

por Arturo Castro Barrantes

El ABC de la RSE

Qué es, cómo se planifica y qué están haciendo las empresas en Centroamérica, Panamá y República Dominicana.

Su enfoque varía dependiendo de la industria, de la visión de la empresa y de sus directores.

Sin embargo, algo es claro: la responsabilidad social empresarial (RSE) supera la filantropía y sus acciones deben responder a la estrategia de la compañía.

El concepto de Creación de Valor Compartido (CVC), conocido originalmente como *Corporate Shared Value* (CSV) e implementado hace unos años por el famoso profesor de Harvard, Michael Porter, establece –en la teoría–, la evolución que ya se estaba dando de hecho en la implementación del concepto de RSE, con

y la actividad central de la empresa”, explica Andrea Prado, profesora de organización, desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial del Incae, quien asegura que, si no brindan beneficios a las firmas que los desarrollan, esos proyectos no son sostenibles.

Para la organización panameña

ASEGÚRESE DE QUE SU PROGRAMA DE RSE COINCIDA CON LA ESTRATEGIA DE SU COMPAÑÍA

la variante de que el nuevo concepto afirma que esas acciones deben aportar, además, un beneficio para las empresas que las implementen, para que puedan ser sostenibles en el tiempo.

Es decir, una fabricante de alimentos puede luchar contra la desnutrición infantil con productos que le generen ingresos, sin perder dinero, pero cumpliendo el papel de agente social de cambio activo y positivo.

“Lo importante con estos proyectos es que generen un beneficio directo a las empresas y a la comunidad, al mismo tiempo. Los proyectos deben estar alineados a la estrategia

SumaRSE, referirse a RSE es hablar de la responsabilidad que tiene una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente.

Y afirma que no importa si se trata de RSE o CVC, ya que ambas representan herramientas que ayudarán a alcanzar los objetivos de sostenibilidad marcadas en una estrategia de negocios.

Para Ariel Sanmartín, consultor de SumaRSE, “las estrategias de CVC incrementan la confianza de la sociedad en las empresas, construyendo capital



social, en la medida de que se entienda que lo que es bueno para la sociedad, es bueno para las empresas”.

Prado agrega que ante las condiciones socioeconómicas y hasta climáticas de Centroamérica, Panamá y República Dominicana, las compañías regionales destacan en este tema por necesidad, ya que “nos enfrentamos a retos que nos están obligando a innovar, porque la actual situación no es sostenible. ¿Cómo subsiste una población 50% pobre? Habrá una revolución en cinco años”.

“La” tendencia

La RSE ha avanzado en el área y seguirá expandiéndose en empresas que aún no la han adoptado como parte de su estrategia de negocio.

Así lo afirma Claudia Robles, directora de Desarrollo Institucional y Comunicaciones de la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FundahRSE), quien asegura que las tendencias mundiales, los objetivos de desarrollo sostenible y los innegables efectos del cambio climático, sin duda, despertarán la conciencia y las exigencias de la sociedad y del empresariado centroamericano, que apostarán a la RSE como una alternativa de desarrollo sostenible.

“En la actualidad, la RSE está cobrando mayor vigencia y visibilidad en Centroamérica, influenciada por diversas normativas internacionales, como la ISO 26000, el Pacto Global, los principios rectores de derechos humanos y empresas, entre otros, que han motivado al sector privado a transitar de iniciativas filantrópicas, hacia estrategias de triple utilidad (con beneficios sociales, económicos y ambientales), que establecen el actuar en el marco de la sostenibilidad corporativa, como un nuevo modelo empresarial, más abierto hacia el desarrollo sostenible”.

EL CASO DE PATAGONIA

Para Rose Marcario, la CEO de Patagonia Inc., compañía productora de artículos para escaladores, una de sus buenas intenciones de Año Nuevo es que todos nos convirtamos en “ambientalistas radicales”.

“Suena como un gran salto, pero no lo es. Todo lo que necesita es un juego de costura e instrucciones de reparación. Como consumidores, lo mejor que podemos hacer por el planeta es mantener nuestras cosas en uso por más tiempo. El simple hecho de extender la vida útil de nuestros abrigos, a través del cuidado apropiado y su reparación, reduce la necesidad de comprar más a lo largo del tiempo, lo cual evita emisiones de CO₂, disminuye los desechos y evita el gasto de agua para producir”.

La empresa planea realizar más de 40.000 repara-

ciones este año y realizó una alianza con iFixit para publicar más de 40 guías de arreglo gratis para productos Patagonia.

“Como parte de nuestra transacción, le pedimos a nuestros clientes que usen las herramientas que les proveemos para disminuir el impacto ambiental de sus compras, a través de la reparación y el reciclaje, cuando no se puede reparar. Al adquirir solo lo que necesitan, nuestros clientes pueden reducir su consumo general en el largo plazo. Una compra se convierte en una inversión que ahorra dinero y ayuda a salvar el planeta... Es un pensamiento radical, pero puede iniciar con una aguja e hilo”.





¿QUÉ HAY EN EL FUTURO?

De acuerdo con Andrea Prado, en el futuro vamos a tener que pensar en el consumo responsable.

“No importa qué tan responsablemente produzcamos, al final debe haber una respuesta y compromiso por parte del consumidor. Si no empezamos a hablar de los niveles de consumo, estamos atacando solamente un lado de la moneda”, asegura.

Prado explica que el reto es crear modelos de negocio que piensen cómo

aumentar las utilidades sin vender sin medida, ni llenar este planeta de más productos. (Ver recuadro: El caso de Patagonia).

Otra cosa que veremos en el futuro es la creación de una línea divisoria muy borrosa entre una empresa privada y una organización no gubernamental.

“Van a empezar a salir nuevas formas de organización que permitan enfocarse en todos los temas ambientales y sociales. La estructura básica de

una corporación S. A. va a empezar a ver cambios. Ya hay una nueva figura legal en Estados Unidos, que se llama *benefit corporation*, que deja claro en los estatutos legales que la organización se va a preocupar por el tema ambiental, social y su desempeño financiero. No es solamente para maximizar utilidades, porque las otras corporaciones están constituidas legalmente para maximizar utilidades”, afirma Prado.

asegura Américo Herrera, secretario técnico de la Red IntegraRSE, que acoge a las distintas asociaciones que impulsan la RSE en el área.

Largo camino recorrido

Los dos temas que están guiando los esfuerzos de RSE y CVC en la región son el cambio climático, es decir, cómo adaptar la estructura y la organización para estar preparados, y el tema social, específicamente cómo

años, a quién voy a contratar y a quién le voy a vender”, afirma la catedrática.

En El Salvador, investigaciones realizadas en 2013 por la Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas), en más de 400 empresas, revelan que el 96% realiza inversiones en la comunidad, en programas de deporte, salud, educación y capacitación laboral; el 90,8% de las firmas entrevistadas ofrece a sus empleados beneficios adicionales a los de la ley, como capacitaciones, proyectos de balance vida familiar y laboral, programas de recreación, cultura y deporte para el trabajador y sus familiares o becas de estudio para sus colaboradores.

Haydée de Trigueros, directora ejecutiva de Fundemas, indica que, como tendencia, las empresas salvadoreñas apuestan al medio ambiente, a los derechos humanos, al fortalecimiento de sus relaciones con sus proveedores, al desarrollo de la comunidad, a la incorporación de la ética, a asuntos de consumidores, reportes de sostenibilidad y a la comunicación de sus acciones de RSE.

Anualmente, según las cifras de esa organización, las empresas salvadoreñas destinan US\$633 millones en proyectos sociales.

La Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FundahRSE) ha incentivado la integración de la RSE a la estrategia corporativa en sus más de 105 empresas



Los programas de RSE deben responder al giro de negocio de la compañía y brindarle una retribución que los haga sostenibles a largo plazo.

incluir a las poblaciones excluidas, según explica Prado.

“En Guatemala, por ejemplo, hay muchas empresas enfocadas en la nutrición, ya que ese tema es clave para la competitividad del país, pues el 50% de los niños menores de cinco años tienen desnutrición crónica. Uno como empresario dice, de aquí a diez

miembro, a través de una metodología propia de 10 pasos, basada en estándares internacionales, como la norma ISO 26000 y la metodología GRI 4, del Global Reporting Initiative. También ha brindado formación sobre el concepto y mapeo de partes interesadas (*shareholders*) y ha firmado los primeros protocolos sectoriales con los gremios azucareros y de maquila, los cuales plasman la forma en que un sector productivo lleva a cabo su estrategia de responsabilidad social y cómo responde a las necesidades y exigencias de sus partes interesadas, entre otras acciones.

“Las empresas miembros de FundahRSE realizan importantes acciones, la mayoría enfocadas en educación, salud y desarrollo comunitario, atendiendo con mayor prevalencia poblaciones de comunidades que tienen impacto directo sobre ellas, niñez y adolescencia, y personas adultas mayores”, explica FundahRSE.

Entre esas actividades, han sido capaces de desarrollar proyectos de RSE sostenibles y participativos, la mayoría de ellos a corto y mediano plazo, con el involucramiento total de los principales actores y beneficiarios, logrando el empoderamiento de las iniciativas y alianzas público-privadas, entre firmas y con organizaciones no gubernamentales (ONG).

En Nicaragua, la RSE se ha promovido desde hace más de 10 años. La Fundación Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (UniRSE) promueve el respeto de los derechos humanos y, en 2015, estableció la red Global Compact, de la cual es secretaria; desarrolló el modelo de equidad de género en el periodo 2013-2015 y lo implementó en 45 organizaciones.

También promueve alianzas privadas para mejorar la seguridad ciudadana, sobre todo en el sector turismo.

“Hemos asesorado, en el periodo 2014-2015, a 29 empresas grandes y 60 pymes en el proceso de autoevaluación de sus prácticas y programas de RSE, haciendo uso de la herramienta regional de indicadores de sostenibili-

PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO

De acuerdo con Américo Herrera, secretario técnico de la Red IntegraRSE, el voluntariado corporativo es un instrumento formal y organizado, que no busca retribución, sino solucionar temas de índole social y latente, utilizado por una empresa para incentivar y apoyar a sus empleados a ofrecer voluntariamente su tiempo, capacidad y talentos al servicio de la comunidad.

BENEFICIOS

Para la empresa:

- Consigue empleados más identificados y aumenta su lealtad.
- Empresa y colaboradores comparten objetivos solidarios comunes.
- Mejora el clima laboral.
- Ayuda a crear equipos de trabajo y mejora las relaciones entre departamentos.
- Mejora la imagen de la empresa en la comunidad.
- Ayuda al desarrollo de habilidades

como la cooperación, comunicación, empatía y liderazgo.

Para los colaboradores:

- Aumenta la satisfacción personal.
- Eleva la moral y autoestima.
- Permite a los colaboradores vivir las realidades sociales de su comunidad.
- Brinda espacios de relacionamiento diferentes del ambiente laboral.
- Desarrolla nuevas competencias y habilidades.
- Reduce el estrés.

Para las comunidades:

- Las comunidades reciben una retribución por parte de la empresa a través de la acción voluntaria.
- Aumenta el sentimiento de cohesión social.
- Genera un sentimiento de proyecto social común.
- Es una forma de relación entre la empresa y la sociedad.

Fuente: Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FundahRSE).

dad indicaRSE, que está homologada con la norma internacional ISO 26000, con los principios de Global Compact y los indicadores de Global Reporting Initiative (GRI-G4)”, explican los representantes de UniRSE.

María Fernanda Pérez, directora de la Dimensión Económica de la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), asegura que sus asociadas en Costa Rica han evolucionado de un enfoque en el que la RSE se entendía como acciones externas, principalmente con la comunidad o ambientales, a reconocer que se trata de la sostenibilidad del negocio y de su permanencia en el tiempo, que pasa por considerar cómo impactan todas sus decisiones en las personas y el ambiente.

“Nuestro enfoque es empezar primero ordenando la casa, por lo tanto muchas de las acciones de sostenibilidad de las empresas asociadas se dirigen a evaluar cómo han gestionado sus negocios y alinear sus prácticas a las metas de sostenibilidad. Algunas

ISO 26000

Es una norma no certificable de RSE, cuya finalidad es orientar a partir de los principios, el reconocimiento e involucramiento de las partes interesadas, el conocimiento y aplicación, tanto de las materias fundamentales, como de los asuntos que constituyen la responsabilidad social, para integrarlas como parte del comportamiento socialmente responsable de toda organización. Enfatiza la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño, focalizándose en los impactos de las acciones y decisiones.

Considera las materias de gobernanza de la organización, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, derechos humanos, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Fuente: Américo Herrera, secretario técnico de la Red IntegraRSE.

de ellas que se realizan en función del ordenamiento interno se relacionan con la mejora de los procesos de toma de decisiones o gobernanza; la promoción del empleo de calidad e inclusivo, que considera la retención del talento y el balance de vida laboral y personal; la medición y mitigación de impactos ambientales y la mejora continua del relacionamiento con cadena de valor y consumidores”, afirma Pérez.

La experta dice que hay empresas asociadas en diferentes etapas sobre la sostenibilidad, la mayoría aún haciendo la transición hacia una visión más estratégica. Sin embargo, la tendencia es que cada vez sean más las compañías que reconocen ese cambio, volviéndose más prácticas y estratégicas, ya no solo vinculadas con el término RSE, sino directamente con la sostenibilidad de los negocios.

En Panamá, para SumaRSE el 2015 fue un año de consolidación en términos de membresía y del impacto de la organización como punto de encuentro de los diversos sectores de la sociedad.

“Los retos que asumimos a partir de 2016 son amplios: Panamá entra en un periodo en el que debe transformar los éxitos económicos en un crecimiento más equitativo y que contemple los aspectos ambientales y sociales”.

Diversas empresas de dicho país están adoptando la CVC como par-

te de su modelo de negocios, como Nestlé, Cemex, Unity Ducruet, Varela Hermanos, Banistmo y Super Xtra.

En República Dominicana, de acuerdo con los representantes de la Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (Ecored), aunque se trabaja en RSE desde hace muchos años, recientemente las compañías comienzan a ver esas acciones como parte de su estrategia de negocios y, poco a poco, están redireccionándolas hacia el ámbito interno.

De esta manera, se encuentran empresas de capital dominicano con programas integrales de RSE que abordan temas que van desde la eficiencia energética, producción más limpia y programas de fortalecimiento de su cadena de abastecimiento, hasta alianzas multiempresariales para fortalecer la nutrición y la salud de los dominicanos.

BACICREDOMATIC involucró, en América Central, a 10.942 voluntarios (49% de sus colaboradores), en programas en los sectores social, ambiental y educativo, en el 2015.

“El impacto de estos programas será cada vez más relevante, no solo en términos de los beneficios tangibles que representa para la sociedad, sino también en los beneficios que puede percibir una empresa que se gane la confianza de los consumidores siendo realmente responsable”, afirma Ecored. [v](#)

VOLUNTARIADO: LISTA DE PENDIENTES

Para que un programa de voluntariado sea exitoso, debe tomar en cuenta:

- **Elección de las causas:** deben responder a la estrategia de RSE de la compañía.

- **Organización de grupos:** combinar departamentos que no se relacionan.

- **Seguridad de los empleados:** prevenir accidentes y proveer seguros.

- **Incluir transporte, almuerzo, gorra, camiseta, protector solar.**

Motive a sus voluntarios:

- **Incorpórelos en la planificación de proyectos relacionados con su puesto.**

- **Demuéstreles el impacto de sus acciones.**

- **Varíe las tareas, siempre que sea posible y apropiado.**

- **Elogie las tareas realizadas.**

- **Responda a las solicitudes de asistencia lo más rápidamente posible.**

- **Resuelva problemas con rapidez y eficacia, de una manera proactiva.**

- **Asegúrese de que los voluntarios no estén sobrecargados con sobrecargados responsabilidades.**

- **Apoye y supervise a todos los voluntarios.**

Fuente: Andrea Prado, profesora del Incae Haydée de Trigueros, directora ejecutiva de Fundemas.

BIEN ORGANIZADAS



Cada país cuenta con una organización local que impulsa la implementación de la responsabilidad social empresarial entre las compañías y agrupa a todas aquellas empresas activas e interesadas en el tema. La Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social (IntegraRSE) agrupa a esas organizacio-

nes locales:

- **GUATEMALA:** CentraRSE
- **EL SALVADOR:** Fundación Empresarial para la Acción Social (Fundemas)
- **HONDURAS:** Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FundahRSE)
- **NICARAGUA:** Unión Nicaragüense para

la Responsabilidad Social Empresarial (UniRSE)

- **COSTA RICA:** Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED)
- **PANAMÁ:** SumaRSE
- **REPÚBLICA DOMINICANA:** Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (Ecored).

ALIMENTOS IDEAL Promotora de bienestar en Guatemala

Esta compañía busca agregar valor a su país en el ámbito social y ambiental.



Juan Manuel Rodríguez, gerente de Categoría Refrescos y Agua Pura.



Alimentos Ideal apoya a instituciones como la Unidad Nacional de Oncología Pediátrica y la Asociación Camino Seguro.

“Alimentos Ideal, S.A. es una empresa comprometida con el medio ambiente, con la sociedad y con el desarrollo de Guatemala”.

Así lo afirma Juan Manuel Rodríguez, gerente de Categoría Refrescos.

“Creemos que, como una de las empresas más grandes y consolidadas de Guatemala y de la región, es nuestra responsabilidad devolver a las comunidades, porque estamos conscientes de que hay una relación intrínseca entre el desarrollo del país y el éxito de nuestra empresa”, asegura Rodríguez.

Alimentos Ideal, a través de su marca *premium* de agua pura Watta, ha desarrollado un movimiento llamado “Watta para Guate”, el cual mensualmente ayuda a instituciones y fundaciones enfocadas en mejorar la calidad de vida en comunidades muy necesitadas. También, colabora con personas que cen-

tran ayuda para luego distribuirla.

“Donamos productos a Coeli, un centro para jóvenes con capacidades especiales, que desarrollan sus talentos para poder dedicarse a diferentes oficios. Trabajamos de cerca con Camino Seguro, una asociación que se dedica a proveerle educación y nuevas oportunidades a las personas que nacieron y crecieron en los alrededores del basurero más grande de Guatemala, para que logren salir del ciclo que generacionalmente les ha impedido el desarrollo. Y recibimos currículums de estos jóvenes, para luego darles la oportunidad de un empleo formal”, explica Rodríguez.

Practicantes de Camino Seguro también han hecho pasantías en Ideal, para conocer lo que es trabajar en una compañía formal, abriendo sus horizontes y desarrollando sus potencias.

Además, el programa tiene un eje artístico. “Creemos que somos un vehículo para dar a conocer a los artistas y el arte guatemalteco, que también se traduce en desarrollo para el país”, considera el ejecutivo.

En ese campo, destaca la iniciativa “Postales Watta”, que consiste en una serie de 21 postales que exponen la obra de pintores y fotógrafos, algunos consolidados y otros emergentes.

Con su venta, se recaudan fondos para obras sociales. En este caso, el Hospicio San José será el beneficiado.

Asimismo, apoyan a galerías y festivales de arte. Por ejemplo, en febrero realizó una convocatoria a artistas, junto a la Municipalidad de Guatemala.

“Este es nuestro compromiso corporativo: somos guatemaltecos y queremos apoyar el desarrollo del país”, afirma Rodríguez.

BAC CREDOMATIC Negocio socialmente responsable



Voluntarios de la Red Financiera BAC|CREDOMATIC, durante su jornada de trabajo en las Aldeas Infantiles SOS, en El Salvador.

IMG

Red Financiera BAC|CREDOMATIC reconoce que la sostenibilidad de su éxito está intrínsecamente vinculada al desarrollo de las sociedades donde operan.

“ En nuestra empresa no realizamos acciones aisladas de responsabilidad social, sino que implementamos un modelo de negocio socialmente responsable, mediante el cual gestionamos nuestros impactos económicos, sociales y ambientales más significativos, para el beneficio de los países donde operamos”.

Así resume Roxana Víquez, gerente regional de Responsabilidad Social Corporativa, de la Red Financiera BAC|CREDOMATIC el enfoque de un tema que comenzaron a trabajar formalmente en el 2006.

De acuerdo con Víquez, la principal

razón para inclinarse por la filosofía de la responsabilidad social empresarial (RSE), fue la comprensión clara por parte de su CEO, Ernesto Castegnarro, de que la sostenibilidad del éxito que había alcanzado su empresa hasta ese momento, estaba intrínsecamente vinculada al desarrollo que lograran alcanzar las sociedades donde operan.

En materia de educación y salud financiera, por ejemplo, promueve el ahorro mediante productos específicos y educa, de manera presencial y virtual, a sus principales *stakeholders*, para el buen manejo de sus finanzas, para construir una sociedad más informada, consciente

y próspera.

Desde 2007, Red Financiera BAC|CREDOMATIC cuenta con un Programa Regional de Voluntariado, mediante el cual sus colaboradores aportan tiempo, conocimientos y habilidades a comunidades cercanas a sus sucursales.

“Nuestro compromiso es continuar gestionando nuestro negocio de forma responsable y seguir desarrollando proyectos que aprovechen nuestros conocimientos y fortalezas, para mejorar la calidad de vida de nuestros grupos de interés y contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades donde operamos”, asegura Víquez.

ACCIONES EN NÚMEROS

- 285.341 jóvenes capacitados en educación financiera:
 - Estudiantes de secundaria e institutos de educación técnica.
 - En Costa Rica, gracias a su alianza con el Ministerio de Educación Pública, se logró insertar la materia Finanzas Personales y Familiares para la Vida Cotidiana en el currículo formal de los alumnos de noveno año, de todos los colegios públicos del país (2011).
- 234.880 adultos capacitados en educación financiera:
 - Clientes persona, empleados de clientes empresa, colaboradores de nuestra

- empresa, líderes comunitarios, entre otros.
- 38.098 Pymes fortalecidas con capacitación en temas de gestión:
 - Clientes, proveedores y afiliados de la red financiera.
- 10.237 usuarios registrados en la plataforma virtual de educación financiera 123Cuenta.com.
- 374.524 visitas a 123Cuenta.com, desde su lanzamiento en agosto 2014.
- Sitio web de promoción del consumo responsable y educación ambiental, "Ahorrando para tu Futuro": 201 consejos ambientales ilustrados y publicados.
 - 791 escuelas de la región registradas.

- Cobertura de 106.920 niños y niñas beneficiados.
- 22 edificios certificados bajo la norma ISO 14001.
- 2013: año en que consiguieron la declaratoria de empresa Carbono Neutral, según el Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica.
- 10.942 participantes en el Programa Regional de Voluntariado, en el 2015 (2.222 más que el año anterior, para un 49% del total de colaboradores de la organización).
- 38.727 horas de trabajo voluntario a programas sociales, ambientales y educativos en América Central.



El programa Pymercado apoya a las pequeñas y medianas empresas.



Sucursal Cartago, certificada con la norma ISO 14001 2004.

Ejes estratégicos

La Red Financiera BACICREDOMATIC desarrolla su gestión de RSE en los países donde opera bajo los siguientes ejes estratégicos:

Ejes estratégicos	Actividades o áreas de impacto
Aporte al desarrollo de los países donde operan	Genera y distribuye riqueza económica y social
Banca responsable	Administra dinero y activos de personas y empresas
Educación y salud financiera	Ofrece medios de pago y productos crediticios
Inclusión financiera	Ofrece productos y servicios financieros mediante diversos canales
Desarrollo del talento humano	Genera empleo para miles de personas
Promoción ambiental	Reduce impactos ambientales