciente** de la organización para evaluar el **impacto ambiental** de sus acciones



## 4. Protección del medio ambiente

- **Establecer políticas proclives al cuidado del medio ambiente**
  - Promover la utilización de productos amigables con el medio ambiente (ej. utilizar papel reciclado, bolsas de residuos recicladas)
    - Priorizar el correo electrónico frente al uso de papel
- **Procurar el reciclaje y la re-utilización**



Sigue... **4. Protección del medio ambiente**

- **Reducir la utilización de productos tóxicos**
  - Tonner, Productos de limpieza, baterías, solventes, pinturas
- **Reducir el consumo de energía**
  - Utilización de lámparas bajo consumo, células fotoeléctricas, *timers*, mantenimiento de equipos de ventilación
- **Educación y valoración de acciones favorables al medio ambiente**

# 5. Marketing responsable

Aspecto más  
Explorado y Explotado  
por las Organizaciones

## Concepto

Política sobre decisiones organizacionales relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad de productos, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad

# 5. Marketing responsable

- **Afirmaciones específicas, precisas y confiables**
- **Promover el uso responsable de los productos**
  - Seguros para la salud y el medio ambiente durante el ciclo de vida: manufactura, uso y eliminación
- **Estimular la venta ética**

Sigue...

# 5. Marketing responsable

- **Evitar la publicidad tóxica**
  - Violenta, discriminatoria, que exalte la irresponsabilidad
- **Marketing con causas nobles**
  - Auspicio de eventos