

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS

**“AVANCES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN EL MARCO LABORAL DE LAS EMPRESAS GUATEMALTECAS
ADSCRITAS”**

**MASSIEL PAOLA CALDERÓN DE LEÓN
MARIELA RENATA FERNANDEZ SALVATIERRA**

GUATEMALA, MAYO DE 2008

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

**“Avances y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en el marco
laboral de las empresas guatemaltecas adscritas”**

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN
PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

POR

**Massiel Paola Calderón De León
Mariela Renata Fernandez Salvatierra**

PREVIO A OPTAR EL TITULO DE

Psicólogas

EN EL GRADO ACADEMICO DE

Licenciatura

Guatemala, Mayo de 2008

MIEMBROS CONSEJO DIRECTIVO

Licenciada Mirna Marilena Sosa Marroquín
DIRECTORA

Licenciada Blanca Leonor Peralta Yanes
SECRETARIA

Doctor René Vladimir López Ramírez
Licenciado Luis Mariano Codoñer Castillo
REPRESENTANTES DE CLAUSTRO DE CATEDRÁTICOS

Licenciada Loris Pérez Singer
REPRESENTANTE DE LOS PROFESIONALES EGRESADOS

Ninette Archila Ruano de Morales
Jairo Josué Vallecios Palma
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES
ANTE CONSEJO DIRECTIVO



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-

9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 y 14
e-mail: usacepsic@usac.edu.gt

c.c. Control Académico
CIEPs.
Reg. 570-2006
CODIPs. 906-2008

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación

23 de mayo de 2008

Estudiantes

Massiel Paola Calderón de León
Mariela Renata Fernandez Salvatierra
Escuela de Ciencias Psicológicas
Edificio

Estudiantes:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a ustedes el Punto TRIGÉSIMO NOVENO (39o.) del Acta TRECE GUIÓN DOS MIL OCHO (13-2008), de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 22 de mayo de 2008, que copiado literalmente dice:

TRIGÉSIMO NOVENO: El Consejo Directivo conoció el expediente que contiene el informe Final de Investigación, titulado: "**AVANCES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MARCO LABORAL DE LAS EMPRESAS GUATEMALTECAS ADSCRITAS**", de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

MASSIEL PAOLA CALDERÓN DE LEÓN CARNÉ No. 9618051
MARIELA RENATA FERNANDEZ SALVATIERRA CARNÉ No. 200119715

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por la Licenciada Katia Desireé Tejeda Vielman, y revisado por el Licenciado Jorge Alejandro Batres Quevedo. Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los Trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Licenciada Blanca Leonor Peralta Yanes
SECRETARIA



/rut.



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-
9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 y 14
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

REG.: 570-2006
CIEPs. 030-08

INFORME FINAL

Guatemala, 28 de Abril del 2008.

SEÑORES
CONSEJO DIRECTIVO
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO

SEÑORES CONSEJO DIRECTIVO:

Me dirijo a ustedes para informales que el Licenciado Jorge Alejandro Batres Quevedo, ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN**, titulado:

"AVANCES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MARCO LABORAL DE LAS EMPRESAS GUATEMALTECAS ADSCRITAS."

ESTUDIANTE:
Massiel Paola Calderón de León
Mariela Renata Fernandez Salvatierra

CARNE No.:
9618051
200119715

CARRERA: Licenciatura en Psicología

Agradeceré se sirvan continuar con los trámites correspondientes para obtener **ORDEN DE IMPRESIÓN.**

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

X Licenciada *Mayra Luján de Alvarez*
Coordinadora

Centro de Investigaciones en Psicología -CIEPs.-
"Mayra Gutiérrez"



MLdA/ab.
c.c.archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-

9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 y 14
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

REG. 570-2006
CIEPs. 029-08

Guatemala, 28 de Abril del 2008.

Licenciada Mayra Luna de Álvarez, Coordinadora
Centro de Investigaciones en Psicología
-CIEPs.- "Mayra Gutiérrez"
Escuela de Ciencias Psicológicas

Licenciada de Álvarez:

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la
revisión del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

**"AVANCES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
EL MARCO LABORAL DE LAS EMPRESAS GUATEMALTECAS ADSCRITAS"**

ESTUDIANTE:
Massiel Paola Calderón de León
Mariela Renata Fernandez Salvatierra

CARNÉ No.:
9618051
200119745

CARRERA: Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el
Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** y solicito
continuar con los trámites respectivos..

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"


Licenciado Jorge Alejandro Batres Quevedo
DOCENTE REVISOR



JABQ L/ab.
c.c.archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-
9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 Y 14
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

REG. 570-2006
CIEPs. 83-2006

DE APROBACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guatemala, 21 de septiembre de 2006

ESTUDIANTES:
Massiel Paola Calderón de León
Mariela Renata Fernández Salvatierra

CARNÉS Nos.
199618051
200119715

Informamos a ustedes que el **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, de la Carrera de Licenciatura en Psicología, titulado:

"AVANCES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MARCO LABORAL DE LAS EMPRESAS GUATEMALTECAS ADSCRITAS"

ASESORADO POR: Licenciada Katia Tejeda Vielman

Por considerar que reúne los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología -CIEPs.- "Mayra Gutiérrez", ha sido **APROBADO**, y les solicitamos iniciar la fase de Informe Final de Investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑANZA A TODOS"

LICENCIADO JORGE ALEJANDRO BATRES QUEVEDO
DOCENTE REVISOR



Vo.Bo.

LICDA. MAYRA LUMA DE ÁLVAREZ, Coordinadora
Centro de Investigaciones en Psicología -CIEPs.- "MAYRA GUTIÉRREZ"

c.c. Archivo CIEPs..

JABQ / edr



Guatemala, 31 de agosto del 2006

Licenciada
Mayra Luna
Presente

Licenciada Luna:

Le saludo deseándole éxitos en sus operaciones diarias, me refiero a su persona para hacer efectiva la asesoría del informe final de la investigación que se titula **“Avances y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial, en el marco laboral de las empresas guatemaltecas adscritas”**, que realizaron las alumnas de la carrera de Licenciatura en Psicología, que detallo a continuación:

Massiel Paola Calderón De León	9618051
Mariela Renata Fernández Salvatierra	200119715

Agradeciendo su atención, me suscribo atentamente,



Katia Desiree Tejeda Vielman
Asesora
Colegiado No. 9822

Guatemala, marzo 2008

Señores
Consejo Directivo
Escuela de Ciencias Psicológicas
Centro Universitario Metropolitano
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

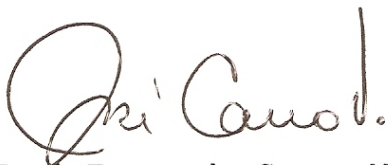
Por este medio confirmamos la participación que tuvo Ingenio La Unión, S. A., en la entrevista realizada como parte del trabajo de campo en la tesis: **“Avances y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en el marco laboral de las empresas guatemaltecas adscritas”**

Dicha entrevista fue realizada en el mes de Junio del año 2006 por las alumnas:

- Mariela Renata Fernández S.
- Massiel Paola Calderón.

Quedamos a sus ordenes por cualquier duda o comentario.

Atentamente,



José Fernando Cano, MSc
Superintendente RRHH
Ingenio La Unión, S.A.



PADRINOS

(Massiel Paola Calderón De León)

Licda. Katia Desireé Tejeda Vielman
Licenciada en Psicología
Colegiado Activo 9822

Dra. Maria Cristina Calderón Melgar
Médico y Cirujano
Colegiado Activo 5315

(Mariela Renata Fernandez Salvatierra)

Lic. Mario Rodolfo Domínguez
Contador Público y Auditor
Colegiado Activo CPA 301

Lic. Miguel Angel Herrera Girón
Licenciado en Psicología
Colegiado Activo 4462

AGRADECIMIENTOS y DEDICATORIA

Defensa de la alegría

Mario Benedetti

Defender la alegría como una trinchera
defenderla del escándalo y la rutina
de la miseria y los miserables
de las ausencias transitorias
y las definitivas

defender la alegría como un principio
defenderla del pasmo y las pesadillas
de los neutrales y de los neutrones
de las dulces infamias
y los graves diagnósticos

defender la alegría como una bandera
defenderla del rayo y la melancolía
de los ingenuos y de los canallas
de la retórica y los paros cardiacos
de las endemias y las academias

defender la alegría como un destino
defenderla del fuego y de los bomberos
de los suicidas y los homicidas
de las vacaciones y del agobio
de la obligación de estar alegres

defender la alegría como una certeza
defenderla del óxido y la roña
de la famosa pátina del tiempo
del relente y del oportunismo
de los proxenetas de la risa

defender la alegría como un derecho
defenderla de dios y del invierno
de las mayúsculas y de la muerte
de los apellidos y las lástimas
del azar
y también de la alegría.

Gracias a todos los ángeles que han estado a nuestro lado y nos han permitidos
ser.

Massiel y Renata

ÍNDICE

CONTENIDO	PAGS.
II. PROLOGO	1
III. PRIMER CAPITULO. MARCO CONCEPTUAL	5
3.1 El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su dimensión laboral	5
3.1.1. Visión actual de la Responsabilidad Social Empresarial	5
3.1.2. Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial	10
3.1.3. Responsabilidad Social Empresarial y filantropía: Diferencias	11
3.1.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial	13
3.1.5. Procesos de seguimiento y monitoreo de los compromisos de Responsabilidad Social Empresarial	15
3.2. La Responsabilidad Social Empresarial: mirada desde el centro del mundo	16
3.2.1. Contexto económico y social	16
3.2.2. Factores explicativos de la emergencia de la Responsabilidad Social	17
3.3. La Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala	23
3.3.1. Instituciones promotoras de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala que abordan el tema laboral	23
3.3.2. Empresas adscritas a los principios de la Responsabilidad Social	28
IV. SEGUNDO CAPITULO. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	31
4.1. Categorías Analíticas	31
4.1.1. Filantropía	31
4.1.2. Responsabilidad Social Empresarial	31
4.2. Metodología	33
4.2.1. Observación Documental	34
4.2.2. Técnicas de análisis de interpretación de datos	34
V. TERCER CAPITULO. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	36
5.1. Responsabilidad Social Empresarial: Visión de los representantes del tema en las empresas	36
5.1.1. Valores y transparencia: Compromisos de Responsabilidad Social	36
5.1.2. Sindicato y Participación	42
• Relación fracturada	44
• Se construye el entendimiento	45
• Existe cooperación entre las partes	46
5.1.3. Trato laboral: Políticas respecto a la discriminación y protección a la	47
5.1.4. Capacitación y desarrollo profesional, remuneraciones y beneficios	50
5.1.5. Condiciones de trabajo y empleo: Prevención de riesgos y empleabilidad	54
5.1.6. RSE externa: Medio ambiente y comunidad	55
VI. CUARTO CAPITULO. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
6.1 Conclusiones	59
6.2 Recomendaciones	69
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	72
VIII. ENLACES	75

ANEXO	76
Mecanismos e instrumentos para la vigilancia de la Responsabilidad Social Empresarial en materia laboral	76
Encuesta Semi-estructurada	79
RESUMEN	81

I. PROLOGO

Las empresas no se comportan de modo responsable por el mero hecho de decir que aceptan los valores enunciados y obtener con ello una ventaja competitiva sobre las otras empresas, es importante que combinen su entusiasmo verbal por el tema con prácticas empresariales coherentes, situación que no siempre ocurre. En efecto, la empresa que dice asumir sus principios, no puede proclamar que el objeto de su interés y preocupación fundamental son sus trabajadores, cuando al mismo tiempo no los reconoce como sujetos de derechos, no incorpora sus intereses en el proyecto de la empresa, mantiene bajos estándares laborales y un mal clima interno. Lo mismo se aplica para los temas ambientales, de protección a la comunidad u otros.

Las iniciativas como la caridad o la filantropía pueden complementar, pero nunca reemplazar a la responsabilidad social. Las prácticas de la empresa socialmente responsable reflejan el compromiso a hacer negocios de forma que preserve o aumente, en lugar de dañar, los beneficios a las comunidades cercanas, los trabajadores, el medio ambiente y la conducta económica justa. Sin embargo, no basta con el sólo compromiso, este proceso debe ir acompañado de mecanismos claros de implementación o puesta en práctica de los principios y valores de la RSE, que incluyan seguimiento y verificación independientes.

En el ámbito laboral se refleja la constatación de que por la convergencia de la globalización y la reestructuración de las redes de producción y distribución, la liberalización del comercio a nivel regional y global, las políticas de flexibilización de los gobiernos, y los recursos no siempre suficientes, de las instituciones del Estado, para cumplir a cabalidad con su rol fiscalizador, se ha producido un deterioro de los estándares laborales y las condiciones de trabajo. Las instituciones internacionales tampoco habrían sido capaces de reglamentar las prácticas mundiales de producción.

La creciente integración económica habría puesto entonces de manifiesto la disparidad internacional en materia de salarios y de costos laborales y la necesidad de avanzar hacia la justicia social. Ante esta situación, organizaciones sindicales y de derechos humanos de todo el mundo, gobiernos de países desarrollados, organismos internacionales han reaccionado planteando la necesidad de impulsar relaciones comerciales norte-sur equitativas y solidarias y una ciudadanía mundial de las empresas que fomente prácticas con efectividad de los valores y principios laborales universalmente convenidos

La responsabilidad social le corresponde no solamente a las empresas, sino también a los trabajadores y al gobierno, para construir conjuntamente un escenario de mejora continua en la productividad y competitividad nacional. Las empresas tienen la responsabilidad social de generar empleos de calidad, pagar salarios de acuerdo a la productividad de los trabajadores y cumplir con la legislación laboral. No se puede plantear una estrategia de inserción mundial basado en bajos salarios y mano de obra poco calificada.

La responsabilidad social requiere que los agentes que participan de la actividad económica paguen los impuestos que les corresponden y que existan sanciones en caso de incumplimiento, al mismo tiempo que el gobierno es responsable socialmente con un manejo prudente y disciplinado de dichos recursos, utilizándolos eficientemente. Además, se requiere de prácticas de responsabilidad social de parte de todos los sectores respecto de los recursos tributarios, para contribuir al mejoramiento de nuestra sociedad y al desarrollo sostenible.

Existen compromisos del empresariado, que unen esfuerzos, a los cuales debemos agregar la importancia de normalizar los conceptos a efecto de que las partes o públicos interesados comprendan claramente el significado de la RSE, de forma que sus ciudadanos (clientes-consumidores) puedan diferenciar entre las diversas empresas a la hora de tomar sus decisiones. El objetivo del estudio tiene como finalidad hacer un

balance de los avances y desafíos de la implementación de la RSE dimensionando el conjunto de empresas que se han adherido a los principios de RSE, y el ejercicio efectivo de dichos principios, específicamente en materia laboral.

La Responsabilidad Social Empresarial plantea un reto en propiciar un cambio en la cultura empresarial, que abarca aspectos muy diversos y complejos de la realidad y que ha redefinido el papel de la empresa en su comunidad. Las empresas que han tomado conciencia de que la sociedad requiere de ellas un compromiso social de acción comunitaria solidaria deberían estar más dispuestas a contratar a colaboradores que compartieran estos criterios y valores. Sus dirigentes y colaboradores deberían estar, por lo tanto, comprometidos con la comunidad y con algunas experiencias solidarias en terreno.

A través de este estudio se pretende también dejar un precedente de responsabilidad para la Universidad, la escuela de Ciencias Psicológicas, a la especialidad de Psicología Industrial y a las empresas que los estudiantes para que sean mejores personas, y alcancen una formación integral, de manera que salgan de los claustros profesionales orientados por valores como la fraternidad, la solidaridad, la responsabilidad social empresarial y no sólo por la competencia, la eficiencia y el éxito personal. Principalmente cuando se plantea que la Psicología es la ciencia que se ocupa del estudio de la conducta humana por lo cual su eje de estudio se centra en un aspecto muy particular, el hacer. Desde allí se pueden lograr cambios para que estos jóvenes sean profesionales comprometidos con el desarrollo equitativo de su país y se preocupen por lograr que la institución donde trabajen sea líder en responsabilidad social empresarial.

Con la cooperación entre la universidad y la empresa privada, con esta acción concertada, se enriquecerán tanto las empresas –que fortalecerán su gestión con el aporte del conocimiento de los universitarios– como las universidades, que, a través del compromiso y la búsqueda de la verdad, prepararán mejor a sus estudiantes para la

vida y los harán mejores profesionales. A su vez, el universitario reconocerá a través de su capacitación y de la acción solidaria la pluralidad de abordajes de la realidad, y esto enriquecerá su posterior labor profesional y su aporte a la sociedad.

II. PRIMER CAPITULO. MARCO CONCEPTUAL

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su dimensión laboral

Visión actual de la Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad Social Corporativa (RSC) - también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución activa y voluntaria de las empresas hacia sus trabajadores, su familia y el medio ambiente, con el propósito de mejorar el capital social y la calidad de vida.

Bajo este concepto se engloba un conjunto de prácticas y sistemas de gestión empresariales que, más allá de lo establecido legalmente, persiguen de forma voluntaria la sostenibilidad económica, social y medioambiental, así como el diálogo constante con los grupos de interés -o stakeholders- que operan en el ámbito de acción de una compañía, con objeto de satisfacer sus demandas y expectativas. Además, dentro del concepto de RSC caben también las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías, como es el compromiso de transparencia que adquieren las empresas con la sociedad y que hacen efectivo a través de la rendición de cuentas en forma, normalmente, de informes o memorias anuales verificables por organismos externos.

La empresa, hoy , desempeña un papel muy importante en la vida de las personas. No solo como generadora de empleo y riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Las empresas como miembros de una comunidad deben comportarse como “buenos ciudadanos corporativos”, ajustados a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente. En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental.

En las empresas modernas, la Responsabilidad Social Empresarial es más que un conjunto de prácticas puntuales, es más bien un programa integrado y reconocido de prácticas y políticas socialmente responsables, que soporta la toma de decisiones y

conlleva al éxito del negocio a largo plazo. Las empresas han comenzado a adoptar la Responsabilidad Social Empresarial como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones activistas, los inversionistas y los stakeholders. Muchas veces se confunde Responsabilidad Social Empresarial con el debido cumplimiento de las leyes laborales, ambientales, de comercio o con conceptos como filantropía o marketing social. Tampoco la RSE es filantropía.

La Responsabilidad Social Empresarial tiene 5 elementos: Calidad de vida laboral, Medio ambiente, Comunidad, Marketing y comercialización responsable y Ética empresarial.

En el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC), se plantea establecer un sistema mundial de reglamentación que permita una percepción más clara de las normas del trabajo. Otros organismos internacionales como el Parlamento Europeo, las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, realizan sus propias formulaciones promoviendo la internacionalización de una ética empresarial, que se expresa en un conjunto de condiciones o requisitos básicos de orden social, laboral y medioambiental para el desarrollo de relaciones económicas y comerciales virtuosas entre las empresas y entre la empresa y la sociedad o la comunidad. A esta iniciativa se suman luego, distintas multinacionales que dado su poder económico, son las principales interpeladas a adscribir los principios y valores de la RSE.

Un elemento nuevo de competitividad estaría en la capacidad de las empresas para incorporarse a los mercados y permanecer en ellos, lo cual depende no sólo de su tecnología, de sus procesos productivos y de su gestión financiera, sino que también de su comportamiento en materia de respeto y cuidado del medio ambiente, de la comunidad y de sus trabajadores, como personas con intereses, motivaciones, capacidades, necesidades de desarrollo y sujetos de derechos: individuales y

colectivos. Diversos estudios demostrarían que aquellos que invierten en empresas responsables, a largo plazo ganan más.

La experiencia, principalmente internacional, avala el hecho de que la conducción socialmente responsable construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y contribuye a la rentabilidad corporativa a largo plazo. En síntesis, constituye un imperativo comercial importante y las empresas líderes pueden hacer de este tema una ventaja comparativa.

Crecientemente, los consumidores y la sociedad en general esperan, e incluso algunos exigen, que las empresas jueguen un papel central en el desarrollo y el aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país. Varios y de diverso origen son los instrumentos internacionales formulados por distintos organismos que recogen estos principios y llaman a las empresas a respetarlos efectivamente: las Guías Éticas de las Naciones Unidas, la Declaración Tripartita de la OIT.¹ Principios de la OIT sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social, las Líneas Directrices de la OCDE para las Multinacionales y últimamente, el Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social Empresarial de las Naciones Unidas.

En materia laboral, todos ellos asumen como esenciales los contenidos de los convenios de la OIT. Si bien su adscripción es voluntaria, implica para las empresas un compromiso real de cumplimiento y de vigilancia o control de los acuerdos suscritos. Tradicionalmente, la sociedad ha pretendido proteger el mercado laboral, a través de un conjunto de normas legales, que regulan la relación empresario-trabajador. Dichas normas se caracterizan por su inequívoco carácter protector, el cual tiene su explicación o base de sustentación en la constatación de la existencia de relaciones de trabajo de carácter inequitativo; situación que se pretende resolver restableciendo o dotando a la relación laboral de un mayor equilibrio y justicia.

¹ Empresas Multinacionales y política social. <http://www.ilo.org/public/spanish/employment/multi/index.htm>. Fecha de consulta 15 de mayo de 2006.

No obstante, el objetivo de las normas laborales de restablecer la equidad en la relación laboral, la experiencia muestra las limitaciones efectivas de los procedimientos legales para superar los obstáculos que están a la base de los problemas de la relación entre empresarios y trabajadores y que no es otro, que el tema de las confianzas entre los actores, base del reconocimiento mutuo y del diálogo.

Toda organización requiere para su existencia y buen funcionamiento, de un grado de adhesión de los miembros que la componen, a sus normas, objetivos, proyectos y metas, todo lo cual pasa necesariamente no sólo por el respeto efectivo de los derechos laborales, sino que por los contenidos de las relaciones de trabajo; cuestión en lo que definitivamente habrá de sustentarse toda relación laboral constructiva, equitativa, duradera y funcional al desarrollo de la empresa y su competitividad.

En tal sentido, el reconocimiento de parte de algunas empresas de la dimensión social del trabajo y lo que ello implica – en primer lugar, el reconocimiento de los trabajadores como personas o como sujetos de derechos, el establecimiento en las empresas de las condiciones para un diálogo transparente y franco y el desarrollo de las confianzas y el respeto mutuo; y en segundo lugar, el irrestricto respeto a los derechos laborales, tales como el trato justo, a no ser discriminado, a la libertad de información, de conciencia, de asociación, de negociación colectiva, entre otros parecen ser cada vez más condiciones ineludibles para desarrollar y fortalecer una suerte de competitividad virtuosa entre las empresas y con su cadena productiva.

Todo parece señalar, que el ignorar o vulnerar consciente o inconscientemente estos principios y derechos fundamentales, puede llegar a convertirse en el futuro cercano, para las empresas, en una verdadera barrera de ingreso a los mercados. Por cierto, la revalorización del papel de la empresa implica un nuevo posicionamiento de ésta en la sociedad, convirtiéndose en un actor central. A partir de la empresa, se definen y articulan las relaciones sociales y el poder de decisión. Todo lo cual le impone también una mayor exposición al medio y mayores responsabilidades hacia la sociedad y

agentes sociales, organizaciones, instituciones, personas y sus propios trabajadores. En otras palabras, mayores responsabilidades hacia sus interlocutores internos y externos.

Frente a ellos, la empresa debe inevitablemente desarrollar un importante y constante esfuerzo de legitimación. En efecto, los diversos actores sociales que interactúan en el entorno de la empresa (accionistas, proveedores, contratistas, clientes e incluso instituciones públicas), a partir de sus propios códigos y valores, observan y evalúan permanentemente, la forma en que ésta es gestionada.

La pregunta que inevitablemente surge entonces es ¿El mercado, a través de las exigencias de buenas prácticas a las empresas y de su apelación a principios éticos en materia laboral, está entrando, efectivamente, en el ámbito de la regulación y protección de las relaciones laborales? O dicho de otro modo, ¿La regulación y protección del mercado laboral, está dejando de ser una cuestión privativa del Estado, a partir del debilitamiento efectivo de su rol de agente del desarrollo y promotor de la equidad y de la solidaridad?, función que es percibida por la empresa como una suerte de imposición externa y, de algún modo, extraña al quehacer empresarial tradicional.

La responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE), es un estilo de gestión empresarial, que reconoce e incorpora la relación de permanente interdependencia que existe entre la empresa y sus interlocutores, cuyos intereses asume para el mutuo beneficio. Para tal fin, la empresa debe armonizar en su actividad de producir, la dimensión de la rentabilidad económica con los derechos humanos y laborales, con el bienestar social y con la protección ambiental. De este modo, y conjuntamente con la sociedad civil y el Estado, la empresa asume un rol fundamental en el proceso destinado a lograr una sociedad más justa y sustentable.

Idealmente, la empresa que se involucra en el tema de la RSE o actúa bajo esas premisas, daría origen a una cadena virtuosa que conecta y genera una dinámica de

acción orientada por estos principios, con un sinnúmero de actores sociales, partiendo por sus trabajadores y llegando a la comunidad, que intervienen en su proceso productivo y comercial.

Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial, como una preocupación social o estrategia de acción social empresarial, tiene larga data. Los primeros pasos fueron desplegados por los Estados y la Iglesia Católica, quienes promovieron e instalaron en la sociedad de fines del siglo diecinueve y comienzos del veinte, el concepto de trabajador como sujeto de derechos: derecho a un trabajo, a un salario y a un trato justo. Los Estados, a través de la legislación laboral impusieron normas protectoras; y la Iglesia Católica, a través de su Doctrina Social promovió una conciencia ética entre los empresarios.²

Ambas acciones dieron indicaciones a las empresas acerca de su deber de desarrollar sus actividades de una forma socialmente responsable, principalmente, en su ámbito interno, es decir, en la relación con sus trabajadores. Paralelamente, desde también fines del siglo diecinueve, tanto en Estados Unidos, como en muchos países de Europa, la Revolución Industrial, posibilitó el surgimiento y desarrollo de grandes fortunas y grandes empresarios de la industria y la agricultura, los cuales impulsados o motivados por sus concepciones filosóficas o religiosas, se interesaron por efectuar importantes donaciones con fines humanitarios y sociales, apoyando obras de la beneficencia pública, o a las universidades y las artes. Este tipo de acciones, es lo que se ha denominado “filantropía empresarial”, para muchos, la precursora de la actual RSE, cuestión que hasta hoy es motivo de debate. Su sentido y características se abordarán más adelante.

² Raféale, Renato Cardenal Martino. Presidente del Pontificio Consejo «Justicia y Paz». Compendio de la doctrina social de la Iglesia. Editorial Ponce, Puerto Rico. 21 de febrero de 2006 Pag. 12

La gran depresión de los años treinta, dio un nuevo empuje a la responsabilidad social, pero fueron los movimientos sociales de los años sesenta en Europa y Estados Unidos, quienes dieron realmente un decidido impulso a esta idea, como una reacción a los efectos negativos de la liberalización económica, sobre los trabajadores y sus derechos más fundamentales y las condiciones de trabajo.

Por cierto, el proceso de transnacionalización de las empresas y la economía, iniciado en los años setenta, ha generado una serie de consecuencias negativas, tanto para las naciones como para los trabajadores. Entre ellas: la extrema concentración de la riqueza, la gran expansión de la extrema pobreza, la generalización de la precariedad e inseguridad laboral como resultado de una profundización en la flexibilización de las regulaciones del mercado de trabajo, cuestiones todas ellas, que están integradas.

La economía globalizada se ha desarrollado bajo el alero de un número reducido de empresas transnacionales que controlan las dos terceras partes del comercio mundial. En efecto, los negativos resultados para las grandes masas de trabajadores, de un sistema económico mundial en que las naciones más poderosas imponen sus intereses sobre aquellos de las más débiles, terminaron por provocar una fuerte reacción de la comunidad internacional (sindicatos, ONGs, organismos internacionales), en defensa de los derechos de los trabajadores y en contra de los bajos estándares laborales, que se están instalando en las empresas. La RSE se levanta así como una estrategia de rescate de principios y valores universales y fundamentales. A diferencia de la filantropía, que es básicamente la acción social externa de la empresa, es decir, una acción de ayuda de carácter netamente solidario o humanitario motivada por principios de carácter altruista.

Responsabilidad Social Empresarial y filantropía: Diferencias

La RSE busca beneficios para la firma, al mismo tiempo, que está interesada en el mejoramiento de las comunidades de su entorno y de la sociedad, sus recursos pueden provenir de las ganancias, o del presupuesto general de la empresa, de sus equipos y

recursos humanos. Su impacto es identificable tanto a nivel de la firma como de la comunidad, las acciones de RSE implican un beneficio para la empresa tanto en su imagen pública como en el incremento de la productividad y las ganancias. Por último, la RSE comprende la participación de todos los actores de la empresa, incluso, de los accionistas.

La responsabilidad social empresarial tiene que ver con una suerte de incorporación o de preocupación por incorporar a las decisiones de la empresa, las necesidades y demandas de todos los actores que, de alguna forma, participan en el proceso productivo, o lo que también se llama, la cadena productiva y de negocios de la empresa, tales como: accionistas, trabajadores, proveedores, contratistas, consumidores, comunidad y gobierno. En otras palabras, la responsabilidad social, es una nueva forma de conducir los negocios de la empresa, cuya particularidad es la búsqueda permanente de una relación virtuosa entre la empresa y la sociedad.

La RSE se puede entender entonces, como un conjunto de prácticas que asumen las empresas con la finalidad de armonizar y lograr un equilibrio entre las dimensiones de rentabilidad económica, derechos humanos, bienestar social y protección ambiental. De esta manera se pretende que las empresas contribuyan, conjuntamente con el Estado y la sociedad civil, a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sustentable.

Dichas prácticas se sostienen en un conjunto de principios éticos o valores superiores, que la organización hace suyos y que constituyen la base orientadora de su accionar. No hay responsabilidad social sin ética en los negocios. En el contexto de la RSE es impensable una empresa que en su accionar contradiga dichos principios éticos elementales, es decir, que por ejemplo, por un lado, pague o remunere mal a sus trabajadores, engañe a sus clientes, corrompa a los funcionarios de gobierno y, por el otro lado, desarrolle programas de ayuda a la comunidad. La responsabilidad social exige coherencia, entre el discurso y la acción.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial tiene una dimensión interna y una dimensión externa. La dimensión interna tiene que ver con sus trabajadores y la dimensión externa, con los agentes del entorno que participan en el proceso productivo, con el medio ambiente, con la comunidad y con la sociedad.

- Dimensión externa

Tiene que ver con el cumplimiento de las obligaciones legales de la empresa con los trabajadores y más aún, con un esfuerzo adicional de inversión en la gente. En este aspecto, la responsabilidad social apunta a favorecer el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores, a posibilitar su acceso a la información y a las decisiones que los involucran directamente, y a mejorar las condiciones de trabajo, tanto físicas como contractuales.

La empresa socialmente responsable no se limita a cumplir solamente con los derechos laborales internacionales sancionados (convenios de la OIT) o integrados en las normativas laborales nacionales, sino que se esfuerza por ir más allá, como por ejemplo, invertir en la profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores y en condiciones de trabajo seguras e higiénicas. También la RSE se caracteriza por el respeto a la condición de persona de sus trabajadores y establece una relación ética y responsable con sus intereses e instituciones que los representan.

En concreto, la empresa socialmente responsable, favorece la organización de sus trabajadores, busca armonizar intereses y establece una relación y comunicación transparente con el sindicato, en torno de objetivos comunes. Asimismo, da oportunidad a sus trabajadores para que compartan los desafíos de la empresa, se involucren en la solución de problemas, en el logro de metas establecidas en conjunto y en el desarrollo personal y profesional.

Del mismo modo, no permite ni ejerce ningún tipo de discriminación, y su política de remuneraciones, beneficios y carrera, apunta a valorizar las competencias y potencialidades de sus trabajadores para un mayor desarrollo profesional.

- Dimensión interna

La dimensión externa de la RSE se ejercería básicamente en la cadena productiva de la empresa y, por lo tanto, los códigos éticos de las empresas se expresarían concretamente en el desarrollo de una relación de respeto hacia el medio ambiente, en el compromiso y las acciones de ayuda al desarrollo económico y social de la comunidad y en el desarrollo de prácticas comerciales responsables con sus clientes, inversionistas, proveedores, contratistas y distribuidores y, por último, con la sociedad y el Estado.

La empresa socialmente responsable, externamente, debe estar en condiciones de identificar los impactos ambientales de su actividad, minimizando los negativos y maximizando los positivos. El desarrollo de sus proyectos debe considerar las compensaciones necesarias, por el uso de los recursos naturales y por su impacto ambiental. El cuidado del medio ambiente debe estar presente en todas las áreas de la empresa y en cada producto, proceso o servicio.

Asimismo, la empresa debe retribuir a la comunidad, por los aportes de infraestructura y capital social, representado por sus trabajadores, inversionistas, proveedores y contratistas, que hacen posible el desarrollo de su proyecto empresa y de sus negocios, actuando como agente de desarrollo comunitario y de progreso social. Del mismo modo, la empresa tiene una responsabilidad hacia sus proveedores, consumidores y clientes. Frente a los primeros, cumpliendo a cabalidad sus contratos y compromisos e informándolos acerca de sus valores y código de conducta.

Motivándolos a desarrollar una actitud positiva, de respeto y efectivo cumplimiento de los derechos de sus trabajadores. Por otra parte, la responsabilidad hacia clientes y consumidores, se ejerce en su preocupación permanente por desarrollar productos y servicios confiables, que reduzcan al mínimo los riesgos para la salud de las personas, e informando acerca de los daños potenciales de dichos productos. Las dos dimensiones de la RSE, es decir, la dimensión interna y la dimensión externa, no son excluyentes entre sí.

Procesos de seguimiento y monitoreo de los compromisos de RSE

Con la finalidad de frenar o poner fin al deterioro creciente de las condiciones de trabajo de millones de trabajadores en el mundo, como consecuencia de los efectos de los procesos de globalización y liberalización económica, diferentes actores de la sociedad civil (sindicatos, ONGs, organizaciones de derechos humanos, organizaciones de consumidores), organismos internacionales y empresas, principalmente multinacionales, reaccionan promoviendo fórmulas orientadas a lograr una gestión empresarial socialmente responsable, acompañadas de procesos de vigilancia y seguimiento de los comportamientos. Es así como surge un conjunto de mecanismos e instrumentos, algunos de carácter integral, en tanto abordan variadas materias y otros, que ponen especial énfasis en aspectos específicos como, por ejemplo, los temas laborales.

Las propuestas emanadas de los organismos internacionales más conocidas y utilizadas hoy son: la Declaración Tripartita de Principios de la OIT sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social, las Líneas Directrices de la OCDE para las Multinacionales y últimamente, el Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social Empresarial de las Naciones Unidas. Fair Labor Association de Estados Unidos, (Asociación por el Trabajo Justo); Ethical Trading Initiative de Gran Bretaña (Iniciativa del Comercio Ético); la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas de Nueva York (Council on Economic Priorities Accreditation Agency - CEPAA) con su

norma SA8000. También centrales sindicales como la CIOSL han desarrollado sus propios modelos básicos de códigos de conducta.

La Responsabilidad Social Empresarial: mirada desde el centro del mundo

Contexto económico y social

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.

Si bien es cierto, la globalización ha significado una verdadera proliferación y reforzamiento de procesos de apertura comercial y de integración regional, que apuntan a derribar los obstáculos hasta ahora existentes al libre comercio entre los diferentes países, favoreciendo el intercambio de bienes y servicios y la libre circulación del capital, también la globalización de la economía importa contradicciones evidentes.

En efecto, su primer impacto es una dinamización de la economía en general, con el consecuente crecimiento en el empleo, aunque en la mayoría de los casos un empleo asalariado precario como producto de un fuerte crecimiento en la inversión, en la producción y en las exportaciones. No obstante esta realidad, se agudizan las

desigualdades como consecuencia del desarrollo dispar de los distintos sectores y de las diferencias remuneracionales entre los trabajadores. En otras palabras, el proceso de globalización tiende a favorecer el desarrollo económico y la generación de riqueza, por un lado, mientras que por otro, margina o excluye a grandes sectores de la población de los beneficios del proceso de crecimiento.

Los impactos negativos de la globalización en grandes sectores de trabajadores y de la población en general, interpelan a los distintos sectores de la sociedad (gobiernos, ciudadanía, empresariado) a respetar y hacer respetar los derechos laborales fundamentales. En ello la RSE tiene un gran aporte que realizar.

3.1.2 Factores explicativos de la emergencia de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE, cualquiera sea su definición, es un fenómeno que está emergiendo con fuerza en los últimos tiempos, especialmente en los países latinoamericanos. Una incógnita interesante de despejar son las causas o razones que motivan a los empresarios a preocuparse por el tema de la RSE, como vía para intentar dar solución a problemas sociales, que han estado surgiendo o potenciándose (pobreza, desigualdad, discriminación, entre otros), a partir del accionar de las empresas en el contexto de la globalización, y de las nuevas exigencias de competitividad, en el marco de la economía de mercado o de libre competencia.

Felipe Agüero³, investigador de la Universidad de Miami, se refiere a los factores que explicarían los orígenes de la RSE en los países de la región: la movilización social o presiones desde abajo; los nuevos líderes y las nuevas visiones, ideas y percepciones; el desarrollo de la teoría y práctica de la administración; el debilitamiento del papel tradicional del Estado como agente de desarrollo y potenciador de la equidad y la

³ Agüero, Felipe. "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Guatemala, Colombia, México y Perú". Informe para la

solidaridad; el proceso creciente de transnacionalización de la economía latinoamericana.

- La movilización social

La movilización social, corresponde a una suerte de presión social que estaría emergiendo desde grupos laborales organizados, como de los consumidores y de la sociedad toda. Estos sectores han visto disminuidas sus capacidades para enfrentar los problemas de la pobreza, de la desigualdad de ingresos, de la discriminación y del irrespeto a los derechos laborales; consecuencia de las reformas económicas y políticas que ha impuesto el modelo de economía de libre mercado y la pérdida del Estado de su papel benefactor. Esta suerte de movilización social, interpelaría al empresariado, y éste de alguna manera se ha visto obligado a proponer soluciones parciales o cercanas a su particular área de actividad, la empresa. De esta manera, la RSE puede verse como una respuesta anticipada de las empresas a una eventual presión de los trabajadores, de los consumidores o de la sociedad civil organizada.

Sin duda que hoy, los trabajadores organizados tienen una opinión y demandas efectivas respecto de los problemas sociales. Asimismo, los consumidores, antes atomizados y con poco poder relativo frente a las empresas, han descubierto que pueden presionar efectivamente a los empresarios y, por último, la opinión pública, que es quien define las modas y lo que se considera aceptable o reprochable, exige también directa o indirectamente ser tomada en cuenta y que sus opiniones sean escuchadas por las empresas. Las empresas de algún modo, se están viendo obligadas a considerar estos agentes de presión, si no quieren sufrir el castigo por sus actos que se apartan de lo que se considera políticamente correcto.

Lo anterior significa, que las empresas deben ser cada día más sensibles a las demandas provenientes de su entorno o de su medio interno o externo, y sintonizar cada vez más con la sensibilidad de la sociedad, de lo contrario pueden ser severamente castigadas.

- Nuevos líderes y nuevas ideas

La RSE surge a partir de la acción informada de individuos especialmente influyentes en el mundo empresarial, que comprenden la necesidad de entender mejor las nuevas realidades sociales y políticas, como asimismo, la necesidad de desarrollar estrategias nuevas y eficaces para enfrentar creativamente y dar solución a los problemas sociales. Hay en el fondo, un interés por proyectar las orientaciones éticas desde lo personal al entorno del trabajo, y sin duda, beneficiarse del impacto de la RSE en los negocios.

En muchos casos líderes que tienen una inspiración de carácter ético religiosa, muchos de ellos forman parte de una corriente social cristiana, y se han convertido en impulsores de la RSE, con una nueva visión y comprensión de los problemas sociales y de las responsabilidades de las empresas.

Una empresa con valores y lógica de comportamiento responsable, tiene más oportunidades de ubicarse competitiva y ventajosamente en los mercados gobernados por las demandas de consumidores, preocupados cada vez más por garantizar su acceso a productos no sólo de buena calidad y precio adecuado, sino también producido de una manera socialmente aceptable y ecológicamente sustentable.

La inspiración ética de estos nuevos liderazgos empresariales, enfatiza la idea de que la racionalidad de la ganancia a cualquier costo, debe ser subordinada a valores superiores. Es la ética del respeto a los derechos de las personas, que son universales, interdependientes e imprescriptibles y anteriores a cualquier otro principio.

- Desarrollo en la teoría y la práctica de la administración

Tanto los nuevos énfasis de las teorías de la administración, como de las organizaciones, están puestos en la interacción constante de la organización con su entorno, en este caso, de la empresa con el medio, con la sociedad, cuyos valores, creencias y promesas deben ser respetados por la empresa. La empresa es parte de la sociedad y, por lo tanto, debe reflejar sus valores.

Esta visión de la relación empresa-entorno, apunta a la necesidad de establecer una relación transparente de la empresa con grupos y organizaciones de la sociedad y con los llamados interlocutores (stakeholders), que son aquellos directamente vinculados o afectados por las actividades de la empresa: proveedores, empleados, distribuidores, clientes, inversionistas, la comunidad local, el medio ambiente, los accionistas y el público en general. El interés de la empresa por establecer una relación o interacción virtuosa con su entorno, la lleva necesariamente a incorporar las preocupaciones e intereses de la sociedad a sus decisiones diarias y a sus estrategias.

En otras palabras, el quehacer de la empresa, la estrategia para la obtención de sus metas y objetivos, debe estar en consonancia con los valores e intereses de la sociedad. En efecto, en el entorno de la empresa hay muchos observadores que miran la forma en que ésta es gestionada y permanentemente evalúan si esta forma de gestionar responde o está en concordancia con los códigos que ellos valoran. Los clientes, los socios y la competencia, como también los propios trabajadores, están atentos a cómo se producen los bienes y servicios y a cómo se conducen los negocios. Asimismo, la opinión pública está interesándose fuertemente en el tema de la calidad de vida en el trabajo.

Las empresas deben estar permanentemente entonces, auscultando los intereses de la sociedad y sus grupos organizados y readecuando su accionar y sus estrategias a los intereses y valores de su entorno y de su grupo o clientes internos, sus trabajadores. Una mayor preocupación por ellos y sus condiciones de trabajo, son hoy necesarias

para la inserción de la empresa en la sociedad y en el mercado, cuestión que ha dado un gran impulso al tema de la RSE.

- Redefinición del rol del Estado

El papel tradicional del Estado, en el mundo, de defensor y promotor del bien común, de protector de los más débiles o de los grupos de población en situación desmedrada o en desventaja, de agente de cambio y desarrollo de los grupos o sectores populares, ha ido transitando hacia un rol de carácter subsidiario, frente a los problemas sociales y del desarrollo. La ideología neo-liberal ha logrado imponer al mercado como el agente central de la sociedad.

Lenta, pero sostenidamente el Estado ha ido cediendo espacio a las empresas y al mercado y se le ha asignado como rol fundamental, el de generador de las condiciones económicas, sociales, políticas y jurídicas, para que las empresas y el mercado actúen y se desarrollen sin los obstáculos de un entorno económico que se caracterizaba por la intervención del Estado.

Las empresas, en el marco de la RSE, en el convencimiento de que es bueno y conveniente para ellas preocuparse de las necesidades de los trabajadores, de la comunidad y de la sociedad, están asumiendo compromisos con sus interlocutores, lo cual les permite validarse frente a la sociedad, al mercado y a sus competidores, y a la vez consolidan su nuevo rol en el entorno social.

- Transnacionalización de la economía

La transnacionalización como hecho social y económico de carácter global, ha significado una transformación profunda de los procesos económicos, financieros y sociales. Esta nueva situación, ha traído como consecuencia inmediata, la

profundización de las ya existentes asimetrías, en la distribución de los resultados de la actividad de producir.

En efecto, de los diversos actores que participan en el proceso económico y social de producción de bienes y servicios, empresarios, trabajadores, proveedores, contratistas, distribuidores, transportistas, financistas, entre otros, para satisfacer las necesidades de los miembros de la sociedad, aquellos que constituyen el grupo de los propietarios y operadores del capital, se apropian de una porción cada vez mayor del producto, lo que inevitablemente lleva a una creciente concentración de la riqueza, por un lado, y a una expansión también creciente de la pobreza, por el otro, profundizando la brecha entre dos mundos, el del capital y el del trabajo; mundos que cada vez se distancian más, en cuanto a las posibilidades efectivas de acceso a los frutos del crecimiento económico. Esta brecha distributiva, producto de la globalización, está dando lugar a situaciones de pobreza profunda y de tensiones sociales, que amenazan o podrían amenazar la paz social y consecuentemente, la estabilidad política.

Las organizaciones internacionales, especialmente la OIT, ha respaldado la demanda de los trabajadores en el interés de frenar el atropello a los derechos laborales y la precarización creciente del trabajo. Asimismo, otras entidades internacionales, como la ONU y la OCDE, han apoyado también las justas demandas de los trabajadores; y algunas empresas, particularmente multinacionales, han reaccionado poniendo en práctica las recomendaciones de esos organismos o desarrollando sus propios códigos de conducta, que pretenden generar estilos o comportamientos empresariales de mayor compromiso con los trabajadores y sus derechos.

Una forma nueva de pensar y actuar está surgiendo y tomando fuerza en el mundo empresarial. Crece la idea de que el éxito en los negocios, de alguna manera, depende de una distribución más justa y equitativa de los beneficios del progreso, y del

conocimiento y respeto de los intereses de los diferentes actores del proceso productivo o interlocutores.

La Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala

Instituciones promotoras de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala que abordan el tema laboral

Varias son las instituciones y organizaciones que en el país tienen preocupación por promover la RSE, algunas de ellas corresponden a organismos internacionales, mientras otras o se ligan más al mundo empresarial o a sectores de la sociedad civil. Para este apartado se seleccionaron sólo aquellas que destacan por incorporar componentes relacionados con “lo laboral”.

▪ **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**

El PNUD ha estado activamente involucrado en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde el año 2000. Sus credenciales en este ámbito, se basan en el trabajo sobre desarrollo humano y sus vínculos con el mundo gubernamental, además de su compromiso con el Pacto Mundial o Pacto Global que propicia Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas y que fue lanzado en 1999.

El Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social Empresarial (Global Compact), se puso en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en Julio de 2000. Su misión es contribuir a promover una inserción sustentable en los mercados globales con respeto a valores esenciales. Dicho de otro modo, fomentar una relación armónica y beneficiosa entre negocios y sociedad, teniendo una particular atención en la población económicamente desposeída.

Promueve la adscripción voluntaria de las empresas a nueve principios en el área de los derechos humanos, derechos del trabajo y medio ambiente. Estos principios se derivan de documentos consensuados internacionalmente: la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de Principios Fundamentales y Derechos del Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo y la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Para poner los principios en práctica hay dos objetivos principales: que el Pacto y sus principios formen parte de la estrategia corporativa y de sus operaciones; y que se posibilite la cooperación entre participantes, para encontrar soluciones prácticas mediante el diálogo, el aprendizaje y proyectos conjuntos.

Participan en el Pacto, los Gobiernos que definen los principios que guían la iniciativa; las compañías cuyas acciones se pretende influenciar; los trabajadores que son los que producen; la sociedad civil que se beneficia si hay empresas socialmente responsables; y Naciones Unidas que provee el foro global. La Oficina del Pacto Mundial en Nueva York juega un rol importante, pero también cuatro agencias de la ONU: la Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos; la Organización Internacional del Trabajo; el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

En el campo de los derechos del trabajo, el Pacto recoge cuatro principios contenidos en la Declaración de Principios Fundamentales y Derechos del Trabajo adoptada por la Organización Internacional del Trabajo en su 86ª Conferencia Internacional (1998): libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a negociar colectivamente; eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio; efectiva abolición del trabajo infantil; Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.

Estos principios forman también parte de convenios específicos de la OIT, lo cual obliga a los países que les han ratificado, a respetarlos, promoverlos y cumplirlos fielmente. Al

respecto, el Pacto propone distintas acciones importantes de desarrollar para dar soporte a los principios: en el lugar de trabajo, en la mesa de negociación y en la comunidad laboral.

Este instrumento no sustituye la acción de los Gobiernos, tampoco es un foro para la formulación de normas y prácticas de gestión, se trata de una iniciativa a la que los participantes ingresan voluntariamente y que provee un marco general para fomentar la responsabilidad cívica de empresas comprometidas.

- **Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible de América Latina (CEDSAL)**

CEDSAL, fue creado en 1992 a partir de la Conferencia de Río de Janeiro, en calidad de socio regional dentro de la red global del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (BCSD - Business Council for Sustainable Development). En marzo de 1995, los miembros fundadores del CEDSAL, provenientes de once diferentes países de América Latina, se reunieron en Costa Rica para la formalización de este organismo. De esta manera, el CEDSAL se constituyó como asociación hermana del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). En mayo de 1997, el CEDSAL se integró al WBCSD como Capítulo Latinoamericano para coordinar la operación del WBCSD en América Latina.

Actualmente más de 300 empresas de la región están representadas en el Capítulo Latinoamericano del WBCSD a través de 8 consejos nacionales, un consejo binacional y un consejo subnacional en la región del Golfo de México, y una organización hermana.

- **Forum Empresa**

Forum Empresa una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Américas. Actualmente cuenta con 18 organizaciones que representan a 16 países en la región y reúne cerca de 3.500 empresas a través de las organizaciones miembros.

Forum Empresa es una red que fortalece las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial y apoya el establecimiento de nuevas organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas.

Forum Empresa reúne a organizaciones basadas en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y compañías asociadas que comparten una misma visión de promover la RSE en las Américas. Provee de apoyo a aquellas organizaciones basadas en RSE y a sus miembros para motivar a otras empresas con la RSE de las Américas. Trabaja por proyectos con otras organizaciones con el enfoque específico de promover la RSE en un país o región determinada.

Su rol principal es incorporar a esta red a representantes de todos los países del continente y fortalecer así el rol socialmente responsable de las empresas en el mundo de hoy.

Los países miembros de Forum empresa son;

1. Argentina
2. Brasil
3. Canadá
4. Guatemala
5. Colombia
6. El Salvador
7. Estados Unidos
8. Guatemala

9. Honduras
10. México
11. Nicaragua
12. Panamá
13. Paraguay
14. Perú
15. Uruguay
16. Venezuela
17. Costa Rica
18. Bolivia
19. Puerto Rico

- **CentraRSE**

Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala – CentraRSE- es una organización privada, autónoma, de carácter asociativo, apolítico, no lucrativo y extragremial que tiene como objetivo generar una actitud de cambio en las empresas que operan en el país, para que implementen conscientemente, prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

CentraRSE es socio del crecimiento competitivo de todas las empresas de los diversos sectores productivos que operan en Guatemala y desde la empresa más pequeña hasta la más grande, ya que considera que al incorporar la RSE, las empresas son más productivas y competitivas.

CentraRSE es el representante del Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible; World Business Council for Sustainable Development. También forma parte de la red de instituciones de Responsabilidad Social Empresarial de América; EMPRESA. Sus actividades se centran en el intercambio de experiencias entre las empresas. Esto les permite adquirir conocimientos y la formación necesaria para incorporar la RSE

adaptado a las necesidades propias de la empresa. Para complementar el proceso de incorporación y medición de la RSE, CentraRSE ofrece herramientas tales como: indicadores de RSE, información de mejores prácticas internacionales, investigaciones nacionales e internacionales, talleres de capacitación, análisis de tendencias, bases de datos de consultores, seminarios y foros.

CentraRSE ha definido un ciclo de desarrollo el cual cuenta con diferentes pasos para apoyar a las empresas a asimilar y aplicar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. En cada uno de estos pasos, CentraRSE brinda herramientas como las descritas anteriormente para que las empresas implementen estas prácticas de forma sistemática y efectiva.

Las etapas que conforman el Ciclo de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial son: Sensibilización, Comunicación Interna, Evaluación, Diagnóstico, Estrategia, Implementación.

Empresas adscritas a los principios de la Responsabilidad Social Empresarial

En Guatemala sesenta y una son las empresas asociadas a Centrarse

- Amanco
- Aseguradora General
- Avícola Villalobos
- Bancafe
- Bayer
- Cabcorp
- Carbox, S.A.
- Cementos Progreso
- Cemusda
- Cendis
- Codaca
- Comnet, S.A.

- Compañía Guatemalteca de Níquel
- CPS Logistics
- El Periódico
- Finca Candelaria
- Grupo Cobán
- Grupo Solid
- GSI
- Hidroeléctrica Rio Las Vacas
- Indesa
- Industria de Hamburguesas, S.A. (Mcdonald's)
- Ingenio La Unión
- Ingenio San Diego
- Kimberly Clark
- Koramsa
- La Fragua
- Microsoft Guatemala
- Montana Exploradora
- Nuestro Diario, S.A.
- Olmeca, S.A.
- Pantaleón
- Pollo Campero
- Puerto Quetzal Power (PQP LLC)
- Procalidad
- Productos del Aire
- Promoagro
- Roberto Cervantes, Servicios
- SGS de Guatemala
- Shell
- Siemens
- Siglo XXI

- Silo Central
- Soluciones Web
- Sovereign Ventures, S.A
- Spectrum
- Tacasa
- Telefónica
- Unión Fenosa
- Asociación de Agricultores en Desarrollo Comunidad Maya 9 de enero –

ASOGRIME-

- Asociación de Artesanos Ixiles la Unión tzalbal, Nebaj-Quiché
- Asociación de Mujeres Tejedoras con Tiente Natural LEMA
- CEIS –COOINOM R.L.
- CESIDE
- Empresa Campesina Asociativa -ECA- Santa Elena
- Estancia Agroindustria S. A. --LESTANSA-
- FUNDACIÓN EL CENTAVO
- Fundación PROPETEN
- Horticultores unidos de Chirijuyú
- MAYACERT

III. SEGUNDO CAPITULO. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Categorías Analíticas

Filantropía

La filantropía es un acto voluntario, espontáneo e individual, tanto para quien la realizaba como para quien la recibía. Un deber del individuo para consigo mismo y, por tanto, sólo su conciencia podía reclamárselo. En el caso de la filantropía, una empresa que la practique, es aquella que brinda a la comunidad recursos, sin llevar un indicador de los beneficios que este obtienen por esta inversión.

Para efectos de la investigación este concepto nos servirá de referencia para reconocer si la empresas adscritas a RSE hacen una labor filantrópica o son realmente responsables socialmente.

Responsabilidad Social

La responsabilidad social empresarial (RSE), se señala como una forma responsable de hacer empresa, que se vincula en su desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial y que contribuye continuamente a la competitividad y generan valor agregado a los bienes y servicios, a la vez que brinda nuevas oportunidades de empleos.

La Responsabilidad Social Empresarial que plantea un reto en propiciar un cambio en la cultura empresarial que lleve al sector privado a convertirse en socio del desarrollo y bienestar social de la comunidad, sería una herramienta valiosa para las instituciones educativas a todo nivel para incluirla en el aprendizaje de todos y todas.

El éxito de toda organización depende de la calidad y compromiso de su recurso humano, y de las condiciones en este desempeña sus funciones. Asegurar la salud y seguridad ocupacional de sus colaboradores, promover la igualdad de oportunidades, permitir la libre asociación, fomentar el desarrollo profesional y la gerencia participativa y asegurar una remuneración justa, entre otras cosas, constituyen los pilares principales para el desarrollo de una cultura organizacional óptima que asegure la satisfacción integral de todos los colaboradores al interior de una empresa.

Categoría Analítica	Indicador	Fuente	Actividad
Filantropía (refiriéndose a elementos no medibles)	Beneficios Solicitados Vrs. Beneficios adquiridos	<ul style="list-style-type: none"> • Misión, Visión y Valores • Revista empresarial • Publicaciones • Estrategia empresarial 	Revisión y análisis de la entrevista.
Responsabilidad Empresarial en el marco laboral	Gerencia participativa y aprendizaje organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Informes de Responsabilidad Social • Publicaciones 	
	Prácticas de igualdad de oportunidades y equidad		
	Atracción del talento y desarrollo profesional		
	Promoción del uso de mano de obra local		
	Remuneración y jornada laboral		
	Asociaciones laborales		
	Manejo de despidos		
	Salud y seguridad ocupacional		
	Prácticas disciplinarias		
Trabajo infantil			

Metodología

El carácter de la investigación se definió fundamentalmente exploratorio, debido al insuficiente conocimiento existente sobre el objeto de investigación propuesto, “la aplicación de la responsabilidad social en las empresas guatemaltecas”, y que tiene especial relación con su público interno, los trabajadores y trabajadoras de las compañías.

Esta opción metodológica, aún cuando tiene la limitación de no permitir construir generalizaciones a nivel del fenómeno en su conjunto, permitió avanzar en su comprensión. Este estudio tuvo carácter esencialmente cualitativo, en tanto incorpora flexibilidad en sus procedimientos y en la modalidad interpretativa.

De una población de 61 empresas se eligieron para la muestra 12 empresas con una dinámica similar en cuestiones financieras-administrativas, pertenecientes a distintos sectores (comercial, industrial, telecomunicaciones, alimentos y servicios financiero y seguros).

Todas ellas tienen en común, haber adherido a los principios de RSE, asociándose a una de las organizaciones promotoras de la RSE en el país, CentraRSE, que tiene una estrecha ligazón con el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible de América Latina (CEDSAL) que se constituyó como asociación hermana del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Cada empresa seleccionada fue abordada por medio de una entrevista, realizándose un análisis cualitativo de los antecedentes, opiniones y percepciones entregados por los informantes (representantes de la empresa) sobre el ejercicio de la RSE en la compañía y la participación de los distintos actores en dicho proceso.

La aplicación del instrumento a ejecutivos permitió conocer las motivaciones de las empresas para adherir y practicar los principios de responsabilidad social y observar el discurso que construyen. Así como, conocer la dirección, sentidos y prácticas que buscan desarrollar para proyectar una determinada imagen de empresa, y también precisar la importancia real que le asignan a funcionar como una empresa socialmente responsable.

Observación Documental.

Esta técnica consiste en la revisión, análisis y síntesis de las principales fuentes documentales relacionadas con el desarrollo de la investigación y de los textos adquiridos por cuenta propia para su respectivo análisis. Se revisara un conjunto de fuentes secundarias de carácter público y privado (memorias corporativas, revistas, estadísticas, páginas web), que permitieran bosquejar el perfil económico-financiero y social de las unidades elegidas.

Entrevista Semi - Estructurada.

La recolección de la información se realizó a través de la aplicación de entrevistas semiestructuradas, para lo cual se diseñó una pauta que servirá de guía. *Anexo No. 2*

Los entrevistados pertenecientes al segmento directivo fueron identificados y seleccionados a partir de una base de datos de empresas voluntariamente adheridas a los principios de la RSE, facilitada por CENTRARSE y contactados directamente por los investigadores.

Técnicas de análisis e interpretación.

El trabajo de análisis de la información recogida se realizó sobre la transcripción de las entrevistas aplicadas a ejecutivos de las empresas estudiadas.

Las dimensiones definidas desde el propio instrumento y que responden a aquellos ejes temáticos en torno de los cuales se desarrolló el estudio, permitió ir categorizando las respuestas y relevando la riqueza de las visiones y sentidos que los sujetos tienen y/o atribuyen a cada tema. Esta, permitió realizar un análisis cuantitativo del resultado de las entrevistas semi-estructuradas, así como visualizar los aspectos relativos de la RSE recogidos en los instrumentos analizados.

IV. TERCER CAPITULO. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Responsabilidad Social Empresarial: Visión de los representantes de las empresas

Valores y transparencia: Compromisos de Responsabilidad Social Empresarial

Para este estudio se eligieron 13 empresas, las cuales tiene una similar dinámica en cuestiones financieras-administrativas, sin embargo pertenecientes a distintos sectores. Del sector servicios: Telefónica, Bancafé, Nuestro Diario, del Sector Industrial: Amanco, Ingenio La Unión, Ingenio Pantaleón, Tacasa, Cementos Progreso, Pepsi. Del sector industrial alimenticio: Avícola Villalobos, Olmeca, sector industrial farmacéutico: Farmacéutico: Bayer y del sector social fundaciones: Fundazucar.

Los encargados del tema RSE en las empresas seleccionadas como casos de estudio, asumen que el concepto de responsabilidad social debe ser adoptado como una condición de sustentabilidad, en otras palabras, el éxito o fracaso de la empresa, su permanencia en los mercados, dependerá de la adopción y práctica efectiva de los principios de la RSE y argumentan que la empresa actual tiene la necesidad de declarar y ejecutar una gestión responsable. En tal sentido, la construcción de una imagen interna y externa sería condición necesaria para ser viable en sus relaciones con el mercado.

Para nuestro Grupo la Responsabilidad Social Corporativa se entiende como: "Ser ciudadanos corporativos responsables implica interactuar de manera responsable con la sociedad, contribuyendo así a su desarrollo y valorizando el crecimiento profesional y humano de nuestros empleados y del entorno socioeconómico de nuestras empresas, mientras trabajamos por incrementar la eficacia y asegurar la permanencia a largo plazo de

nuestros negocios, en beneficio de todos los públicos interesados ("stakeholders") mediante un gerenciamiento sistemático con metas y resultados medibles". (Amanco)

*"Es una responsabilidad que todos debemos de aceptar y que conlleva una serie de obligaciones. Por ejemplo hasta el simple hecho que nosotros tengamos una cultura en donde evadimos impuestos, las personas que sacan licencias en lugar de sacar el examen pagan todas esas cosas que lo van definiendo como ciudadanos incluso el votar y como personas también. En Guatemala tenemos que avanzar mucho en este tema ya que una de las áreas en las cuales nos formamos adicionalmente a la familia es en el trabajo y si la empresa en la que trabajamos es una empresa ética, honesta que cumple con sus obligaciones y además de la RSE que lleva a cabo da un poco mas de lo que la empresa es, eso ayuda a que las personas que trabajan en ella se sientan orgullosa de ella y tomen diferentes decisiones."
". (Bancafe)*

"Este tema es muy importante desde el nivel corporativo, tenemos una unidad que se llama corporación específica que ve las políticas y los lineamientos de la RSE , a partir de acá salen todos los lineamientos para trabajarlos en cada una de las áreas en cuanto a la responsabilidad corporativa, si esta metida dentro de la estrategia de la empresa, va dirigido a sus públicos y diferentes stakeholders. Dependiendo al publico que va dirigido tenemos acciones de RSE." (Telefónica).

"En el entorno se hace cada vez más demandante que la empresa sea sustentable. Por ello la empresa debe partir por ser sustentable internamente para ser sustentable externamente; la sustentabilidad no puede ser sólo una cáscara, se desmoronaría muy rápido, muy fácil". (Olmecca).

La responsabilidad social en la empresa se exhibe como una condición de desarrollo organizacional, que permite definir una imagen corporativa que proyecta la empresa como sustentable frente a sus públicos interesados. De esta forma, se marca una focalización en los objetivos estratégicos de la empresa y se reafirma la distinción con lo que es la filantropía.

“Nuestra empresa entiende la responsabilidad social no sólo como una acción hacia la comunidad, sino también como una decisión que forma parte de la estructura de negocios, de la estrategia de industria, no es una cosa sólo filantrópica, sino que está unida de manera integral a todo lo que es el funcionamiento empresarial”. (Fundazucar)

Entre los encargados de RSE de las empresas consultadas, se encuentra generalizado el argumento de que una gestión efectivamente responsable es lo que permite la permanencia de la empresa dentro de los mercados. En este sentido, la globalización, en cuanto a la utilización de nuevos y efectivos medios de comunicación, es un dato que les permitiría proyectar una determinada imagen, que por un lado los puede beneficiar, pero que también, al exhibir la empresa problemas no resueltos, puede ser una amenaza a su imagen.

El concepto de sustentabilidad combina la preocupación muy principal por el cuidado del medio ambiente, en cuanto a las condiciones de producción, con un manejo efectivo de la empresa en relación con el logro de sus objetivos económicos. De esta forma, el concepto de sustentabilidad permanece unido estrechamente al de viabilidad de la empresa, considerando que su desarrollo en los ambientes de mercado depende en gran medida de la exposición pública de sus acciones y de su relación con los públicos interesados.

“Es una convicción de la empresa en todos los niveles y es un proceso tanto interno como externo donde se busca la mejora siempre de la

comunidad, empresarial y de nuestros colaboradores”. (Cementos Progreso)

La responsabilidad social se presenta como aplicación de prácticas que van mas allá de lo legal, ámbito que, según se expresa en estas empresas, resulta un marco limitado a la hora de posicionarse en el mercado mundial, que directa o indirectamente condiciona la implementación de políticas modernas de relaciones laborales, con la comunidad, con la competencia. En este sentido, las empresas tienden a compararse y ser comparadas globalmente, cuestión que de uno u otro modo orienta su gestión empresarial.

Por esto es que, en general, los principios de RSE que se establecen dentro de la organización, surgen o se motivan desde las dirigencias de las empresas y desde allí son proyectadas hacia los distintos niveles de trabajadores, con el objetivo de promover una cultura que identifique a la empresa y que la mantenga en la dirección de los objetivos definidos.

“Tenemos una visión, una misión, valores aparejados a esa misión y visión, y más aún, tenemos una declaración de principios empresariales que es la verbalización de la misión y visión para nuestros stakeholders o nuestros públicos interesados, sean internos o externos”. (Amanco)

“Nos interesa saber que hay un motor interno, que la organización se preocupa del tema, que es proactiva, que va más allá de lo que exige la ley (...) esto ordena la casa, genera objetivos y planes, bajo el concepto de mejoramiento continuo”. (Nuestro Diario)

Los enunciados que con más frecuencia expresan la visión de responsabilidad social de las empresas y que les permitirían constituirse en líderes, en el campo de los negocios, son en general, aquellos que mencionan organizaciones como

CENTRARSE, a saber: ética empresarial, calidad de vida laboral, medio ambiente, compromiso con la comunidad y comercialización y marketing responsable.

“Gerenciamiento de los impactos positivos y negativos de las operaciones de la empresa. RSE es gerenciar nuestros impactos, porque cuando operamos impactamos tanto a nivel positivo como a nivel negativo. Es gerenciar tomando en cuenta los públicos interesados, personas y organizaciones que pueden ser impactadas por la empresa pueden ser impactos negativa y positivos y también organizaciones que pueden impactar a la empresa”.. (Amanco)

En general, en los distintos casos estudiados, hay una real ausencia de participación de los trabajadores en la formulación de temas, ámbitos y políticas de RS, no obstante, que las empresas asumen como necesaria su participación en cuanto a la construcción o adopción de una cultura organizacional. Sin embargo, cuando esta participación se concreta, no pasa de ser solamente “consultiva”: entrevistas directas a los trabajadores, reuniones entre jefaturas, aplicación de determinados instrumentos que permiten medir el impacto de las acciones de la empresa en RSE.

“A nuestra gente no le explicamos que significa Responsabilidad Social Empresarial, porque desde antes que se creara este movimiento ya hacíamos RSE”. (Cementos Progreso)

“Nuestro enfoque de la RSE es hacia los ciudadanos, por el producto y el mercado de nosotros tenemos, nuestra visión es hacia nuestros clientes: atenderlos de buena manera y darles un buen producto”. (Avícola Villalobos)

En efecto, la adscripción a los principios de RSE es manejada desde los planos directivos de la empresa, desde donde se establece la necesidad de proyectarla hacia el resto de la organización, no surge como una construcción participativa e integradora, sino que más bien busca la adhesión de los distintos estamentos.

“Como parte del plan de trabajo era tener la aprobación de la junta directiva porque fue como vender la idea de que es RSE y sin el apoyo de los accionistas no se puede hacer algo grande, luego gerentes y mandos medios a fin de crear expectativa”. (Olmecca)

“En la definición de la ética empresarial no hay nada que participar, las definiciones están dadas, aquí lo que hay es un compromiso de alinear a todo nuestro contingente humano, a nuestros colaboradores, a nuestras 9.600 personas, con los principios, con los valores, con la misión de la empresa”.(Wal-Mart de Centroamérica)

Es frecuente que el concepto de RSE sea asumido, principalmente, en su dimensión externa, es decir, en lo referido al medio ambiente y la comunidad. Reflejo de ello es que en algunas empresas, las personas que manejan el tema de RSE, no cuentan con mucha información acerca de la aplicación del concepto en el ámbito interno, resultando así una separación en las iniciativas externas definidas y exhibidas como acciones de responsabilidad social y lo interno. Muchas empresas caen entonces, en la paradoja de representarse a sí mismas como empresas socialmente responsables, pero no cuentan con políticas relacionadas, por ejemplo, con la definición de un buen trato laboral, el resguardo de la participación de los trabajadores, la protección contra la discriminación, etc, todos ellos aspectos consignados como principios de RSE.

“Hemos hecho hartito hacia afuera, pero nos ha faltado tener el tema de la responsabilidad social no sólo como un área, sino que incorporarla a la gestión, hacerla permeable a toda la empresa”. (Nuestro Diario)

“A lo largo del tiempo nos damos cuenta que esa RSE viene de los acciones, que son personas muy caritativas, hemos tenido muchos proyectos de RSE y están comprometidos con diferentes áreas, con el arte obras social, educación hemos tenido varias afiliaciones a proyectos sociales, de educación, de participación artística....” (Bancafé)

Aún cuando hay empresas que definitivamente no tienen una política de responsabilidad social hacia lo interno, en tanto no han definido ni desarrollado acciones intencionadas tendientes, por ejemplo, a mejorar la calidad de vida en el trabajo, ajustándose a principios éticos, los ejecutivos afirman valorar aspectos tales como el clima laboral de la empresa y la comunicación constante con los trabajadores. En el marco del clima laboral, atribuyen importancia al trato de los trabajadores, la participación sindical, el desarrollo profesional y las condiciones de empleo y trabajo. Y en el campo de la comunicación interna, asignan relevancia a los medios (de diverso tipo) que promueven una visión de empresa y que permiten construir una relación fluida con los trabajadores, en la solución de sus inquietudes y problemas.

Sindicato y participación

En general, en las empresas seleccionadas con excepción de dos, no existen sindicatos. Según la visión de los encargados del tema RSE, se ha asumido un nuevo concepto que es la “Asociación Solidarista” que permite a los empleados acceder a recursos a un menor costo o servicios a menor tiempo. Así mismo Guatemala es uno de los pocos países a nivel mundial que protege a su empleado con una serie de prestaciones e incentivos, a efecto de mantener a las personas animadas a seguir trabajando y no formar este tipo de instituciones.

En la empresa en que no hay sindicato, su encargado de RSE considera que éste no es necesario, en tanto las jefaturas mantienen relación directa con cada uno de los trabajadores.

“Nosotros nunca nos hemos manifestado ni a favor ni en contra de los sindicatos y es muy curioso que desde que nació esta empresa, nunca se haya constituido un sindicato, cualquier empleado puede acceder al gerente general, en el directorio está su teléfono, aquí no hay restricción”. (Bancafé)

La buena información de los trabajadores es vista como factor positivo en la construcción de un clima laboral adecuado al funcionamiento armónico de la empresa, en tanto permite eliminar desconfianzas entre los distintos niveles de la organización. Para ello, las empresas cuentan con distintos instrumentos (revistas u otros medios de circulación interna) que dan cuenta de la gestión interna de los proyectos y actividades referidas al tema de la responsabilidad social.

Por lo general, son los gerentes de recursos humanos los que mantienen la relación con los trabajadores, definiendo para ello reuniones periódicas y/o una política de “puertas abiertas”. Por este medio (colectivo o individual) se recepcionarían las opiniones y problemas de los trabajadores.

Las entrevistas realizadas como parte del estudio, permiten abundar en este tema y precisar distintas formas para relacionarse de los planos ejecutivos con los trabajadores. Se pueden apreciar a lo menos tres niveles, cruzados fundamentalmente por el grado de acercamiento o trabajo conjunto alcanzado entre las partes.

- **Relación fracturada**

Las empresas en las que es posible percibir este tipo de relación, han vivido ajustes en sus relaciones laborales, a menudo condicionadas por procesos de fusión o cambios en la propiedad de la empresa, en los que no se logran establecer canales efectivos de comunicación para la construcción de vínculos de cooperación mutua, que superen recelos y conflictos entre sindicato y empresa. Esta situación se presenta como una deficiencia que requiere ser superada, en tanto, cuanto se logren definir canales en el contexto de las nuevas formas organizativas que adquiere la empresa.

Se plantea la intención de un manejo estratégico del clima laboral, en cuyo proceso el cuidado de las comunicaciones con los trabajadores puede contribuir a generar confianzas que ordenen las relaciones laborales.

“...Somos unos convencidos, y es lo que la gerencia de comunicaciones ha tratado de transmitirle a la gerencia general, de que mientras los trabajadores estén motivados con lo que están haciendo, y sean escuchados, la empresa va a estar mucho mejor e internamente va a haber un clima mucho más favorable”. (Telefónica)

“Es vital para nosotros que los trabajadores entiendan que pertenecen a esta gran empresa, que se identifiquen con ella y ello pasa mucho, por las comunicaciones y el marketing interno que se haga”. (Bancafé)

Es importante destacar que mientras esto ocurre, no se percibe por parte de los encargados de RSE en las empresas, una valoración del aporte que el sindicato y/o los trabajadores pueden hacer a la empresa. No hay una visión global que los incluya como parte de su desarrollo.

“Los sindicatos no son un grupo fácil de llevar en una empresa. Con el tiempo, sin embargo, hay que ir limando esas diferencias”. (Pepsi)

Lo que predomina en este tipo de relación fracturada es la imagen del sindicato como un instrumento de conflicto, que dificulta avanzar hacia su entendimiento y cooperación entre las partes, favoreciendo sólo la reproducción de relaciones conflictivas.

En términos generales, los encargados de RSE, expresan una estimación positiva del potencial que representa para la empresa, para el cumplimiento de sus objetivos y para el desarrollo adecuado de la organización, la comunicación fluida entre las partes, basada en la confianza y en la definición de prioridades. Sin embargo, no se explicita una valoración positiva de la participación de los trabajadores y del sindicato, en la construcción de la vida corporativa.

- **Se construye el entendimiento**

En otro grupo de empresas, los encargados de RSE identifican la existencia de canales de comunicación que acercan a los colaboradores a la empresa. La disposición al diálogo se expresaría en los espacios o instancias establecidas para la coordinación entre ambas partes. Consideran que los trabajadores están comprometidos con la cultura de la empresa, cuando comparten la visión de empresa que la gerencia sustenta. De igual forma, ello favorecería la existencia de un clima laboral acorde con esa imagen de empresa que se busca construir.

“Nosotros no tenemos conflictos con los trabajadores, las negociaciones colectivas siempre llegan a buen acuerdo, los trabajadores de la compañía son gente antigua que tiene incorporada su cultura, que saben que la empresa siempre va a tener bien a sus trabajadores”. (Avícola Villalobos)

Aún cuando la comunicación es definida de modo satisfactorio por los encargados de RSE, en algunas se busca perfeccionar los métodos para garantizar rapidez en la llegada de la información.

“Con la RSE hemos aprendido a buscar mecanismos de consulta para nuestros colaboradores. Cuando podamos escuchar que es lo que piensa la gente o de la gestión o la gerencia. Y escuchar no significa que siempre vayamos a responder si a todo o no a todo”. (Amanco)

En general, en este grupo de empresas no hay referencia a un protocolo sobre el cual se establece una relación de entendimiento con los trabajadores, por ello queda la sensación de que el abordaje de esta materia es superficial, y que la labor del sindicato no es dimensionada adecuadamente.

- **Existe cooperación entre las partes**

Por último, las entrevistas permitieron reconocer visiones de empresa que contienen una estimación positiva de la organización de los trabajadores, de las formas de considerarlos dentro del funcionamiento de la empresa y, en general, de la relación de cooperación que mantienen con trabajadores y sindicato. Este tipo de relación se encuentra mediada por los rendimientos económicos esperados por la empresa, para lo cual se estima necesaria y central, la comunión en objetivos y acciones de toda la organización, a través de grupos de trabajo.

En dicho marco, se reconoce que la información con la que cuente el trabajador en referencia al curso de la empresa, gestión interna y externa y planes de desarrollo, resulta un elemento de primera necesidad para involucrarlo más directamente al cumplimiento de los objetivos corporativos.

La información y la mayor responsabilidad de los trabajadores en los procesos productivos son vistos por las empresas como una forma de comprometerlos en el

tema de la responsabilidad social corporativa. En algunos casos se han diseñado programas de calidad total, en los cuales los que el personal es considerado un factor de suma importancia.

Se podría decir que la adopción en algunos casos, y en otros, la intención que expresan los encargados de RSE de estas empresas, de construir un sistema de organización de la producción participativa, en base a relaciones laborales cooperativas, están enmarcadas en la aplicación de principios que giran en torno de los conceptos de comunicación, motivación, diálogo y rendimiento, para el logro de círculos virtuosos que faciliten el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Esta estructura de funcionamiento se concibe como un proceso continuo, que involucra el trabajo conjunto y la retroalimentación permanente con los trabajadores y con la organización sindical y que permite superar conflictos.

Trato laboral: Políticas respecto de la discriminación y protección a la maternidad

En general, se puede afirmar que las empresas no cuentan con políticas de prevención o de tratamiento de situaciones o hechos de discriminación al interior de la organización.

La discriminación tampoco ha sido tematizada, no se reconoce la necesidad de abordarla como problema, en tanto se parte del supuesto de que no se presentan casos. A juicio de los ejecutivos entrevistados, en las empresas existirían más bien, políticas de ingreso y ascensos que contienen mecanismos a prueba de discriminación, en tanto a la hora de la calificación predominan los factores técnico-profesionales.

“Los procesos de contratación y selección de personal son abiertos y amplios, de manera que todos puedan participar y que la compañía

seleccione el candidato o candidata más adecuado para el cargo”.
(Bancafé)

“Para contratar personal, la empresa tiene un centro integrado de evaluación laboral, ese centro es una unidad prácticamente autónoma, que tiene su propia jefatura y que tiene como pauta no discriminar”. (Wal-Mart de Centroamérica)

“Sólo puede regir la meritocracia. La competitividad y la necesidad de estar en los mercados del mundo obliga a ser profesionales y aquí las condiciones se dan para que los mejores suban”. (Fundazucar)

“Los criterios que se aplican son técnico profesional, interesa que los postulantes cumplan con el perfil, con las competencias o las habilidades que se están pidiendo para el cargo”. (Telefónica)

Sólo en un pequeño grupo de empresas se menciona la existencia de instrumentos que permiten observar problemas de discriminación; cuestión que estaría asociada al desarrollo de procesos de auditoría interna y que son aplicados por empresas externas.

La superación de problemas de discriminación se asocia también a un asunto de mejoramiento del clima laboral.

“No he escuchado de ningún caso. A nosotros nos audita una vez al año una empresa externa, entrevistan no solamente a la gerencia, sino también a los trabajadores respecto a si se cumple o no se cumple este principio”.
(Bancafé)

Sólo en una empresa se mencionó como política, el fomento del concepto de igualdad de trato, que formaría parte de un programa de desarrollo organizacional

que implica “achatar las estructuras” y generar nuevas instancias de participación de los trabajadores.

“Si manejamos políticas en cuanto a la discriminación como por ejemplo raza, religión, sexo, etc. Y también protección a la maternidad como brindándoles regalos que ayuden a la futura madre, etc”. (Telefónica)

Sobre todo en las dotaciones de personal de las empresas de tipo industrial, seleccionadas como casos de estudio, hay en general una baja presencia femenina, situación que es explicada por las personas entrevistadas como inherentes al giro de las empresas, a las faenas pesadas que son consideradas “propias de hombres” y a una selección natural del mercado de trabajo. Esta situación es tomada como un dato y no se problematiza.

“Tenemos empleadas en la parte administrativa, pero a nivel gerencial no existe presencia femenina”. (Avícola Villalobos)

En cuanto a la protección a la maternidad, algunos encargados de RSE entrevistados señalan que sus empresas cuentan con facilidades para las embarazadas y madres, que en algunos casos van más allá de lo establecido por ley, por ejemplo: guarderías, jardines infantiles. Sin embargo, en la mayoría de las empresas estos beneficios no forman parte de una política definida, sino que son otorgados caso a caso, dependiendo del criterio del jefe de área o del estudio realizado por recursos humanos.

“Habitualmente, son las profesionales las que más demandan este tipo de medidas, las administrativas muy poco. O sea, ellas se adecuan, dejan a su recién nacido y van a trabajar no más...”. (Olmeca)

“Queda al análisis de la situación, sujeto a una conversación o a un estudio de caso ,ni siquiera se pide la licencia, si la mamá tiene que permanecer al

lado de su hijo por enfermedad, está la voluntad de conceder el permiso”.
(Pepsico)

Hay también casos de empresas en los que si bien no se superan los beneficios que la ley contempla, se flexibilizan los instrumentos establecidos en el Código del Trabajo, en materia de protección a la maternidad, específicamente en cuanto, por ejemplo, a períodos de pre y post natal, horarios de trabajo y funcionamiento de las salas cuna.

“Tenemos la posibilidad de alargar el prenatal o el post natal, por ejemplo, quedarse trabajando más días en el prenatal y la diferencia puede sumarla al post natal”. *(Avícola de Villalobos)*

Capacitación y desarrollo profesional, remuneraciones y beneficios

En casi la totalidad de las empresas se implementan programas de capacitación para los trabajadores. Las acciones de capacitación son vistas, en general, como una necesidad de la empresa, como un instrumento que permite su adaptación a los requerimientos actuales de un mercado cada vez más competitivo. En este sentido, los procesos productivos son vistos como un campo influenciado por criterios técnicos en la realización de tareas especializadas, sobre todo de aquellos que incorporan el manejo de nueva tecnología.

Con especial énfasis esto se expresa en empresas que destinan parte de su producción al mercado extranjero, o que dependen directamente de directrices de la casa matriz localizada en países europeos o en Estados Unidos.

Con el desarrollo de las acciones de capacitación se pretende avanzar en la consolidación de procesos productivos más eficientes, dado lo cual, el cambio en la utilización de maquinaria o tecnología también tiene su correlato en la definición de un “nuevo tipo de trabajador”. Al involucrarlo en este cambio, se requiere que

desarrolle sus capacidades técnicas, pero también que logre motivación personal, que se sienta parte de ese proceso y acepte las condiciones.

Aunque en todas las empresas se expresa una alta estimación o valoración de la posibilidad de capacitar a sus trabajadores, son las compañías que cuentan con relaciones laborales cooperativas o participativas las que registran mayor coherencia en la aplicación práctica de una política estructurada, que responde a un plan general de modernización de la organización del trabajo en la empresa.

“Hay opción a optar a cursos y capacitaciones en el área de su puesto. Hay una alianza con ADES donde se está dando un programa de maestría donde la empresa paga una parte del curso y el empleado paga la otra parte pero fraccionado en cuotas cero intereses”. (Telefónica)

“Desde inducción de la empresa durante dos días e inducción al puesto principalmente de los software durante 2 semanas se les cubre hospedaje, alimentación y se tiene un Centro de capacitación donde hay 18 computadoras, se han seleccionado personas para que ellos se vayan convirtiendo en capacitadores, a todo nivel se da capacitación”. (Bancafé)

Y esta integración de los trabajadores a procesos de capacitación, puede potenciar también otras modalidades de participación en la empresa, como se constata en la cita siguiente:

“En la empresa se lanzó el tema de “las buenas ideas” y “los proyectos de mejora”, los trabajadores participan y la empresa otorga un reconocimiento. En la ocasión que ya se implementó, el premio fue un fin de semana en la playa con la esposa, y eso lo pagó la empresa. Con ello se generó un mecanismo de retribución, de acuerdo al impacto que tenga el proyecto en el funcionamiento productivo de la empresa y en sus resultados”. (Cementos Progreso)

En general, los encargados de RSE de las distintas empresas afirman que cuentan con programas de capacitación hacia los trabajadores, asumiendo así la necesidad de incorporar conocimientos cada vez más especializados para el desarrollo de las tareas que requieren los procesos productivos, o la gestión interna. Con ello se busca además, establecer un círculo virtuoso entre capacitación, motivación y productividad.

Pero la capacitación incluye desde el mejoramiento básico del nivel cultural de sus empleados, como piso fundamental para el crecimiento personal del trabajador, hasta su rendimiento profesional.

“En un tiempo en la empresa se hizo campaña para que todos los obreros terminaran su colegio, ello en el convencimiento de que “si elevas el nivel intelectual y cultural vas a rendir más, y si rindes más, ganas más”.
(Amanco)

“Ayudamos al empleado en desarrollarse en su puesto de trabajo, hacemos capacitaciones y también con CONALFA estamos realizando alfabetizaciones. Pero si creemos en el desarrollo del empleado. También estamos en un proyecto de capacitación de los cónyuges de los colaboradores para que ellas también sean una fuente de aporte para el hogar”. (Nuestro Diario)

En la mayoría de los casos, los programas de capacitación implementados por la empresa, están asociados a los requerimientos del negocio, y no necesariamente, a la voluntad o necesidad de los trabajadores de querer especializarse en determinada área o proyectar su carrera en determinada dirección.

Pasando al tema de las remuneraciones y los beneficios, los entrevistados definen los sueldos pagados por las empresas como de “mercado”. Indican que estudios del área o rubro, precisan lo que debe cancelarse por el desempeño de

determinadas tareas o faenas. Tal indicador serviría como referencia para definir los niveles de remuneraciones, incorporando cierta flexibilidad con el otorgamiento de bonos o incentivos, conforme a los niveles de productividad.

“Dentro de la parte salarial realmente creo que estaríamos en salario del mercado es muy difícil que a esos niveles tenga un salario alto, por lo general se contratan personas que casi siempre es su primer trabajo, y adicionalmente a eso como hay tanta rotación el costo de la capacitación es muy alto. A nivel gerencial, cada gerente y director dependiendo de la antigüedad que tenga hay una disparidad entre salarios. Tenemos un método de cada año hay un aumento salarial en base a la inflación del país”. (Bancafé)

“Nuestra empresa, cumple con todos los requisitos legales relativos a salarios y compensaciones en los países donde tenemos operaciones. Nuestra política es la de remunerar en forma adecuada a nuestros colaboradores”. (Amanco)

No obstante lo anterior, algunas empresas buscan distinguirse.

“Estamos dentro de los primeros lugares por empleados y en salarios que están arriba del promedio”. (Avícola de Villalobos)

El mejor desempeño en prácticamente todas las empresas es promovido a través del cumplimiento de metas gratificadas por bonos de reconocimiento de las tareas cumplidas.

“Existe una estructura de remuneración por grados y de acuerdo a la experiencia y al desempeño. Las personas pueden ir cambiando de grado”. (Wal-Mart de Centroamérica)

La remuneración flexible se maneja como un instrumento de promoción de desempeño, intenta aumentar la motivación de empleados y trabajadores a adoptar los objetivos de la empresa, haciéndolos parte en sus resultados. Esta modalidad tendría una relación directa con los programas de capacitación y con las posibilidades de promoción dentro de la empresa..

Condiciones de trabajo y empleo: Prevención de riesgos y empleabilidad

En materia de prevención de riesgos laborales resulta bastante homogénea la información entregada por los representantes de las empresas consultadas. Todos manifiestan un alto nivel de preocupación por el tema y señalan implementar medidas orientadas al control de situaciones riesgosas y a la vigilancia permanente del uso de instrumentos de seguridad, sobre todo en empresas del rubro industrial. Cuentan con gerencias o departamentos de seguridad, que realizan además acciones de capacitación en la materia.

Algunas políticas innovadoras se detallan en las citas siguientes.

“Seguridad industrial permanente en plantas y oficinas, certificados en las plantas, y estamos certificándonos en ISO 9001” (Cementos Progreso)

“Hay comité de seguridad industrial en oficinas administrativas y en plantas”. (Olmecca)

Una de las acciones más nombradas es el vínculo permanente que mantienen con la mutual a la que se encuentran afiliadas, trabajando con ella en el área de producción, tanto en prevención en la labor misma, como en la capacitación a los trabajadores.

También en algunas empresas se observa una preocupación especial por la salud de los trabajadores, superando la exclusiva vigilancia de los temas de higiene y seguridad.

“Se está abordando fuertemente el tema de la educación, no obstante eso, en las empresas hay policlínicos, salas de acondicionamiento físico, exámenes médicos permanentes, principalmente del tema cardiovascular y muscular. Todo esto es de cargo de la empresa, porque existe la convicción de que es la forma de construir una empresa sana”. (Wal-Mart de Centroamérica)

“Hay chequeos médicos gratuitos, tomas de colesterol, de presión cardiaca, y hay también un policlínico, se pusieron más de mil vacunas antigripales el año pasado”. (Wal-Mart de Centroamérica)

La empleabilidad de los trabajadores en las empresas tiene gran relación con las condiciones de estabilidad, principalmente en los momentos en que la organización se ve sometida a cambios.

La posibilidad de despido de una parte importante del personal es una opción que tienen las compañías y que no sólo se encuentra asociada a períodos de baja rentabilidad o de pérdida, sino también a momentos de ejecución de nuevos proyectos relacionados, por ejemplo, con la incorporación de nuevas tecnologías, como también con procesos de fusión. Casi la mitad de las empresas consideradas en el estudio se vieron enfrentadas en el pasado reciente a este tipo de situaciones.

Responsabilidad corporativa externa: Medio ambiente y comunidad

Es en estas dimensiones en donde se perciben con mayor nitidez los esfuerzos de las empresas por desarrollar iniciativas, en tanto son ellas las que más favorecen

la construcción de una imagen pública de empresa socialmente responsable. Las compañías definen cuál es la idea a proyectar como imagen de empresa y cuáles son las acciones más acordes para lograr dicho objetivo, dependiendo del rubro, de su situación de mercado, de su trayectoria y hasta de la zona geográfica donde opera. Por esto, los campos de acción y los programas desarrollados en esta materia son diferentes entre empresas y la relación que la empresa establece con la comunidad y las acciones de protección o cuidado del medio ambiente que impulsa o deja de impulsar influyen directamente en la empresa como organización y en definitiva, en su viabilidad o sustentabilidad.

Lo que las empresas se juegan es construir una imagen o una conciencia en la comunidad, de que el desarrollo de la empresa también los beneficia, es decir que los resultados de su funcionamiento serán en cierta medida compartidos con la comunidad, para lo cual es necesario definir una relación de buena vecindad empresa-comunidad.

“Tenemos mas que todo la responsabilidad corporativa hacia la comunidad, con la niñez específicamente en unión con el fondo unido, creo que nos hace falta inclinarnos un poco mas hacia el medio ambiente considerando que la materia prima elemental de la empresa es el papel”. (Nuestro Diario)

Las acciones que realizan las empresas van desde la cooperación con organizaciones de caridad, como Fondo Unido, hasta el apoyo directo a la comunidad en la que se encuentra instalada la empresa o la planta.

Los programas implementados hacia la comunidad expresan esas diferencias relacionadas con la misión de la empresa y/o su giro.

“Tenemos 2,100 niños becados de varios departamentos, tenemos becas educativas integrales donde se les proporcionan a parte de la educación le damos útiles, el uniforme, así como capacitación a los maestros y ayuda al

centro escolar con pintura, laminas, block, etc. Trabajamos con una ONG amigos del país, que monitorean las escuelas, que se utilicen correctamente los materiales, etc”. (Telefónica)

“Desarrollo de programas de jóvenes creadores donde se premiaban a jóvenes artistas dándole la oportunidad de tener una carrera artística, apoyo de Teletón con aportes, publicidad, etc., tratamos de ayudar al medio ambiente con la utilización del papel para reciclar. Estamos trabajando con micro créditos que se dan créditos a personas que tenían acceso a crédito. Estamos conscientes del impacto de nuestros proyectos.” (Bancafé)

“Cada una de nuestras empresas cuenta con una persona responsable de los proyectos con la comunidad y cuenta con al menos un proyecto comunitario. Con estas actividades buscamos promover un diálogo que defina necesidades y expectativas de la comunidad, las autoridades locales y las empresas. Esperamos aportar valor agregado en áreas en donde otros actores están ausentes, especialmente en aspectos relacionados con nuestras actividades empresariales (vivienda, suministro de agua, servicios de alcantarillado y saneamiento ambiental). Igualmente promovemos la posibilidad de que los empleados de Amanco participen directamente en las actividades sociales de sus empresas por medio de asistencia técnica o trabajo voluntario”. (Amanco)

Las políticas respecto de la protección al medio ambiente también se encuentran enmarcadas en el concepto de empresa sustentable, que cuida sus procesos productivos incorporando tecnología y con ello reduce sus impactos negativos en el medio ambiente. Esto sobre todo en las empresas del rubro industrial, es presentado como un acción de respeto hacia la comunidad, que favorece la convivencia armónica con sus públicos interesados más directos. En general, las empresas recurren a la obtención de certificaciones externas que evalúan la calidad de sus procesos y el cuidado del medio ambiente (ISO).

“Este año hicimos una alianza con ONG FOMENT para poder reciclar papel donde los conserjes recolectan los botes de color rojo donde se encuentra solo papel y se le da a la ONG para que lo pueda reciclar”. (Telefónica)

“Hemos implementado un sistema de gestión de residuos que nos permite: Reciclar los residuos metálicos, Fabricar biocompost con los residuos orgánicos, coprocesar los residuos inorgánicos en nuestros hornos de clinker, coprocesamiento es el uso de residuos o derivados de un proceso industrial se usa como combustible o materia prima en otro proceso” . (Amanco)

V. CUARTO CAPITULO. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A partir del análisis de las opiniones de los actores entrevistados, es posible puntualizar algunas conclusiones que dicen relación con los ejes centrales abordados en el estudio y que forman parte de la esencia de la concepción de RSE. A través de ellos, es posible verificar las cercanías o distancias que las empresas seleccionadas evidencian en su gestión, así como los desafíos y pendientes que sus experiencias abren, en el ánimo de articular una corriente eficaz de comportamiento empresarial responsable.

Las empresas adheridas a la RSE

1. Las empresas que se han adherido voluntaria, pero formalmente a los principios y valores de la RSE, en Guatemala se caracterizan por ser principalmente grandes empresas, a menudo integrantes de holding pertenecientes a grupos económicos nacionales o filiales de multinacionales. Esta adhesión formal implica el compromiso de las compañías de integrar en sus prácticas corporativas, metas e indicadores que den cuenta de los avances realizados en los distintos componentes o dimensiones de la RSE en períodos de tiempo definidos.
2. De este modo, el concepto RSE, hasta ahora, se relaciona muy estrechamente con un claro y evidente peso específico de las compañías involucradas. Este factor, como efecto demostración para otro conjunto de empresas de menor tamaño e importancia relativa, puede llegar a ser “promocionalmente interesante”.
3. No cabe duda, que las motivaciones empresariales para adherir a esta corriente tienen un fuerte componente relacionado con alcanzar una mejor

rentabilidad estratégica y hay que recordar que el Pacto Global de las Naciones Unidas incluye diez principios relacionados con derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción.

4. Un mejor posicionamiento en el mercado, sin embargo, siendo positivos, tampoco debiera caber duda que existe autenticidad y compromiso efectivo por parte de muchas compañías con los principios y valores básicos de la RSE y con los distintos interlocutores (“stakeholders”) involucrados en su marcha. De hecho, mientras muchas empresas voluntariamente se comprometen, dando espacio para que los interlocutores ejerzan su derecho a vigilancia y evaluación, muchas más no lo hacen. Por ello, en el sólo acto de tomar el compromiso se aprecia un contenido virtuoso.
5. Para enfrentar el compromiso de adhesión a los principios y valores de RSE, las empresas estudiadas han establecido una especie de unidad operativa que tiene a cargo el tema y realiza fundamentalmente acciones de difusión hacia ámbitos externos (comunidad, otras empresas, etc), cuestión que contribuye a posicionar su imagen corporativa. Esta unidad, en general, corresponde al área de relaciones públicas, aún cuando para cada empresa tiene distintas denominaciones (comunicaciones corporativas, asuntos corporativos, asuntos públicos, relaciones institucionales). Sólo en unos cuantos casos, el área encargada de recursos humanos asume plenamente esta tarea o la comparte con comunicaciones.
6. Algunas empresas también han constituido fundaciones para enfrentar su compromiso de RSE, las que tienen un claro propósito de acercamiento al trabajo con comunidades, más que hacia el plano interno de la propia empresa. La mayoría de las empresas seleccionadas en el estudio cuentan además, con modelos de aseguramiento y gestión de calidad que van más allá de los mínimos (certificaciones voluntarias tales como ISO 9000, ISO 14000, OHSAS

u otros) y que la organización decide tomarlos, porque considera que existe algún incentivo para hacerlo.

7. Estos, sin embargo, no dicen relación con los principios y valores de la RSE asociados a la dimensión de calidad de vida laboral, objeto de este estudio. Uno de los motivos, a juicio de las Naciones Unidas, por el que las empresas participan es “aumentar al máximo las oportunidades comerciales ampliando la visión empresarial para abarcar la dimensión social y aplicando normas y prácticas de gestión responsable”.
8. Las certificaciones obligatorias en cambio, se refieren fundamentalmente a normas técnicas o a aspectos que pueden afectar la seguridad y/o salud de las personas, por ejemplo, aquellos que permiten la venta y consumo de ciertos productos alimenticios, medicamentos, etc.
9. Tampoco los premios y reconocimientos, de los que se han favorecido muchas de las empresas seleccionadas y de los cuales el mercado es prolífico en ofertar, tienen directamente que ver con una adecuada e integral incorporación de los principios y valores de RSE. No por ello dejan de ser buenas formas de estimulación a las empresas para ir más allá de las obligaciones exigidas por ley. Algo similar ocurre con las listas o rankings, en la medida que alientan la competencia entre empresas por superarse a sí mismas y a las demás.

El papel de las Naciones Unidas en la difusión de los principios de RSE

10. En lo que respecta a la difusión de los principios y valores de RSE, en el país destaca CENTRARSE, quien enfoca su quehacer de promoción y divulgación hacia el sector empresarial.

11. CentraRSE la asociación que promueve a la RSE en Guatemala no tiene el alcance mas importantes que es la adhesión a el Pacto Global de las Naciones Unidas, limitando entonces que es la RSE se cumpla en su mayor expresión.
12. Es importante considerar también la acción que ejercen distintas entidades privadas, lo que sin duda ha permitido la socialización de información sobre el tema hacia diferentes sectores y ámbitos de la sociedad y un mayor posicionamiento del concepto en la opinión pública.

RSE y sus dimensiones

13. El desarrollo desequilibrado de las dimensiones de la RSE que, en la percepción de los actores, presentan las empresas del estudio y que han adscrito voluntariamente a dichos principios, pensamos, tiene su explicación principalmente en dos factores, el cambio cultural que necesariamente deben experimentar los actores principales del proceso productivo (empresarios y trabajadores) y/o la tendencia empresarial a privilegiar el efecto marketing asociado a la RSE.
14. Lo que sí se percibe es un discurso y en varias empresas un esfuerzo por mejorar la comunicación, el clima laboral y la relación con la comunidad, como estrategia para una mayor y mejor inserción de la empresa en el mercado.
15. La voluntariedad de la adscripción a los principios de la RSE y la importancia de asumir pública y libremente y por propia decisión dichos principios, la empresa se obliga a hacer realidad su código ético, a pasar del discurso a la práctica y en virtud del principio de la transparencia, someterse al control social.
16. No existe evidencia suficiente que permita certificar el interés o desinterés de las empresas por someterse en forma objetiva a un instrumento científicamente

diseñado e independiente, que mida los avances en responsabilidad social, como tampoco, la necesidad de contar con indicadores que midan el impacto de sus políticas de RS.

17. Se percibe un desequilibrio en el ejercicio de la responsabilidad social entre el ámbito interno y externo de la empresa. Por lo general, los interlocutores internos no son con frecuencia invitados a construir responsabilidad social, a definir estrategias, metas y compromisos, tanto en el ámbito interno como externo, son más bien invitados sólo a asumir tareas previamente definidas que se discuten en un nivel o instancias en que no participan y a comprometerse con los proyectos de la empresa y con las estrategias y metas de una responsabilidad social orientada fuertemente hacia el ámbito externo.

Lo público y lo privado en la RSE

18. Es notoria la preocupación de muchas empresas por su entorno social y medio ambiental, en comparación con su ámbito interno, todavía claramente menos considerado.

19. Empresas han constituido fundaciones que asumen en forma permanente y orgánica, las tareas de responsabilidad social hacia la comunidad y el medio ambiente. Esto evidencia la importancia que le asignan a la difusión de sus planes y acciones hacia el mundo externo.

Lo interno en la RSE

20. La aplicación de los principios de la responsabilidad social en el ámbito interno de las empresas, implica no sólo el reconocimiento y respeto de los derechos laborales establecidos en la legislación, sino que un paso adelante, un esfuerzo por invertir en las personas, por incorporarlas a las decisiones, al

menos, en aquéllas que las afectan directamente y, por cierto, en las definiciones de políticas y estrategias internas de responsabilidad social.

21. El estudio muestra que los esfuerzos de las empresas están puestos básicamente en el desarrollo de una cultura organizacional, cuyos principios, valores y declaraciones (sustentabilidad, transparencia, calidad de servicio) perfectamente funcionales a sus objetivos, la competitividad y el marketing, son transmitidos a los trabajadores.
22. Los trabajadores asumen valores y principios de la RSE por “imposición” y no como una decisión reflexionada y aceptada libremente, producto de una discusión colectiva con los distintos estamentos de la empresa.
23. La estrategia empresarial de definir y establecer una cultura institucional desde los niveles superiores, no es coherente con los principios de participación, de respeto a las personas y sus derechos de buen trato laboral, que define y señala la corriente RSE para el ámbito interno de la empresa.
24. En algunos casos, las prácticas de RSE en el ámbito interno se reducen a una preocupación por la mantención de un buen clima laboral, a través del desarrollo de una política de comunicaciones con los trabajadores, llamada de “puertas abiertas”.
25. La exigencia de una auténtica RSE que vaya más allá de la ley en lo que se refiere a derechos laborales, condiciones de trabajo y desarrollo de las personas, no es algo de ocurrencia común en las empresas estudiadas y que han suscrito voluntariamente los principios de la RSE.
26. La generalidad de las empresas realizan esfuerzos por cumplir de manera estricta las exigencias legales, siempre en el marco de lograr un clima laboral apropiado al desarrollo de la organización, sin embargo, se destaca un par de

empresas, que en un ámbito muy puntual, como el de la protección a la maternidad, aplican un manejo flexible de la situación, por ejemplo, de la jornada de trabajo de las mujeres embarazadas o con hijos pequeños, de la elección de sala cuna según conveniencia de la madre y de una incorporación gradual de la mujer al trabajo después del post-natal.

Empresa, sindicato y trabajadores

27. Prácticamente en todas las empresas estudiadas, con excepción de sólo una de ellas, NO existe organización sindical, no cumpliendo así y en lo formal, a lo establecido en la legislación y en las exigencias del Pacto Global: “Asegurar que todos los trabajadores tengan la posibilidad de formar un sindicato de su opción, sin temor de intimidación o represalia”.

28. Los esfuerzos de las empresas apuntan a mantener canales de comunicación y diálogo permanente con los trabajadores, fundamentalmente con la finalidad de mantenerlos informados de la marcha de la empresa y así lograr su mayor compromiso, pretendiendo por esta vía que se sientan parte de la empresa y promover un clima laboral funcional a los objetivos empresariales.

29. Se constata la existencia de otro grupo de empresas que ha dado un paso más adelante en el tema de la RSE, al incorporar a los trabajadores en la discusión y decisiones en materias que tienen que ver con la organización de la producción y con los procesos productivos, reconociéndoles a éstos capacidad y derechos para aportar desde este ámbito al crecimiento de la empresa.

30. En general, se puede afirmar que en la mayoría de las empresas estudiadas, la modalidad predominante en la relación sindicato empresa es la asociación solidaria. En efecto, se detecta una búsqueda constante del diálogo, de la comunicación y el entendimiento.

31. Es claro, que los objetivos que se buscan compartir con los trabajadores son definidos por la empresa y funcionales al éxito del proyecto empresarial.
32. Los trabajadores no participan en la definición de dichos objetivos, ni se discute con ellos, a la luz de los objetivos planteados y al nivel de su aporte, sus condiciones de trabajo.

Políticas para la no discriminación

33. En general, las empresas no cuentan con políticas definidas y concretas para el tratamiento de situaciones de discriminación, al mismo tiempo, se afirma desconocer la ocurrencia de hechos de esta naturaleza en la organización. Sin embargo, en algunas existen, por ejemplo, mecanismos definidos de ingreso y ascensos que asegurarían la aplicación de criterios técnicos y objetivos al momento de la selección y promoción del personal, evitándose así cualquier tipo de discriminación.
34. No obstante lo anterior, no existe en las empresas ni políticas ni instrumentos o mecanismos que contribuyan a detectar y sancionar acciones o actitudes o prácticas discriminatorias.
35. La exclusión femenina de tareas y áreas de trabajo consideradas como “típicamente masculinas”, expresión sin duda de discriminación al interior de las compañías, se justifican, por lo general, como condiciones impuestas por el mercado de trabajo y no como una práctica de la empresa.
36. Las empresas aceptan la división sexual del trabajo histórica y culturalmente establecida y no se plantean la posibilidad de superarla desde la propia compañía innovando en este aspecto, y sobre todo, asumiendo en este tema los principios de la responsabilidad social establecidos en el Pacto Global de la Naciones Unidas, que exige de las empresas básicamente considerar las

habilidades y experiencias como requisitos para el reclutamiento, los ascensos, el entrenamiento y el acceso a los puestos de trabajo, como asimismo, establecer procedimientos para enfrentar y proteger a los trabajadores de prácticas discriminatorias.

La capacitación y las políticas de capacitación

37. La capacitación en las empresas estudiadas es asumida como una real necesidad, como un instrumento valioso para adaptarse a los requerimientos del mercado, acorde con una visión cada vez más técnica y profesional de los procesos productivos, que son definidos como un conjunto de tareas especializadas.

38. La necesidad de capacitar está estrechamente ligada a la incorporación de nueva tecnología y a los nuevos requerimientos de productividad. Asimismo, en muchas de estas empresas se está requiriendo un nuevo trabajador, que por sus conocimientos sea capaz también de aportar al proceso productivo y de esta forma asuma un nuevo compromiso con la empresa y su competitividad.

39. La capacitación no implica necesariamente la promoción de los trabajadores y un mejoramiento en las condiciones de empleo.

La información y la comunicación, canales para la transparencia

40. Si bien la mayoría de las empresas cuenta con informes anuales de su gestión en materia de responsabilidad social, entregados a sus públicos interesados, como accionistas y consumidores, para algunos de los trabajadores, éstos no constituyen instrumentos confiables y transparentes.

41. Tampoco lo serían los medios de información internos que entrega la empresa (revistas de circulación o intranet), pues la mayoría de las veces sólo tienen el objetivo de instalar nuevas formas de organización de la producción, y por tanto, se convierten en condición para el trabajo, lo que les obliga a asumir mayores responsabilidades, sin necesariamente ser más partícipes en la marcha de la empresa.

Desafíos para la RSE

42. La utilización puramente discursiva del tema de la responsabilidad social resulta inconsistente si la empresa que adscribe a sus principios y valores no es capaz de definir una plataforma interna sobre la cual construir esa imagen. Para ello hace falta una visión crítica de la situación general de los trabajadores dentro de la empresa, apuntando hacia un real cuidado de la calidad de vida del trabajador.

43. En muchos casos resulta insuficiente el criterio que utilizan las empresas para el cálculo de sus remuneraciones “al nivel del mercado”, siendo de público conocimiento que en muchos casos esos parámetros no aseguran condiciones de vida dignas, ni la satisfacción de las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias.

Recomendaciones

1. En esencia, la responsabilidad social empresarial o corporativa, más que un nuevo estilo de gestión empresarial, es una nueva concepción de empresa y una nueva forma de entender y conducir el proceso de producir. El ejercicio de una auténtica RSE se caracteriza por la incorporación efectiva, al proyecto de empresa, de los intereses de todos sus interlocutores, lo que necesariamente llevaría a un desarrollo armónico de las distintas dimensiones de la RSE.
2. Si bien la adhesión empresarial es una iniciativa corporativa voluntaria, la ONU enuncia un procedimiento o medidas generales destinadas a proteger la integridad del Pacto Global y a favorecer el cumplimiento de los objetivos propuestos. Este procedimiento, aún cuando no tiene un diseño detallado, ni confiere al Pacto el mandato ni los recursos para medir comportamientos, constituye una herramienta que puede ser útil para trabajadores, miembros de la comunidad y otros actores sociales, que se sientan interesados en vigilar el comportamiento de las empresas firmantes.
3. Algunas medidas implican por ejemplo: la eliminación de la lista de participantes a las compañías que no informen una vez al año o después de dos años de ingresar al Pacto, sobre el progreso logrado en la implementación de los principios; la aceptación de reclamos frente a comportamientos de empresas firmantes del Pacto que menoscaban la integridad de la iniciativa, promoviendo para ello el uso de los buenos oficios del Pacto en la búsqueda de una solución, e incluso, en caso necesario, la referencia del problema a una o más organizaciones de la ONU para su asistencia o consejo, o a la red del país o de la región del Global Compact u otra organización que ayude a encontrar la solución.
4. La RSE reclama de empresarios y trabajadores una nueva visión de empresa como proyecto común, como lugar de encuentro, como una oportunidad de

cooperación y de beneficio mutuo, esta dimensión fundamental de la RSE, no parece expresarse aún con suficiente claridad y fuerza en las empresas que han asumido voluntariamente los principios de la responsabilidad social y que formaron parte de la muestra analizada en este estudio.

5. El ejercicio efectivo de la RSE debiera ser integral y las empresas más temprano que tarde deben avanzar en ese sentido si pretenden ser creíbles, y asegurar de esta forma su inserción y permanencia en los mercados.
6. El razonamiento y el comportamiento esperado de los empresarios debiera ser algo así como “si respetamos los derechos e intereses de la comunidad y los incorporamos en el proyecto empresarial, respetamos también los derechos e intereses de nuestros trabajadores”.
7. Las empresas deben entender entonces que no es posible representarse públicamente como una empresa responsable si no se asumen los costos de esa promesa, una empresa responsable socialmente no puede estar preocupada de reducir sus costos y de aumentar sus rendimientos a costa de la calidad de vida de sus trabajadores.
8. La valoración y preocupación por mantener un buen clima laboral es sin duda beneficiosa para el desarrollo de la empresa y para los actores de la relación laboral, sin embargo, esto tiene sentido y sustentabilidad en el tiempo, cuando las mejoras en el clima laboral son el resultado de la aplicación de las políticas y principios de la RSE, tales como los establecidos en el Pacto Global de la ONU, que enfatizan la necesidad de: Reconocer y respetar las organizaciones de los trabajadores y la libertad de éstos para formar sindicato y para actuar sindicalmente; considerar los intereses de los trabajadores en los procesos de reestructuración y entrenamiento, en los procedimientos de despido, en asuntos de seguridad y salud; Reconocer y utilizar la negociación colectiva como un instrumento para el logro de mejores condiciones de trabajo. De lo

contrario, las preocupaciones y acciones tendientes a mejorar el clima interno de la empresa, podrían entenderse como una forma de obviar el tema de los derechos laborales, del desarrollo de las personas y de la participación de los trabajadores, al menos, en las decisiones que los afectan directamente. En otras palabras se estaría soslayando, de este modo, la aplicación genuina de los principios de la RSE.

9. Es importante que las empresas acepten que la existencia de prácticas o conductas discriminatorias al interior de la organización, pueden originarse en la propia compañía y, por lo tanto, son de su propia responsabilidad, como asimismo, la formulación de políticas y estrategias que apuntan a su superación, y no constituyen sólo condicionamientos externos que tienen su origen en el mercado laboral o son únicamente característicos del sector productivo al que pertenece.
10. Una empresa con una definición ética de su actuar debe aceptar su responsabilidad en cuanto a los estándares de vida de sus trabajadores, abordando aspectos tales como: beneficios salariales, condiciones de higiene y seguridad en el trabajo, seguridad del empleo, participación en la organización sindical, horas de trabajo, respeto y reconocimiento de derechos, seguridad social.
11. En el contexto de los desafíos de la RSE, el actual proceso de elaboración de las normas ISO 26,000, constituye un intento, tanto del sector privado como público, a nivel internacional, por precisar el sentido y los alcances que la responsabilidad social debe tener en las organizaciones que la suscriben (en el ámbito interno como externo), promover e impulsar el cumplimiento de sus principios y transparentar sus avances y logros efectivos.
12. Se espera que con esta norma la RSE cumpla con el objetivo de mejorar la calidad de vida del empleador, colaborador, comunidad y medio ambiente.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Acción Empresarial. "Indicadores de responsabilidad social corporativa". Octubre 2001.
2. Agüero, Felipe. "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Guatemala, Colombia, México y Perú". Informe para la Fundación Ford. Mayo 2002.
3. Berg, Huberto. "Rentabilidad de las buenas prácticas laborales". OIT/CPC. 2003.
4. CEPAA. "Documento guía para la responsabilidad social 8000 (SA8000)". USA 1999.
5. Cruz, Consuelo. "Apuntes acerca de los códigos de conducta en las empresas transnacionales". CIPAF/Oxfam. 1999.
6. Diller, Janelle. "¿Una conciencia social en el mercado mundial?. Dimensiones laborales de los códigos de conducta, el etiquetado social y las iniciativas de los inversores". En Revista Internacional del Trabajo. Volumen 118, Número 2. 1999.
7. Embotelladora Andina S.A. "Código de conducta empresarial". Santiago. Diciembre 1996.
8. Encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa. 2001.
9. Howitt S. Richard. "Proyecto de informe sobre normas de la UE para las empresas europeas que operan en países en desarrollo: hacia un código de conducta y una plataforma de seguimiento europeo". Octubre 1998.

10. Instituto Ethos. "Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial". Brasil 2003.
11. Jeffcott, Bob y Yanz, Lynda. "Los códigos de conducta, regulaciones gubernamentales y la organización de los trabajadores". ETAG. Febrero 2000.
12. Marcos-Sánchez. "negociación colectiva y código de conducta". OIT/UITA. 2000.
13. Mujica, Javier. "Plataforma interamericana de derechos humanos". En Foro de Derechos Humanos de la Cumbre de los Pueblos de América. Santiago. Abril 1998.
14. Naciones Unidas. "Guide to the Global Compact: a practical understanding of the vision and nine principles".
15. Oficina Internacional del Trabajo (OIT). "Notas informativas sobre responsabilidad social de la empresa y normas internacionales del trabajo". Ginebra 2003.
16. Organización Internacional de Empleadores (OIE). "Código de conducta. Posición de la Organización Internacional de Empleadores". Ginebra. Junio 1999.
17. Fundación F.Ebert. Santiago. 2000.
18. Pesce, Dante. "Responsabilidad social empresarial". Vincular. 2004.
19. Raféale, Renato Cardenal Martino. Presidente del Pontificio Consejo «Justicia y Paz». Compendio de la doctrina social de la Iglesia. Editorial Ponce, Puerto Rico. 21 de febrero de 2006.

20. Ramos Pérez-Torreblanca, Eva. "Modelo de gestión de responsabilidad social empresarial". Proyecto Fondef. Julio 2004.
21. Scherrer, Cristoph y Greven, Thomas. "La dimensión social en el comercio mundial".
22. Weissbrodt, David. "Principios relativos a la conducta de las empresas en materia de derechos humanos". Comisión de Derechos Humanos. Mayo 2000.
23. Wick, Ingeborg. "Herramientas de las/los trabajadoras/os o truco publicitario. Una guía para los códigos de prácticas laborales internacionales". Fundación Ebert. 2002.

VII. ENLACES

1. Foro Empresa: www.empresa.org
2. Ethos: <http://www.ethos.org.br>
3. Programa para las Naciones Unidas (PNUD): www.undp.org
4. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE):
www.oecd.org
5. Global Reporting Initiative (GRI): www.globalreporting.org
6. Organización Internacional del Trabajo www.ilo.org
7. www.centrase.com

ANEXOS

Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa de CENTRARSE

Los indicadores de CentraRSE de responsabilidad social, son una herramienta que permite evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas, en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de la empresa o “buen ciudadano corporativo”.

Los indicadores evalúan el comportamiento de la empresa en responsabilidad social, en forma integral, considerando las políticas y acciones de la empresa en cinco áreas: ética empresarial, calidad de vida laboral, medio ambiente, compromiso con la comunidad y marketing responsable.

Valores y Transparencia

Se pretende que la empresa formule y desarrollo un código de ética, es decir, un conjunto de principios y valores, que deben ser aplicados tanto internamente en su relación con los trabajadores, como en las relaciones de negocio. Los indicadores más relevantes que miden el comportamiento de la empresa en esta área son: desarrollo de principios éticos, difusión de los principios éticos, práctica de los principios éticos con la competencia, práctica de los principios éticos con los proveedores, práctica de principios éticos con el personal subcontratado y práctica de principios éticos con el gobierno.

Calidad de vida laboral

En esta área se pretende que la empresa avance en el camino del respeto y reconocimiento de sus trabajadores y sus derechos como persona. Los indicadores construidos para evaluar el comportamiento de la empresa en este ámbito son: valorización y respeto de la diversidad, participación de los trabajadores en la gestión de la empresa, relaciones con grupos de trabajadores y

sindicatos, distribución de los beneficios, desarrollo de profesional y empleabilidad, cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo, jubilación y despidos.

Medio ambiente

El cuidado del medio ambiente, el uso racional de los recursos naturales, el manejo de residuos industriales y el control de la contaminación, deben ser cuestiones de preocupación para las empresas socialmente responsables. Los principales indicadores que informarán del comportamiento de la empresa en esta área de preocupación son: el impacto en el medio ambiente, responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo, cuidados en la incorporación de insumos y tratamiento de desechos, y educación ambiental.

Comunidad

La empresa socialmente responsable considera e incorpora en sus actividades productivas y comerciales, los intereses de la comunidad y asume compromisos de colaboración en torno a su desarrollo y bienestar. Los indicadores señalados para evaluar el comportamiento de la empresa en este aspecto son: gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad, relaciones con organizaciones comunitarias presentes en su entorno, mecanismos de apoyo a proyectos sociales, estrategias y criterios de acción en inversiones sociales, apoyo al trabajo voluntario del personal, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales del gobierno.

Consumidores y Proveedores

Se espera que la empresa socialmente responsable perfeccione constantemente sus productos evitando los riesgos a la salud de sus consumidores y establece una comunicación y relación transparente con sus clientes. Los indicadores utilizados para medir el comportamiento responsable de la empresa en esta área

son: diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios, política de marketing y comunicación, técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidor y excelencia en la atención al consumidor.

- Entrevista Semiestructurada

Nombre	Fecha
Representante	
Cargo	

1. A donde esta adherida?
2. Sector económico al que pertenece?
3. Origen principal de sus capitales?
4. Sus montos de ventas y utilidades?
5. Lugar de importancia en el ranking que construye una fuente consultada?
6. Numero aproximado de trabajadores que ocupa?

En el ámbito interno de la gestión empresarial en las condiciones de trabajo y en las relaciones laborales.

1. ¿Cuál es su visión y opinión sobre la dimensión interna de la RSE?
2. Valores y transparencia
 - i. ¿Cómo se informan a las personas internamente?
 - ii. ¿Cómo se asume?
 - iii. Grados de aceptación
 - Tiene estimación positiva
 - Situación actual como un proceso de cambio
 - RSE alejada totalmente de una conducta socialmente responsable
 - Opiniones divergentes
3. Cumplimiento y compromisos de RSE
4. Empleabilidad
5. Procesos de contratación?
6. Políticas respecto a la discriminación y protección a la maternidad?
7. Existe Sindicato y cuál es su participación?

8. Remuneración y beneficios
9. Capacitación, gerencia participativa y desarrollo profesional
10. Prevención de riesgos
11. Trato laboral
12. Responsabilidad corporativa externa: Medio ambiente y comunidad

RESUMEN

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial es tema de discusión en todos los países, cuyos principales lineamientos han quedado establecidos en diversos informes y encuentros con mucha participación y diferentes experiencias.

La práctica de hacer negocios debe ir acompañada de conductas empresariales que respeten y contribuyan efectivamente a la preservación del medio ambiente, favorezcan el desarrollo de las comunidades del entorno de la empresa, incorporen a sus trabajadores y sus intereses a los proyectos empresariales.

La responsabilidad social empresarial (RSE), se señala como una forma responsable de hacer empresa, que se vincula en su desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial y que contribuye continuamente a la competitividad y generan valor agregado a los bienes y servicios, a la vez que brinda nuevas oportunidades de empleos.

Se intentará responder algunas preguntas centrales: ¿En qué medida las buenas prácticas de la RSE se están implementando en las empresas adscritas en Guatemala? y, en consecuencia, ¿En qué medida también el mercado está, de algún modo, definiendo y orientando los ejes de la RSE en las empresas guatemaltecas?. De este modo con el desarrollo del estudio se pretende avanzar en el conocimiento de los alcances que ha logrado esta estrategia empresarial, así como visualizar sus desafíos y potencialidades en nuestro país.

El interés por abordar el tema, surgió, de la necesidad de conocer si los esfuerzos de las empresas por instalar la responsabilidad social en su ámbito externo, se corresponde con las acciones tendientes a implementar la responsabilidad social en su ámbito interno, en otras palabras, si se constata una innovación en su gestión interna, en orden, por ejemplo, a integrar a los trabajadores y sus intereses al proyecto y a los procesos de la empresa; O a elevar sustantivamente los estándares laborales.