

SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Guía Básica para Integrar la Responsabilidad Social en la Empresa

Introducción

La Responsabilidad Social, como modelo eficiente de gestión de empresas, sin duda llegó para quedarse y hoy son muchas las compañías de diferentes tamaños que en menor o mayor grado han ido incorporando buenas prácticas sociales, económicas y ambientales.

El siguiente manual que aquí presentamos - **y que recoge las experiencias aplicadas en diversas empresas y difundidas por organizaciones promotoras de la RS en Chile y el mundo** -pretende ser una guía que permita incorporar de manera sencilla y clara el modelo de la responsabilidad social, **particularmente en pequeñas y medianas empresas**. Cabe recordar que la responsabilidad social implica ir más allá de la legalidad vigente por lo que todas las medidas aquí presentadas requieren ser aplicadas una vez que las exigencias legales mínimas hayan sido cumplidas.

Esta guía está dividida de acuerdo a las 5 grandes áreas temáticas de la responsabilidad social que son: Ética, Calidad de Vida Laboral, Marketing Responsable, Medioambiente y Vinculación con la Comunidad. Incluye ideas y sugerencias que no necesariamente deben ser abordadas de manera conjunta sino mas bien se sugiere ir incorporándolas gradualmente. De cualquier modo es necesario medir periódicamente el impacto que generan.

Para comenzar a gestionar programas y políticas de responsabilidad social se recomienda formar un equipo de trabajo, liderado -en lo posible- por la máxima autoridad de la empresa, de manera de ir validando los procesos e involucrar y entusiasmar al resto de los colaboradores. Es muy probable que al conocer y aplicar el modelo de la RS, la empresa descubra que varias de las medidas ya se han ido instaurando a lo largo de su existencia. Por lo cual el modelo de RS lo que hará básicamente será ir sistematizando procesos, haciendo mas eficiente la gestión responsable y alineando la misión, la visión y los compromisos adquiridos.

Por otra parte, y adicional a esta guía, se sugiere, una vez finalizado el proceso de elaboración, evaluar la implementación de la Norma ISO 26.000, primer estándar internacional sobre responsabilidad social -proceso en que SOFOFA ha participado activamente,- y que se presentará también como una guía no certificable, de incorporación voluntaria y aplicable a cualquier organización. Esta herramienta está inspirada en base a 7 principios básicos (*Accountability*; Transparencia; Conducta ética; Respetar intereses de *stakeholders*; Cumplir la ley; Derechos Humanos y Primacía de normas y acuerdos internacionales) y tiene como objetivo general incentivar y favorecer en las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos de la RS.

Así mismo es importante señalar, que *SOFOFA a través de su gerencia de Responsabilidad Social* en su misión de facilitar la labor de la industria, posee para sus empresas asociadas una cantidad importante de beneficios que facilitarán la incorporación de prácticas socialmente responsables presentadas en esta guía.

Finalmente, como país, hemos avanzado bastante en temas de responsabilidad social y sustentabilidad y poco a poco hemos comprendido la relevancia de trabajar integradamente entre los distintos sectores en pro de alcanzar objetivos comunes que beneficien a todos. Al mismo tiempo no podemos desconocer que aún tenemos un tremendo desafío y una oportunidad para alcanzar un mayor crecimiento y reducir nuestros índices de pobreza. Ciertamente la responsabilidad social empresarial se presenta como un cambio cultural que ofrece una alternativa de gestión sustentable y competitiva en el mediano y largo plazo.

Esperamos que este material sea de utilidad y pueda contribuir e incentivar a las empresas a recorrer el camino de la responsabilidad social, aunque sin duda la creatividad y la innovación que cada empresa incluya en este proceso, harán la diferencia.

I ETICA

1.-Visión y Misión

1.1 Crear una declaración de misión y visión

La declaración es un paso simple pero importante como punto de inicio y su objetivo es identificar brevemente las metas y las aspiraciones de la empresa. Permite además revisar y transparentar los valores y la cultura organizacional y las estrategias para alcanzar las metas.

La Misión de una organización es una frase concisa, con foco “interno”, de la razón de la existencia de la organización, su propósito básico hacia el que apuntan sus actividades, y los valores que guían las actividades de sus colaboradores. La misión está vinculada con los *valores centrales*. También describe cómo competir y generar valor al cliente.

La Visión de una organización es una frase concisa que describe las metas de mediano y largo plazo. La Visión es “externa”, orientada al mercado, y debería expresar de una manera visionaria cómo quiere la organización ser percibida por el mundo.

La Misión tiene su horizonte en el mediano plazo, acentuando los aspectos que se deben cambiar; la Visión se orienta al muy largo plazo, en el sentido de rescatar la identidad y los aspectos esenciales.

1.2 Compartir la declaración

Cuando la declaración esté medianamente elaborada se sugiere compartirla con un grupo reducido y cercano de representantes sus diversos públicos de interés: colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y otros, con el objetivo de obtener retroalimentación, comentarios y sugerencias. De esta forma se podrá afinar y ajustar aun más la declaración. Una vez finalizada y habiendo introducido los cambios necesarios es indispensable socializarla con un número más amplios de sus colaboradores y aliados estratégicos.

1.3 Integrar la misión y la visión

Para que tanto la misión como la visión de la organización tengan un verdadero sentido y esté vinculada con el quehacer de la empresa es necesario “darle vida”, es decir, trabajar con los colaboradores para que sistemáticamente, haya un nexo entre la declaración de visión y las tareas que en que se deben despeñar diariamente. De forma permanente se debe revisar si la visión está ajustada a la descripción de trabajo de la empresa, a las prácticas de contratación, al desarrollo de los productos, a los programas de entrenamiento, a los soportes comunicacionales y a todos aquellos aspectos relevantes en el desarrollo de la organización. La gran velocidad en que se desarrollan los negocios y las empresas, implican revisar periódicamente la coherencia entre el trabajo empresarial y la visión propuesta de manera de hacer los cambios necesarios en el caso de que vuelvan incompatible y/o inconsistente.

2.- Ética

2.1 Identificar y articular valores éticos

Un conjunto de valores éticos claros y definidos es una herramienta fundamental para que gerentes y colaboradores tomen decisiones consistentes y alineadas con las metas y convicciones corporativas. Cuando existe una declaración de valores éticos se debe alinear a lo forma en que administrará el negocio. La declaración de valores éticos integrada en la gestión empresarial, reduce riesgos, genera confianza entre los públicos y facilita el cumplimiento de la normativa legal.

Los valores mayoritariamente vinculados al quehacer de los negocios y que en general guían las decisiones laborales son:

Honestidad

Justicia

Compromiso

Lealtad

Integridad

Solidaridad

Estos u otros valores que la empresa considere relevantes para su negocio deben necesariamente estar presentes en la declaración de valores éticos de su empresa.

2.2 Capacitar en ética a los colaboradores

Los valores éticos en si mismo no son aplicables sino mas bien es el colaborador quien debe poseerlos, comprenderlos e integrarlos en el cumplimiento diario de su tareas. Por esta razón es importante capacitar e implementar en los colaboradores los valores que busca promover la empresa. Para ello deben realizarse charlas, discusiones, debates, talleres o cualquier otra instancia en que se puedan permear los valores en los colaboradores. Es recomendable identificar líderes promotores de valores al interior de la organización y establecer programas permanentes de incentivo, refuerzo y cuidado de los valores. La ética aplicada en los negocios es un buen negocio. Hay que buscar la “rentabilidad de los valores”.

2.3 Creación de un ambiente laboral abierto al diálogo

Es favorable al buen rendimiento de la empresa la apertura y actuar en concordancia con los propios valores de la empresa. Es necesario explicitar en todos los niveles de la compañía la coherencia entre las decisiones tomadas en la empresa y sus valores. Los colaboradores deben comprender que su responsabilidad como parte de la empresa no solo es mostrar un buen desempeño económico sino que reflejar en cada acto los valores de la empresa. El diálogo transparente y en un marco de respeto y tolerancia permite propiciar un ambiente laboral fluido y abierto que permitirá enfrentar los conflictos de mejor forma.

2.4 Incorporar la ética en la evaluación de desempeño

Es recomendable considerar en los bonos de desempeño o reconocimiento criterios éticos de manera de generar incentivos e identificar modelos positivos entre los colaboradores. Incentivar a los colaboradores a compartir cuáles han sido los desafíos que han debido sortear en el cumplimiento de los valores ético y cómo han tenido directa relación en los resultados.

3.- Evaluación de Resultados

3.1 Realizar Evaluaciones Regulares

Para medir los avances y la coherencia en la gestión de valores se debe revisar y evaluar por medio de una auditoría interna los resultados de la incorporación de todos los programas orientados al fortalecer los principios éticos. Estos mismos pueden ser de utilidad para medir y contrastar los avances con evaluaciones posteriores. Los temas frecuentemente auditados están asociados a las políticas de calidad de vida laboral, calidad de productos, atención y servicio al cliente, trazabilidad de los productos y vinculación con la comunidad.

Las evaluaciones pueden ser realizadas por medio de preguntas, encuestas abiertas, entrevistas, cuestionarios, etc. Pueden ser aplicadas internamente o por consultores externos. Es indispensable elaborar un Manual de Procedimientos y Principios éticos con indicadores mínimos que permitan obtener datos cualitativos y cuantitativos.

3.2 Obtener Retroalimentación y Compartir resultados

Una vez obtenidos los resultados de la evaluación es necesario elaborar un informe ejecutivo que permita ser comunicado a un grupo de confianza de la empresa con el fin de obtener comentarios y retroalimentación. De esta forma se podrá presentar a la compañía incluyendo un análisis de fortalezas y debilidades y un plan de mejoras. Distribuir la información por los canales de comunicación disponibles entre los grupos de interés que se considere adecuado o que muestren interés.

3.3 Elaboración de Reporte de Sustentabilidad

El reporte de sustentabilidad es el instrumento que da cuenta de la gestión económica, social y ambiental de las empresas. Existen diversos estándares e indicadores para crear un reporte siendo la metodología GRI (Global Reporting Initiative) la más utilizada en nuestro país. A través del reporte la empresa da cuenta a todos sus públicos de interés de manera abierta y transparente sus procesos y gestión, incluyendo las áreas que deben ser mejoradas. Es necesario incluir un proceso de retroalimentación para la mejora continua de los reportes.

II CALIDAD DE VIDA LABORAL

1.- Prácticas Generales de Empleo

1.1 Elaborar una Guía de Buenas Prácticas Laborales

Utilizando un estilo que refleje los valores corporativos se sugiere elaborar una manual de buenas prácticas laborales internas que faciliten la difusión e incorporación de las principales políticas y prácticas organizacionales. Además se puede convertir en una buena herramienta para introducir a los nuevos colaboradores y reforzar los lineamientos entre los colaboradores antiguos.

1.2 Apoyar Nuevas Ideas y Habilitar Canales de Comunicación Adecuados.

Es indispensable crear un ambiente de trabajo inclusivo que aliente a los colaboradores a plantear a través de los canales establecidos nuevas ideas y propuestas creativas. Los directivos deben generar espacios de escucha para acoger propuestas, evaluarlas y derivarlas a las áreas que correspondan. Elaborar medios digitales u otros formatos amigables para los colaboradores que aseguren un espacio transparente y de confianza mutua para plantear inquietudes e ideas.

2.- Diversidad

2.1 Incorporar la diversidad como un valor de la empresa

La empresa se debe comprometer a contratar y promover a personas con experiencias y perspectivas diferentes. La declaración de diversidad debe hacer referencia específica al carácter no discriminatorio en relación a la raza, género, religión, nacionalidad, estado civil, orientación sexual, discapacidad física o mental, condiciones de salud o social.

2.2 Reclutar personal de formas y fuentes diversas.

Para la selección y contratación de los colaboradores, la empresa debe poner especial énfasis en utilizar todos los medios disponibles y alternativos que se dispongan de manera de abrir la búsqueda y generar oportunidades laborales entre quienes no necesariamente se encuentran vinculados a las vías ya existentes. Procurar identificar lugares y espacios sociales en los cuales asistan las personas con el perfil que se desea contratar. Otra alternativa es buscar personal calificado en grupos minoritarios. Contratar servicios de organizaciones no gubernamentales que trabajen y capaciten con grupos sociales determinados: mujeres, minorías étnicas, personas con capacidades diferentes, ex presidiarios, desempleados, refugiados, adulto mayor. etc. El objetivo de esta iniciativa es abrir oportunidades para minorías que están calificadas para el cargo o que eventualmente puedan capacitarse eficientemente y que de otro modo no pueden acceder a las fuentes laborales.

2.3 Capacitar en diversidad

Es importante dar a conocer a la empresa el sentido y las razones por las cuales decide la incorporación de diversidad en la empresa y para ello se pueden organizar charlas de sensibilización, discusiones y talleres en torno a la diversidad. Es necesario identificar líderes y charlistas idóneos que incentiven y estimulen a los colaboradores a tomar conciencia sobre la multiculturalidad, el respeto a lo diferente y el valor de las diversas experiencias.

2.4 Incentivar a las Gerencias

La empresa debe alentar a las gerencias responsables de las contrataciones a incluir mujeres, discapacitados y/o grupos minoritarios e incentivarlos. Una manera interesante de hacerlo es incluir este punto en las evaluaciones de desempeño.

2.5 Acoso Sexual

Es necesario desarrollar una política clara y firme al interior de la empresa que promueva el respeto y sancione el acoso sexual. Es pertinente para estos efectos generar un ambiente de confianza para que aquellos colaboradores que atraviesen dificultades en este plano, al interior de la empresa, puedan expresarlo abiertamente a sus superiores. Se deben generar canales adecuados y eficientes que permitan canalizar esta información. Además es necesario comunicar periódicamente entre sus colaboradores y proveedores las políticas al respecto de modo de garantizar la confidencialidad de cualquier reclamo. Es necesario un entrenamiento permanente a la gerencia para actuar de la manera adecuada a la hora de enfrentarse con este tipo de conflictos al interior de la empresa.

3 Capacitación y Desarrollo Profesional

3.1 Promover el desarrollo de carrera, tutoría y orientación.

Se sugiere considerar algún programa que busque asesorar a los colaboradores en relación al cargo que actualmente ocupa y cómo proyectar su desarrollo en mediano y largo plazo. Los colaboradores nuevos deben contar con un programa de tutoría, guiado por algún colaborador más antiguo, que le permita conocer los procesos de manera eficiente y hacer una inducción al cargo y a la organización más ajustada.

3.2 Promover y Apoyar el Voluntariado Corporativo:

El trabajo voluntario favorece el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo y el liderazgo por lo tanto se recomienda estimular la participación de los colaboradores en proyectos sociales con la comunidad local. Gestionar un voluntariado corporativo requiere tiempo, decisión y apoyo de la empresa por lo que es necesario designar algún responsable que lidere, incentive, coordine y promueva la actividad. Es necesario periódicamente medir y evaluar las gestiones y recursos invertidos en un voluntariado corporativo de manera de alinear los propósitos institucionales.

4.- Fortalecimiento

4.1 Incentivar la iniciativa individual

La empresa debe generar una cultura en la que se incentive entre sus colaboradores, presentar ideas, tomar decisiones, asumir riesgos, ser creativos. Los incentivos pueden ser simples o más elaborados pero lo importante es que los colaboradores encuentren en su espacio laboral un lugar donde son valorados no sólo por la labor que realizan sino que en un contexto más amplio.

4.2 Delegar autoridad para alcanzar metas

Definir metas ambiciosas y dar a los colaboradores flexibilidad para alcanzarlas. Esto motiva el trabajo en equipo y tomar decisiones adecuadas. Se puede considerar también delegar la autoridad a vendedores y representantes de servicio al cliente, dentro de lo razonable, para que puedan cumplir de mejor manera las expectativas de los clientes

4.3 Aplicar evaluación de desempeño multifuentes.

Este sistema de evaluación de desempeño, o evaluación de fuentes múltiples tiene en cuenta la opinión de los colegas de trabajo, de los supervisores y/o clientes de sobre el empleado evaluado. Este sistema, implementado de manera rigurosa y responsable, puede establecer un clima de confianza y de comunicación abierta entre colaboradores y supervisores, propiciando un aumento en el índice de productividad.

4.5 Proveer de información financiera

Es recomendable considerar compartir con los colaboradores los resultados financieros de la empresa de manera simple, con el objetivo de lograr que pueden comprender el funcionamiento de la compañía, buscar de manera conjunta oportunidades para la reducción de costos y el aumento de las ganancias y que en el futuro puedan tomar decisiones más informadas. Paralelo a ello es aconsejable un entrenamiento a los colaboradores en el área financiera.

5.- Remuneración e Incentivos

5.1 Programa de Participación en Resultados

Este tipo de programa pretende incorporar a los colaboradores en las ganancias de la empresa de acuerdo a su desempeño. Hay una gran variedad de planes de participación, cada uno con sus propias reglas y fórmulas los cuales pueden ser modificados para adecuarse a las necesidades de la empresa y refleja la política de incentivos establecida. El programa está basado en índice específicos de desempeño como incentivos aunque la empresa no tenga ganancias; participación fija de los beneficios; asumir riesgo, etc.

5.2 Estimular programa de retiro complementario

Consiste en considerar la posibilidad de promover e informar al interior de la compañía los distintos beneficios proporcionados por programas de ahorro previsional voluntario.

6.- Despido y Reducciones

6.1 Despido como último recurso

Definir un plan de opciones para determinar otras reducciones antes de reducir personal. Habitualmente se comienza con la reducción de cuentas de viajes, traslados, etc. En conjunto con los colaboradores se puede establecer un acuerdo de reducción de gastos. Los sindicatos pueden jugar un rol importante y ser un aliado en este tipo de acuerdos.

6.2 Comunicar las intenciones

Se debe evitar el secreto y mantener a los trabajadores informados regularmente sobre lo que está verdaderamente ocurriendo en la organización. La discreción, la calma y la prudencia son elementos extremadamente importantes en situaciones de crisis.

6.3 Generar alternativas creativas

En situaciones financieras delicadas, la empresa debe apelar a la creatividad y a las experiencias de otras empresas que han vivido situaciones similares. Se debe considerar la reconversión y reubicación de los colaboradores para promover la seguridad laboral y resguardar lo invertido en capacitación. Reducir con dignidad y cuidar a los colaboradores que permanecen.

Si los despidos son inevitables, se debe igualmente establecer prioridades. Informar las decisiones con anticipación, tratar a cada uno de los trabajadores con respeto, dignidad y con empatía. Se debe proveer del financiamiento apropiado, entregar consejo laboral, outplacement u otro tipo de asistencia. Todas las acciones deben estar orientadas a una desvinculación responsable. Al mismo tiempo, y dado el ambiente laboral que generan los despidos, se debe procurar “cuidar” y motivar a quienes permanecen en la empresa, reasignando y capacitándolos en las nuevas tareas que deberán asumir.

7.- Balance Trabajo y Vida Personal

7.1 Valorar las necesidades de los colaboradores

La empresa debe conocer cuáles son las necesidades y preocupaciones de los trabajadores fuera del ambiente de trabajo para poder generar programas que atiendan o apoyen esas inquietudes de manera que los colaboradores puedan trabajar más tranquilos y prestar atención a sus labores en la empresa.

7.2 Evitar prácticas que interfieran la vida personal o familiar

En la medida de lo posible la empresa debe evitar fijar reuniones, jornadas de trabajo o eventos fuera del horario laboral. De ser inevitable se debe establecer una política para proveer el cuidado de los hijos de los trabajadores o reembolso por los gastos incurridos. De esta manera se busca evitar el stress, gastos o incomodidades que generen estas actividades en los colaboradores.

7.3 Considerar Acuerdos de trabajo flexible

Dentro de los límites razonables y en aquellos casos que sea factible se debe, considerar permitir a los empleados acomodar parte de su horario laboral a sus necesidades personales. Se pueden establecer y acordar días y horas claves en las que se requiere se los colaboradores, liberando otros horarios en que los trabajadores puedan realizar trámites personales. Obviamente esta metodología implica medición de trabajo por resultados por sobre el cumplimiento horario. Para hacer uso de estas alternativas es necesario promover la responsabilidad individual.

7.4 Ofrecer colaboración para balancear vida laboral con necesidades personales

Algunas alternativas que se pueden considerar para el equilibrio entre la vida laboral y personal podrían ser: descuentos en el servicio de cuidado de los hijos (sala cuna), tiempo libre para el cuidado de los hijos, área de lactancia para las madres, líneas de emergencia para las llamadas de los colaboradores, etc.

7.5 Unirse con otras empresas para ofrecer servicios

En el caso de que la empresa no esté en condiciones de suministrar beneficios individuales a sus trabajadores, una buena alternativa es unirse con otras para ofrecer servicios a sus trabajadores: centro de cuidado de hijos, centros de información, asistencia en áreas de salud, familia, stress, etc.

8.- Salud Seguridad y Bienestar

8.1 Promover la salud y el bienestar.

La empresa debe poner todos los esfuerzos por generar una cultura organizacional en donde el cuidado de la salud, la seguridad y el bienestar sean altamente valorados. Es recomendable considerar este punto como parte de la misión de la empresa o en la declaración de valores.

8.2 Proporcionar Servicios Básicos en Salud

La empresa debe ofrecer a los trabajadores y sus familias oportunidades de evaluación confidencial de su estado de salud. Se puede considerar proporcionar a los colaboradores incentivos para alcanzar metas como reducción de peso, nivel de colesterol, incremento del ejercicio físico y otras actividades que contribuyan al mejoramiento del bienestar y la salud.

8.3 Recompensar un estilo de vida saludable

La empresa debe incentivar a los colaboradores y sus familias a practicar un estilo de vida saludable. Se sugiere cupones de descuentos en centros deportivos, alianzas estratégicas con centros deportivos municipales, descuentos en centros de salud. Además, y aunque sea un requerimiento legal para algunas instituciones, se recomienda eliminar la opción de fumar en la empresa y/o promover hábitos de trabajo saludables. Es de gran utilidad para trabajar con mayor eficiencia y evitar enfermedades mantener una óptima calidad del aire y una temperatura adecuada al interior de las oficinas. Realizar un chequeo periódico del estado del sistema de calefacción y ventilación.

9.-Derechos Humanos

9.1 Conocer a los proveedores

Verificar cuáles son los proveedores, dónde y cómo se realizan sus productos, dónde están sus plantas de producción y su capacidad de producción.

9.2 Adoptar un código de conducta

Muchas empresas crean sus códigos de conductas que incluso pueden ser utilizados como modelos a la hora de elaborar los propios. La mayoría de ellos incorpora las leyes laborales locales y patrones de conducta aceptados. Se debe dejar en claro a los proveedores cuáles son las expectativas de la empresa en relación a las prácticas laborales que deben adoptar.

9.3 Comunicar las expectativas a los proveedores y solicitarles un compromiso formal

La empresa tiene mayores posibilidades de alcanzar los objetivos propuestos si éstos son claramente comunicados a los proveedores. Al solicitar a los proveedores la firma de un contrato, que incluya una declaración de compromiso con patrones laborales predeterminados, se está reforzando la preocupación de la empresa con las buenas prácticas laborales.

9.4 Generar un clima de colaboración con los proveedores para promover cambios

Las relaciones con proveedores tienden a mejorar si se promueve un ambiente de colaboración. Los esfuerzos por promover cambios son más eficaces cuando no se imponen en forma autoritaria. Se debe intentar generar un clima abierto y de confianza con los proveedores.

III MARKETING RESPONSABLE

1.-Productos y Servicios

1.1 Garantizar la veracidad de la información de los productos y/o servicios.

En este punto es importante ir más allá de la legalidad asegurándose de tener toda la documentación necesaria para respaldar las declaraciones sobre, seguridad, desempeño, calidad o eficiencia de los productos y servicios. Esto incluye la información contenida en el material de promoción, ventas, publicidad y en el mismo producto. Se debe evitar las declaraciones vagas o ambiguas que puedan ser mal interpretadas. Cuando sea posible se sugiere utilizar una certificación independiente de un tercero para avalar las afirmaciones.

1.2 Promover el uso y consumo responsable de los productos

Asegurar a los consumidores y clientes que los productos o servicios que se ofrecen son confiables, seguros para la salud del ser humano y del medio ambiente durante todo el ciclo de vida del producto. Se debe ir más allá y educar a los consumidores acerca de cómo utilizar los productos y servicios de manera que no dañen a las personas y que no sean utilizados en exceso o que se derrochen.

1.3 Prohibir técnicas de ventas no éticas y respetar la privacidad del consumidor

Las prácticas no éticas no solo corresponden a las estipuladas en la legislación vigente, sino también incluyen ejercer alta presión en la venta, sobre-vender las características de un producto o exagerar la necesidad del producto o servicio para el cliente. Es necesario respetar el derecho de las personas a su privacidad y evitar vender o transar, con otras empresas u organizaciones datos confidenciales de sus clientes. Junto con ello se debe establecer una política firme y explícita de responsabilidades para aquellos empleados que violen dicha confidencialidad.

1.4 Buscar oportunidades de mercado

Se recomienda buscar oportunidades para crear nuevos productos y ofrecer servicios que satisfagan necesidades sociales. Para ello una buena alternativa es buscar nichos que cumplan con las necesidades de las poblaciones menos atendidas como la tercera edad, los discapacitados, minorías o aquéllos que viven en regiones.

1.5 Buscar oportunidades de marketing que involucren causas nobles

Existen varias vías para abordar las campañas de marketing con causa. La aproximación más simple y utilizada es donar una proporción de las utilidades a una o más fundaciones o instituciones de caridad. Otras vías incluyen auspicio de eventos o publicaciones o el uso de espacios para promocionar una causa. En este tipo de campañas se debe tener objetivos y tiempos de duración definidos, se debe medir el impacto y sobretodo evaluar la inversión asociada en relación al retorno obtenido.

1.6 Inversiones en instituciones socialmente responsables

Considerar la posibilidad de depositar los fondos o reservas de la empresa en instituciones financieras que sostengan una causa social o proyectos de apoyo a la comunidad.

Buscar oportunidades para apoyar a organizaciones y empresas cuyas misiones sociales y objetivos complementan la de la empresa. Utilizar los servicios de empresas e instituciones cuyas ventas benefician a organizaciones o causas sociales.

IV MEDIO AMBIENTE

1.- Políticas y Operaciones

1.1 Adoptar principios de protección al medio ambiente y un compromiso explícito de la empresa con el medio ambiente y determinar estándares para ello, incluyendo metas formales.

Cómo mínimo tales compromisos deberán establecer la postura de la empresa en lo que respecta al medio ambiente en las etapas de proyecto, producción y distribución. Comprometer a toda la empresa con la legislación ambiental vigente, y se debe intentar - dentro lo posible- ir más allá. Adoptar una política ambiental abierta, por medio de la cual empleados, miembros de la comunidad y los grupos de interés en general puedan ser informados.

1.2 Realizar una auditoría ambiental o verde

Hacer un inventario formal o informal de los recursos que utiliza la empresa y los residuos generados. Controlar desperdicios de energía, materia prima y el esfuerzo humano requerido. El objetivo es identificar oportunidades para reducir el consumo de recursos y minimizar desechos.

1.3 Establecer una política ecológica de compras

Especificar el compromiso de la empresa de priorizar la compra de productos ambientalmente amigables. Siempre que sea posible especificar los criterios. Trabajar con los proveedores de manera de identificar qué disposición muestran en atender la política ambiental de su empresa. Si fuera necesario, procure fuentes alternativas.

1.4 Motivar a los colaboradores en temas ambientales

Crear incentivos y formas de reconocimiento para empleados que buscan métodos alternativos para evitar desperdicios y prácticas contaminantes o para aquéllos que destacan en las campañas ecológicas de la empresa.

2.- Minimización de Desechos

2.1 Crear un programa de reciclaje

Promover al interior de la empresa la idea, desde el punto de vista empresarial, de que residuo es lo que no se puede reutilizar o vender, pero tiene un costo deshacerse de él. Animar a los colaboradores a presentar sugerencias para la reducción de residuos, a través de la reutilización de materiales y reciclaje de aquéllos que no pueden ser utilizados nuevamente.

2.2 Reducir el consumo de papel

En muchas empresas el papel es la mayor fuente de residuos. Se debe implementar un uso racional y responsable priorizando el formato digital por sobre el papel. Para aquellas empresas que utilizan agua en sus faenas se debe llevar un control de consumo e incentivar el ahorro y la generación de ideas creativas para el consumo responsable.

2.3 Comprar productos reciclados

Privilegiar la compra de productos reciclados y/o reacondicionados verificando si compiten favorablemente en precio, desempeño y calidad con el producto nuevo.

2.4 Donar el excedente de mobiliario y equipos.

Muchas organizaciones pueden necesitar bienes en desuso. Considerar la elaboración de una lista informal de las organizaciones locales que se pueden contactar a la hora de desocupar o desechar equipos y muebles.

2.5 Usar limpiadores de menor toxicidad y reducir el uso de productos tóxicos.

Existen en el mercado una gran variedad de productos de limpieza; elegir los más durables, de mejor calidad, reciclables o que puedan ser reutilizados. Procurar utilizar envases desechables. Aún en una empresa pequeña se utiliza un alto porcentaje de productos tóxicos (toner, tintas, fotocopadoras, pilas, cargadores, celulares, artículos de limpieza, pinturas, etc.) Considerar entregar artefactos eléctricos en centros de reciclaje electrónicos.

3.-Uso eficiente de la energía y del agua

3.1 Hacer una auditoría de los usos de la energía

Con poco costo se puede obtener un ahorro considerable en energía. Para ello se puede contactar al proveedor de energía o a un consultor que pueda realizar una auditoría. Es sumamente importante conocer al detalle el gasto energético de la empresa para lograr introducir los cambios necesarios.

3.2 Utilizar un sistema de iluminación inteligente

Existen una cantidad de productos alternativos en el mercado que pueden proporcionar un significativo ahorro en el consumo de energía eléctrica y mejor iluminación. Sensores de movimiento, reflectores, lámparas fluorescentes, temporizadores, ampolletas de bajo consumo, son algunas de las alternativas disponibles.

3.3 Emplear técnicas eficientes de manejo energético

Las técnicas eficientes de manejo energético tienen por objetivo disminuir el uso de energía sin afectar la operación del negocio, y evitar el derroche. Estimular a los colaboradores a apagar luces, computadores y equipos en general, cuando no estén en uso.

Considerar la colocación de relojes para el apagado automático (timer) cuando sea apropiado.

3.4 Promover la utilización de medios de transporte alternativos

Incentivar a los colaboradores a compartir con otros el transporte en auto, a utilizar el transporte público, bicicletas, motos, caminar u otro medio. Si es posible, disponer de buses para trasladar a los colaboradores. Considerar un mapa de transporte compartido en el cual los colaboradores identifiquen la localización de sus hogares, como forma de motivar a los que viven en las mismas zonas geográficas a compartir su automóvil o medio de transporte.

3.5 Actualizar la flota de vehículos

Comprar o arrendar vehículos que ofrezcan los mayores ahorros de combustible. Considerar en el futuro y en la medida de lo posible aquellos vehículos que utilizan electricidad o gas natural. Realizar afinamientos y revisiones regulares.

3.5 Instalar sistemas de ahorro de agua y reparación de filtraciones

Considerar instalar llaves de bajo flujo en la grifería y otros aparatos de baño. En los baños utilice dispositivos de ahorros de agua. Tener en consideración estos puntos a la hora de construir o remodelar oficinas y plantas. Realizar una rápida rutina de revisión del uso del agua para identificar filtraciones.

4.-Diseño ecológico

4.1 Utilizar técnicas de construcción ecológicas

Proyectos de construcción ambientalmente amigables pueden reducir el costo total del ciclo de vida de la edificación. Estas técnicas son utilizadas comenzando por la elección de la ubicación (relación con el medio ambiente físico), y pueden incluir todo lo relacionado con los materiales y sistemas. Existe una gran variedad de productos compatibles con el cuidado del medioambiente, desde elementos estructurales fabricados con materiales reciclados, hasta pisos desarrollados con materiales no tóxicos y renovables.

4.2 Examinar el diseño de los productos y servicios

Analizar todos los productos de la empresa de la empresa desde una mirada ecológica. Trabajar con los colaboradores o consultores especializados para generar ideas que permitan perfeccionar o rediseñar las operaciones o productos para reducir el uso de energía, materiales tóxicos, otros recursos y minimizar los desechos. Cuando se diseñan nuevos productos, embalaje o servicios incluir la re-utilización y el reciclaje como parte de las consideraciones.

4.3 Trabajar conjuntamente con proveedores y clientes

Es de gran utilidad trabajar en equipo con clientes y proveedores para tomar ventaja usando las economías de escala. Preguntar a los proveedores para indagar respecto de productos o embalajes alternativos que reduzcan los desechos, sin comprometer con ello el precio, confiabilidad y calidad. Indagar la opinión de los clientes respecto de lo que la empresa puede hacer para que sus productos sean más eficientes y generen menos desechos. Considerar los servicios que puede ofrecer la empresa más allá de la venta del producto, como incorporar información útil acerca del uso apropiado de los productos, de forma de minimizar los desechos y la contaminación.

V.- VINCULACION CON LA COMUNIDAD

1.- Aspectos Generales

1.1 Hacer de la vinculación con la comunidad una prioridad clave

Generar oportunidades creativas para comunicar a los colaboradores la relevancia del apoyo y vinculación con la comunidad. Proporcionar los incentivos y reconocimientos para aquellos que realizan actividades conjuntas con la comunidad y estimular a las gerencias a apoyar el desarrollo de ellas. Se puede considerar incluir en la evaluación de desempeño una valoración de su habilidad para estimular este tipo de iniciativas.

1.2 Invertir en la comunidad

Siempre que sea posible se debe utilizar los productos o servicios que generen los propios miembros de la comunidad en la cual la empresa está inserta, favoreciendo de esta manera la mano de obra local y el surgimiento de la comuna. Para identificar y reclutar personas de la comunidad se sugiere contactar alguna organización sin fin de lucro o de desarrollo local o regional.

1.3 Promover el compromiso corporativo con causas o iniciativas sociales

Considerar albergar proyectos de apoyo a causas o iniciativas sociales compatibles con la misión y principios de la empresa. Los proyectos pueden ser desarrollados en forma conjunta con los representantes de la comunidad, incluso se puede extender estos proyectos a sus proveedores, clientes, accionistas o socios. Identificar áreas de interés o necesidades específicas de la comunidad que estén alineadas con los propósitos empresariales y trabajar en ellas.

2.- Voluntariado Corporativo

2.1 Facilitar información

Considerar la creación de una lista de oportunidades de trabajos voluntarios. Realizar un levantamiento de las organizaciones en busca de voluntarios. Recoger sugerencias e inquietudes en el ámbito social de los colaboradores a través de una encuesta como también de las instituciones con las que les interesaría involucrarse. Dar prioridad a las organizaciones insertas en la comunidad donde opera la empresa.

2.2 Facilitar el trabajo voluntario

Considerar facilitar en horas y/o recursos el trabajo voluntario que realizan los colaboradores. Existen distintas modalidades de voluntariado corporativo, entregando horas profesionales, incorporando a la familia, donando recursos, etc. Cualquiera sea la alternativa seleccionada se sugiere alinearla con la misión corporativa. Se debe asignar responsables para coordinar y liderar el voluntariado corporativo con el fin de asegurar la permanencia y el compromiso con la comunidad.

2.3 Adoptar un proyecto de voluntariado corporativo

Considerar tener un proyecto de voluntariado corporativo con una organización o causa consistente con la misión de la empresa. Cualquiera sea el proyecto o causa seleccionada de igual modo debe dar la libertad necesaria para que sus colaboradores mantengan la participación en otras actividades voluntarias de su interés.

2.4 Ejecutivos en préstamo

Permitir a los gerentes y ejecutivos compartir sus conocimientos con organizaciones comunales y/o organizaciones sin fin de lucro durante la jornada de trabajo. Esto es particularmente beneficioso para dar pie a nuevos proyectos, entregar asesoría comunicacional, apoyo en el área de marketing e ideas de emprendimiento e innovación.

2.5 Incorporar proveedores y clientes y unir esfuerzos con otras empresas

Se pueden multiplicar los esfuerzos de la empresa incentivando a los proveedores y clientes a unirse con la empresa en el apoyo a las iniciativas de voluntariado. Otra posibilidad es trabajar con otras empresas de la comunidad, indistintamente del tamaño, para materializar los proyectos, que, dada la magnitud, la empresa no puede abarcar de manera individual. Algunas alternativas son programas de reciclaje, mejoramiento de infraestructura o asesoría profesional.

2.6 Apoyar eventos de la comunidad

Considerar conocer y vincularse con organizaciones locales de manera de tener un estrecho conocimiento de la agenda de eventos anuales programados y evaluar la posibilidad de apoyar con recursos humanos y/o económicos las actividades que son relevantes para la comunidad.

3.- Educación

3.1 Ofrecer apoyo a escuelas locales

Intentar encontrar medios a través de los cuales su empresa pueda dar apoyo y mejorar la educación ofrecida por las escuelas locales. Considerar construir una relación cercana con una escuela en particular para centralizar el apoyo. Se puede donar tiempo de sus colaboradores para realizar operaciones de mantenimiento y cuidado o actuar como tutores de alumnos, dar charlas en temas de interés para los estudiantes u orientación sobre elección de carrera o alternativas de estudios.

3.2 Invitar a estudiantes

Permitir que los estudiantes visiten la empresa para ver y experimentar en la práctica el funcionamiento real de una empresa. Incorporar en las visitas a los propios colaboradores para que ellos sean quienes den cuenta de la labor de la compañía y dónde eventualmente pudiera haber una oportunidad laboral para los jóvenes. El objetivo es acercar la empresa al mundo de la educación.

3.3 Solicitar alumnos en práctica o pasantías

Existen una gran variedad de instituciones de educación superior que ponen a disposición de las empresas alumnos dispuestos a trabajar y aprender en las empresas. Considere identificar institutos o universidades dentro de la comunidad donde poder solicitar los servicios de alumnos en práctica. Esta es una experiencia de aprendizaje para los alumnos y un aporte profesional concreto para la empresa y una alternativa de desarrollo social. Estas prácticas o pasantías pueden ser remuneradas como también cubrir los gastos de traslado y alimentación.

3.4 Fomentar Educación Dual

Para aquellas empresas que se vinculan estratégicamente con la comunidad a través de programas educacionales , es recomendable considerar el sistema de educación dual, por medio del cual los jóvenes participan del mundo empresarial y al mismo tiempo se capacitan en competencias técnicas. La empresa debe conocer la oferta formativa de la comunidad para alinearla con las demandas ocupacionales de corto y largo plazo.

3.5 Trabajar en conjunto con autoridades locales

La empresa debe vincularse con las autoridades municipales para conocer en detalle la labor y desarrollo de los municipios en educación, de manera de aunar esfuerzos y recursos que permitan finalmente entregar a los estudiantes una mejor calidad en la educación, mejor infraestructura y capacitación docente.

3.6 Incentivos Postulación de Fondos

La empresa debe promover entre sus colaboradores y la comunidad las alternativas disponibles para la postulación de fondos privados y/o públicos o capital semilla para proyectos de innovación y desarrollo que sean invertidos en la propia comunidad. De esta forma la comunidad podrá generar oportunidades laborales y elevar la empleabilidad.

3.7 Evaluaciones periódicas

La empresa debe conocer las necesidades reales de la comunidad para ajustar permanentemente su participación en ella. Una alternativa es realizar levantamiento de información o bien trabajar conjuntamente con las autoridades para ir actualizando necesidades y alinearlas con los recursos disponibles.

3.8. Participación en Consejos Asesores Empresariales

La empresa podrá participar de los Consejos Asesores Empresariales en torno a un establecimiento educacional o a un conjunto de ellos, de preferencia en aquellos ámbitos relacionados con la formación técnica que imparten. Esta colaboración puede ser a través de Fundaciones, Corporaciones, Municipalidades u otros organismos relacionados con el ámbito educativo. Entre los objetivos de estos Consejos Asesores se encuentra la colaboración en la actualización de los planes formativos, la formación dual de los alumnos, prácticas profesionales para alumnos, pasantías para docentes y estudiantes, charlas de ejecutivos para fomentar el emprendimiento, charlas motivacionales, u otras iniciativas necesarias para mejorar la calidad de la educación.

Bibliografía

www.ethos.org.br

Organización Brasileña sin fin de lucro promotora de la responsabilidad social.

www.bsr.org

Organización Norteamérica líder en la promoción de la responsabilidad social

www.accionrse.cl

Organización empresarial chilena sin fin de lucro promotora de la responsabilidad social

www.integrarse.org.pa

Organización empresarial Panameña promotora de la responsabilidad social

www.bitc.org.uk

Organización Inglesa líder en la promoción de la responsabilidad social en Europa.

www.comunicarseweb.com.ar

Newsletter Argentino de responsabilidad social

www.empresa.org

Red empresarial formada por organizaciones de América que promueven la RS

www.vincular.cl

Organización Chilena orientada a la promoción, investigación y consultoría en RS.

www.cbsr.ca

Organización Canadiense líder en la promoción de la responsabilidad social

www.usec.cl

Unión Social de Empresarios Cristianos