



# IndiCARSE

Sistema de Indicadores de RSE para la región Centroamérica

## DOCUMENTO ELABORADO POR:

Juan Pablo Morataya Ávila  
Guillermo Monroy Estrada  
María Silvia Pineda - Asesora

DISEÑO:  
LAOTRAMITÁ/

IMPRESIÓN:  
JL Sistemas de Impresión

PRIMERA EDICIÓN:  
1,000 ejemplares  
Guatemala, Guatemala Centroamérica  
Noviembre 2008



Indi

# CARSE

Sistema de Indicadores de RSE para la región Centroamérica





	Página
PRÓLOGO	01
EQUIPO RESPONSABLE	03
RECONOCIMIENTOS	04
PRESENTACIÓN	05
INTRODUCCIÓN	07
CAPÍTULO I: Antecedentes - La RSE en la región Centroamericana	10
1.1. Origen del Trabajo Regional en el tema de Indicadores de RSE	10
1.2. Los centros de RSE de la Región Centroamericana	11
1.3. Importancia de la Integración Regional en materia de RSE	16
1.4. Desarrollo del Proyecto Regional de Indicadores de RSE	17
CAPÍTULO II: Concepción de la RSE en la región centroamericana	19
2.1 Concepto de la RSE en la región Centroamérica	19
2.2. Visión conjunta de la RSE en Centroamérica	19
2.3. Ejes de la RSE para la Región Centroamericana	20
CAPÍTULO III: Fundamento del Sistema de medición de la Responsabilidad Social Empresarial	26
3.1. Objetivo de los Indicadores centroamericanos	26
3.2. Criterios generales del Sistema	28
3.3. Características de la Herramienta	29



## CAPÍTULO IV: Sistema de Indicadores RSE para la Región Centroamericana

Página

4.1	Sistema de Indicadores por ejes RSE	30
4.1.1	Gobernabilidad	30
4.1.2	Público Interno	31
4.1.3	Medio Ambiente	31
4.1.4	Proveedores	31
4.1.5	Mercadeo	32
4.1.6	Comunidad	32
4.1.7	Política Pública	32
4.2	Batería de preguntas para la herramienta de auto-evaluación y benchmarking de la RSE	33
4.2.1	Gobernabilidad (impacto en gestión empresarial)	33
4.2.2	Público Interno (impacto al capital humano)	36
4.2.3	Medio Ambiente (impacto ambiental)	42
4.2.4	Proveedores (impacto en el proceso productivo)	46
4.2.5	Mercadeo (impacto en el mercado)	52
4.2.6	Comunidad (impacto social)	55
4.2.7	Política Pública (impacto en fortalecimiento a la Gobernabilidad del Estado)	59

CONCLUSIÓN	61
------------	----

BIBLIOGRAFÍA	63
--------------	----



El sector empresarial en Centroamérica está evolucionando. Hoy en día es imperativa la implementación de una estrategia común de Responsabilidad Social Empresarial. La región debe diferenciarse globalmente a través de la forma en que hace negocios y al mismo tiempo adaptarse a las exigencias internacionales.

El mercado mundial ha dirigido nuestro rumbo hacia una economía cada vez más globalizada. Con la llegada de los tratados de libre comercio y los acuerdos de asociación con bloques económicos, se expanden nuestras relaciones comerciales y aumentan las oportunidades de nuevas inversiones. Esto refleja la necesidad de integrarnos y posicionar a Centroamérica internacionalmente como una misma.

Hacer negocios rentables y competitivos no es lo mismo en nuestros países que en otras regiones del mundo. Debemos hacer negocios responsables y productivos pero aplicables a nuestra realidad, tomando en cuenta los factores que enmarcan nuestro desarrollo político, económico, social y cultural.

Conscientes de este entorno, las organizaciones de RSE de todos los países centroamericanos están demostrando ser un ejemplo de regionalización e integración. Todas están colaborando y trabajando en la Red Centro Americana de Responsabilidad Social Empresarial.

Se ha logrado definir objetivos comunes y estandarizar criterios. Como región entendemos la Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso de hacer negocios



# PRÓLOGO

competitivos, basados en el estricto cumplimiento de la ley y en principios éticos, respetuosos de las personas, familias, comunidades y el medio ambiente. Este concepto que se refleja en los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para Centroamérica, que permiten comparar y medir el cambio de cultura en las empresas de toda la región. Estos indicadores le permitirá al sector productivo centroamericano mejorar continuamente su forma de hacer negocios, proactivamente y a largo plazo.

La Responsabilidad Social es nuestra ventaja competitiva y la garantía de una imagen positiva ante el mundo. Sin embargo, el reto para que esto funcione es mantener nuestra identidad y confianza. La confianza se gana y se mantiene, teniendo visión de largo plazo y aceptando la responsabilidad de nuestras acciones.

En virtud de dicha exigencia, las empresas juegan un rol determinante en la región, todos somos actores del futuro de nuestra sociedad, debemos actuar con responsabilidad y trabajar en la construcción de una visión conjunta.

IndiCARSE, es la manifestación de la identidad y compromiso del sector productivo centroamericano con el desarrollo sostenible de nuestros países; así mismo constituye un aporte práctico para materializar la Responsabilidad Social Empresarial.

Julio R. Herrera

# Indicador de RSE

## EQUIPO RESPONSABLE

# Indicador de RSE

Para la ejecución del Proyecto de Indicadores Centroamericanos, se integró un equipo regional conformado por el personal técnico responsable del tema de indicadores de cada uno de los centros de Responsabilidad Social Empresarial de la región centroamericana que integran CARSE: Red Centroamericana de la RSE.

El equipo líder que contribuyó en el trabajo de construcción del Sistema Regional de Indicadores de RSE para Centroamérica a través de su entrega, participación y colaboración fue conformado por:

Guillermo Eduardo Monroy Estrada  
Líder /Coordinador del Proyecto

### CentraRSE

Nicola Bahr de Rogers  
Andrea Escobar Saravia

### FundeMAS

Carolina Pineda de Chinchilla  
Rhina Reyes

### FundhaRSE:

Julio Gom  
Roberto Leiva

### UniRSE:

Edgard Bermúdez  
Ilse Solórzano  
Matthias Dietrich

### AED:

Isabel Jiménez  
Alicia Fournier

Juan Pablo Morataya  
Consultor

Son muchas las personas, organizaciones y empresas que han colaborado para la elaboración del Sistema de Indicadores RSE para la región Centroamericana

Para iniciar, queremos agradecer al Señor Julio Herrera, líder en el proceso de regionalización de la Responsabilidad Social Empresarial como la forma de hacer negocios en Centroamérica.

De la misma manera, queremos agradecer a los demás Presidentes de las organizaciones de RSE de la región centroamericana: Roberto Murray Meza, Jacobo Kattan, Carlos Reinaldo Lacayo, Luis Javier Castro y José Antonio Corrales; por todo el apoyo, disposición y compromiso a el trabajo regional en materia de Indicadores.

A los Directores Ejecutivos de las organizaciones de RSE centroamericanas: Rhina Reyes de FundeMAS, Roberto Leiva de FundhaRSE, Matthias Dietrich de UniRSE y Alicia Fournier de AED.

A los colaboradores de las Organizaciones de RSE: Nicola Bahr de Rogers, Andrea Escobar, Carolina Pineda de Chinchilla, Julio Gom, Edgard Bermúdez, Ilse Solórzano, Isabel Jiménez. Asimismo, agradecemos a los demás colaboradores de las organizaciones de RSE por todo su apoyo y colaboración.

A nuestros socios y amigos de AVINA, por creer en la iniciativa de RSE en Centroamérica, Rafael Luna, Sylvia Dávila y Edgard Bermúdez.

A todos los Directores miembros de las respectivas Juntas Directivas de las Organizaciones de RSE de la región: en CentraRSE: María Silvia Pineda, Mario Montano, Rodolfo Heinemann, Mario Marroquín, Carmelo Torrebiarte, Erick Michelen y Bernardo Roehrs. En FundeMAS: Carlos Quintanilla, Juan Valiente, Francisco Armando Arias, Alberto Davidson. En FundhaRSE: Bruce Burdett, Yamal Yibrin, Alberto Díaz Lobo, En Unirse: Hugo Abello, Herald Wienke. En AED: Carlos Francisco Echeverría.

A las empresas socias de las organizaciones de RSE de la región que participaron activamente: Por CentraRSE: Telefónica, McDonald's, Amanco, Bayer, Ingenio Pantaleón, Cementos Progreso, Cabcorp, BAC, Ingenio la Unión. Por FundeMAS: CASSA, Walmart y Cenergica. Por FundhaRSE: CAHSA, PLYCEM, BATCA, FICOHSA, Corporación Flores, CELTEL. Asimismo, agradecemos el apoyo recibido por el Programa de Apoyo a la Integración Regional Centroamericana PAIRCA.

A todos gracias por ser parte de este esfuerzo regional de incorporación y expansión de la Responsabilidad Social Empresarial.



IndiCARSE PRESENTACIÓN  
IndiCARSE IndiCARSE

Los procesos productivos para bienes o servicios, cuentan hoy en día con herramientas de tecnificación y sistematización que permiten agilidad, precisión, eficiencia que se traduce en productividad: hacer más con menos. Sí eso es, más con menos, lo que implica establecer metas de rendimiento y desempeño que deben monitorearse para convertirse en indicadores de eficiencia, de precisión, de calidad y que facilitarán la identificación del impacto financiero para entonces hablar de productividad. Ello implica medición asertiva, continua y la generación oportuna de información que guíe la ruta de acción para alcanzar o mantener estándares.

Con lo anterior podemos ver que las mediciones en el mundo de hoy, son una herramienta de gestión del negocio altamente valiosa, siempre y cuando éstas sean en primer lugar recogidas con rigor y procesadas correctamente para ser utilizadas como un insumo clave en la toma de decisiones. Cómo las hago y qué hago con las mediciones, es lo que realmente le da el valor a las mismas.

Pues bien, la dinámica diaria de una empresa es decir, sus relaciones comerciales, sus relaciones laborales, sus relaciones comunitarias, sus relaciones políticas no son estáticas y existen factores externos que pueden afectarlas positiva o negativamente. Estas relaciones son la contraparte primaria de la naturaleza del negocio. Haciendo una analogía podría decirse que productividad y rentabilidad, son el corazón del negocio, y por el otro lado, que sus relaciones con la sociedad son el alma de la empresa.

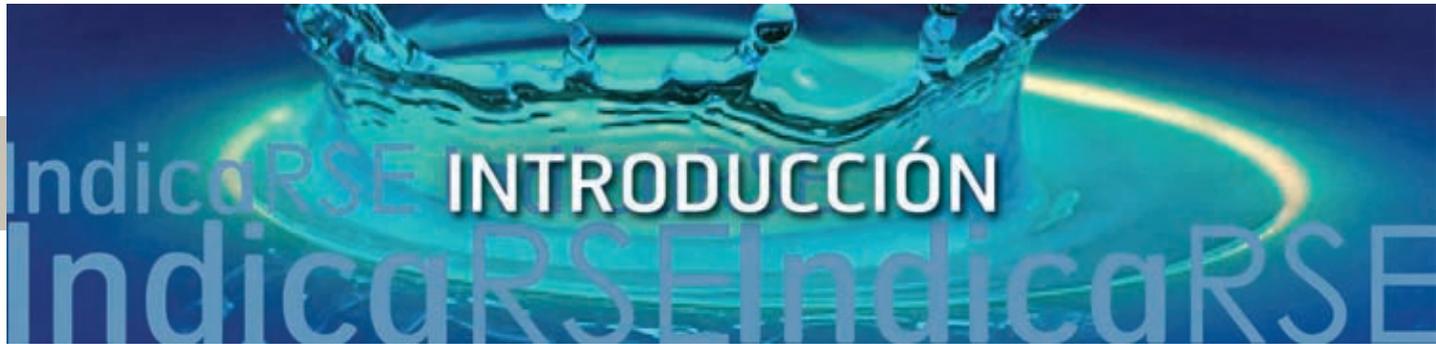
La RSE es la conducta de la empresa a través de todos los que trabajamos en ella, por lo tanto, es un aspecto de conducta humana basada en políticas y normas institucionales (gobierno corporativo/corporate governance). Que de igual manera que lo expuesto anteriormente, debe medirse para conocer oportunamente cómo nos estamos proyectando a la sociedad, pues he de comentar que estoy convencida que imagen es conducta.

IndicaRSE es entonces, esa herramienta de medición que cada presidente, gerente y jefe deben tener para poder medir el nivel de conducta socialmente responsable que tiene su organización. Al ser un ejercicio de autoevaluación, posibilita aprovechar los resultados para una gestión eficiente de la RSE por departamento o unidad de la empresa y por supuesto, una excelente herramienta de comunicación interna permanente para los colaboradores, tanto para su identidad institucional, como para asumir el compromiso individual de ciudadano responsable.

Medir la RSE a través de IndicaRSE, es cuestión de inteligencia social dentro y fuera de la organización.

Atentamente,

María Silvia Pineda M.  
Vice Presidenta



# Indicador RSE INTRODUCCIÓN

El desarrollo de Centroamérica depende de una visión de futuro, realista e inclusiva de sus líderes. Aunque el crecimiento regional no depende de un solo actor, el sector productivo es uno de los más importantes para impulsar una nueva forma de pensar y por ende de actuar, que se difunda y multiplique en el sector público y la sociedad civil y nos guíe por el camino del desarrollo sostenible. Debemos entender desarrollo sostenible como: “Asegurar que se satisfagan las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”<sup>1</sup>

Para alcanzar mayores niveles de desarrollo en la región y que el crecimiento sea sostenible, es necesario alcanzar mayores niveles de competitividad, que solo se alcanzarán si ésta es acompañada por un balance ambiental y sobre todo, por un desarrollo social. Sin embargo, la realidad es que, en el pasado la mayoría de los países de Centroamérica han abordado estos tres temas de manera independiente.

Afortunadamente, en la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial o “RSE”, es un imperativo de negocios. Todas las empresas reconocen que es necesaria para su competitividad y sostenibilidad. La relación exitosa de la empresa con la sociedad, es determinante para las empresas que perduran. Existe una relación directa entre una sociedad próspera y empresas competitivas; cuanto más fuerte es ese vínculo, mayor desarrollo existe en el país.

La realidad de nuestros países, nos obliga a reconocer la importancia y validez de la inversión social, pero la RSE va más allá de este aspecto, son principios éticos insertos en el ADN de la cultura empresarial. Los principios de RSE, además de ser buenos y rentables para el negocio, son positivos para sus colaboradores, la comunidad donde radican, el medio ambiente y finalmente para todo el país.

La RSE viene a redefinir la palabra “éxito” y la somete a consideraciones que engloban intereses que van más allá de la simple generación de utilidades. Es un verdadero cambio desde la raíz de la concepción empresarial. La “sostenibilidad” toma gran relevancia y las decisiones internas se entrelazan con el deseo de trascender legítimamente haciendo las cosas “bien”.

La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión estratégica de negocios basada en cinco principios esenciales: 1) La RSE tiene su fundamento en la legalidad: No podemos ser responsables si no cumplimos con todas las leyes. Ninguna acción es válida si no se actúa bajo el estricto cumplimiento del régimen legal imperante internacional y nacional,

<sup>1</sup> Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y El Desarrollo (Comisión Brundtland) Informe Nuestro Futuro Común 1987.

lo que da la legitimidad necesaria para luego proyectar sus acciones a otras prácticas. 2) La ética es el eje transversal de la conducta organizacional; es la “regla de oro” que debe regir las decisiones diarias de todos los colaboradores de la empresa. 3) La implementación de la RSE debe comenzar siempre dentro de la empresa, mejorando las prácticas relacionadas con la calidad de vida laboral y la gobernabilidad corporativa entre las más destacadas. Esto le genera mayor productividad y credibilidad a la empresa. Solo al cumplir con buenas prácticas internas, podremos proyectarnos hacia afuera. 4) La RSE es compartida. Es una co-responsabilidad de todos los que forman parte de la organización; desde el nivel más alto hasta el más bajo. No es una responsabilidad únicamente de los accionistas o gerentes, es de todos los colaboradores de una empresa. 5) La RSE es voluntaria y debe practicarse basándose en una relación ganar-ganar. Es hacer negocios competitivos, pero cuidando el “cómo” se genera esa utilidad. Particularmente, es importante reconocer que la RSE brinda sus mayores frutos a largo plazo. La RSE no es buscar retornos inmediatos, es construir confianza para tener empresas que perduren en el tiempo.

La RSE brinda beneficios a todos los públicos interesados de la empresa. Se reconoce que ser responsables es hacer negocios respetuosos de las personas, familias, comunidades y el medio ambiente, que fomenten el desarrollo sostenible del país.

Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ciertamente involucran la gestión basada en la ética y la ley. Sin embargo, su espectro de acción es amplio. Dado que la RSE parece ser abstracta, nuestro objetivo es que brinde sus beneficios en términos de competitividad para la empresa y desarrollo para el país de forma continua y creciente... La única manera de que esto suceda es evaluando sus resultados.

El nuevo instrumento regional aquí presentado lleva el nombre de IndiCARSE –Sistema de Indicadores RSE para la región Centroamérica–. El proceso de creación de estos indicadores, ha requerido de varias etapas y de un previo consenso para unificar conceptos, visiones y tendencias en la forma de hacer negocios. Inicialmente, cada organización local tenía su propio conjunto de indicadores para cada país, lo que dificultaba su aplicación en las empresas que operaban a nivel regional.

IndiCARSE se divide en siete áreas o ejes: Gobernabilidad, Público Interno, Mercadeo, Proveedores, Medio Ambiente, Comunidades y Política Pública.

Este Sistema de Indicadores integral contendrá:

- 1** Herramienta de auto-evaluación y benchmarking de la RSE: Este instrumento se basa principalmente en un cuestionario sencillo de respuestas cerradas, donde las empresas pueden medir sus políticas, procesos y prácticas responsables cada año. Las empresas podrán utilizar esta herramienta para su mejoramiento continuo obteniendo dos tipos de resultados: 1) La situación general de la RSE dentro de la empresa. 2) Una evaluación comparativa con las empresas de cada país y de la región en su conjunto. Dado su carácter universal, IndiCARSE permite comparar resultados no sólo con las empresas de un mismo sector productivo, sino también con otras industrias.
- 2** El Marco Conceptual de la Herramienta de autoevaluación y benchmark regional: Es una guía teórica y de acompañamiento conceptual sobre los siete ejes de la RSE. Dicha

herramienta servirá de apoyo para la interpretación de los términos y preguntas del cuestionario que, de manera práctica, servirán de guía para completarlo de una forma más homogénea.

**3** Interfase Virtual IndiCARSE: Constituye un Software que se aplicará para la administración de la herramienta de autoevaluación y benchmarking en los cinco países de la Región Centroamericana. Este sistema permitirá generar de manera automática un reporte de resultados individual de la RSE en cada empresa, y el reporte de resultados comparativo de la empresa respecto a su sector, país y región (benchmark).

En esta publicación se relata el proceso por medio del cual se concibió y gestionó el proyecto de Indicadores de RSE para la región de Centroamérica, profundizando en el primer producto mencionado anteriormente. Los otros dos productos complementarios se describirán en otras publicaciones.

Con el propósito de guiar al lector, a continuación se presenta un recorrido de lo que encontrará en la presente publicación:

Este primer capítulo es una introducción al documento.

El segundo capítulo hace un breve relato sobre los antecedentes de la regionalización de la RSE en Centroamérica y su proceso de homologación a un Sistema. Asimismo, se muestra una descripción de las Organizaciones de RSE que operan en la región y que participaron en el proceso.

En el capítulo tres, encontrarán la concepción de la RSE para Centroamérica, su conceptualización y una breve descripción de los ejes que conforman la misma.

Posteriormente, el capítulo cuatro presenta el objetivo de conformar un Sistema integrado de homologación, así como los criterios y características de la herramienta de medición que el Sistema contiene.

Finalmente, el capítulo cinco presenta los indicadores centroamericanos definidos por cada uno de los Ejes que conforman la RSE y la batería de preguntas elaborada para la herramienta de Autoevaluación y benchmarking RSE de IndiCARSE. Este es el primer paso que se propone para el cambio cultural en la empresa Centroamericana para la incorporación de la Responsabilidad Social empresarial.

Es importante que formemos una cultura de medición y evaluación en nuestras empresas. Solo así podremos incrementar la eficiencia y priorizar de forma correcta nuestros esfuerzos. Además, no solo es necesario ver como estamos en relación con otras empresas similares a las nuestras, es necesario además que nos comparemos con los mejores estándares empresariales a nivel internacional.

Guillermo E. Monroy



# ANTECEDENTES LA RSE EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA

## I

### 1.1. Origen del trabajo regional en el tema de Indicadores RSE

La Región Centroamericana, comenzó sus esfuerzos de cooperación en El Salvador durante el año 2002. Allí fue donde se reunieron empresarios de la región en una conferencia con el objeto de intercambiar sus experiencias en RSE y divisaron la oportunidad de trabajar articuladamente. La primera actividad que se propuso en conjunto, fue realizar una conferencia centroamericana relativa a la Responsabilidad Social Empresarial.

En el año 2003, se crearon dos organizaciones de RSE en la región. CentraRSE en Guatemala y FundaHRSE en Honduras. En Abril de ese mismo año, para el lanzamiento de CentraRSE se invitó a todos los países de la región para que compartieran sus esfuerzos y se enriquecieran recíprocamente con sus aprendizajes y experiencias. En dicho evento, se confirmó que Guatemala sería la sede de la Conferencia Centroamericana de RSE para el año 2004.

En Junio del mismo año inició FundaHRSE, allí nuevamente se realizó la reunión con los países de la región y se planificó la conferencia centroamericana a realizarse durante el año 2004. Finalmente en Panamá, dentro del marco de la Primera Conferencia Interamericana de RSE, organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, se realizó una reunión de empresarios centroamericanos y del Caribe, actividad que confirmó la necesidad de unir esfuerzos y desarrollar una estrategia para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel regional.

En el año 2004 se realizó exitosamente la Conferencia Centroamericana de RSE en Guatemala, la cual recibió el nombre de "ConvertiRSE". Dicho evento reunió a más de 400 empresarios de Centroamérica. En Septiembre de ese mismo año, en el marco de la segunda Conferencia Interamericana de RSE, organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, se realizó una reunión regional en la cual se acordó continuar con ConvertiRSE y se propuso, por primera vez, realizar indicadores regionales y desarrollar una herramienta de medición de los indicadores de RSE para los países centroamericanos.

Para el año 2005, se realizó exitosamente ConvertiRSE en Honduras. Dicho encuentro fue organizado por FundaHRSE, y se centró en las "Ventajas Competitivas para las empresas". En ese mismo año, durante el mes de abril, inició en Nicaragua UniRSE.

El 2006 fue un año muy importante en el establecimiento de la iniciativa regional de indicadores de RSE. En Febrero de dicho año CentraRSE, con el apoyo de AVINA y FundeMAS realizaron la primera reunión de planificación del Proyecto de Indicadores Regionales en El Salvador, en el que participaron los directores ejecutivos de las Organizaciones de RSE de los países de la región. En dicha reunión se discutió la metodología a utilizar y se compartieron experiencias vividas en cada uno de los países. En el marco de ConvertiRSE 2006, evento organizado exitosamente por UNIRSE en Nicaragua, se llevó a cabo la segunda reunión de preparación de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial de Centroamérica. Finalmente en el año 2007, Guillermo Monroy Estrada, líder de AVINA realizó la gestión y consiguió la aprobación y apoyo de AVINA para el financiamiento del Proyecto Regional para la creación de los Indicadores Centroamericanos.

Durante el mes de abril de ese año se realizaron una serie de visitas por parte de la Junta Directiva de CentraRSE a cada una de las Juntas Directivas de las Organizaciones de RSE de los países de la región para el acuerdo y aprobación del Proyecto Regional.

Es así, que en el mes de agosto del mismo año, durante la reunión celebrada en San Salvador, El Salvador, los Presidentes y Directores Ejecutivos de las cinco organizaciones de RSE de la Región Centroamericana, acordaron y definieron los términos de elaboración y ejecución del Proyecto Regional de Indicadores centroamericanos de RSE, con el apoyo y financiamiento de AVINA <sup>2</sup> y de cada organización firmante: Centrarse en Guatemala, FundeMAS en El Salvador, FundaHRSE en Honduras y UniRSE en Nicaragua.

## 1.2. Los centros de RSE de la Región Centroamericana

En Centroamérica, son cinco las organizaciones que han desarrollado el liderazgo respecto a Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.

Dichas organizaciones han asumido el compromiso de incorporar la RSE como una nueva forma de gestión para hacer negocios en cada uno de sus países; pero a su vez, asumieron el compromiso de ver más allá de las fronteras de su país uniéndose, de esa manera, a la iniciativa regional de la RSE.

Dicho compromiso, ha conseguido conformar una red de trabajo en materia de RSE que ha llevado a la creación de un Sistema de Autoevaluación y benchmarking para la región centroamericana, el cual plantea el modelo de hacer negocios en la región de Centroamérica con sentido de bloque económico y productivo.

Las organizaciones de RSE ejecutoras del proyecto de regionalización de los indicadores de responsabilidad Social Empresarial son las siguientes:

- CENTRARSE
- FUNDEMAS
- FUNDHARSE
- UNIRSE
- AED

<sup>2</sup> Reunión regional: Organizaciones RSE Centroamérica. Ayuda de memoria, San Salvador, El Salvador. 13 de agosto de 2007.

Complementariamente, como un usuario de los Indicadores Regionales, se incorporó INTEGRARSE de Panamá. Esta organización estará participando principalmente en la aplicación del instrumento.

### 1.2.1 Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala (CENTRARSE)



En Guatemala el movimiento de la RSE comenzó en el año 1998. Un grupo de líderes comprometidos con este tema, comenzaron el proceso de definición de la RSE y reconocieron su importancia para el país. Este proceso llevó a la creación

de CentraRSE (El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala). Fundado en el 2003, hoy es una organización de más de 100 empresas asociadas que pertenecen a más de 20 sectores y sub-sectores productivos del país. Actualmente representan alrededor del 30% del PIB de Guatemala y dan sustento a 150,000 familias; convirtiéndose en la coalición de empresas más influyente del país.

La visión de trabajo que promulga CentraRSE es “Que las empresas que operan en Guatemala tengan una cultura de negocios basada en la ética y la ley que contribuye a su competitividad, bienestar general y desarrollo sostenible del país”. La Misión del Centro es: “Ser la institución líder que promueve el desarrollo de una cultura de excelencia en políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala.”<sup>3</sup> El rol principal de CentraRSE ha sido facilitar en las empresas la incorporación de buenas prácticas de Responsabilidad Social, buscando generar un cambio de actitud en el empresariado guatemalteco para lograr personas conscientes y proactivas, que contribuyan al desarrollo de las demás personas, promuevan la competitividad de las empresas y el desarrollo sostenible del país.

CentraRSE cuenta con importantes alianzas internacionales entre la que destaca la sostenida con el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD por sus siglas en inglés).

Sus actividades se concentran en el intercambio de experiencias entre las empresas. Este intercambio les permite adquirir conocimientos prácticos y obtener la formación necesaria para incorporar la RSE a las necesidades propias de la empresa. Además se brinda acceso a información de prácticas nacionales e internacionales, investigaciones, talleres de capacitación, seminarios y foros. Con el fin de apoyar en la implementación de estrategias de RSE, el Centro también ofrece servicios como asesorías y acompañamiento directo a las empresas.

<sup>3</sup> Fuente: Página Web del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala CentraRSE: [www.centrase.org](http://www.centrase.org)

### 1.2.2. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS)



En el año de 2000, un visionario grupo de empresarios salvadoreños crearon La Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), con el objetivo de contribuir al desarrollo económico y social sostenible de El

Salvador, promoviendo una cultura de Responsabilidad Social Empresarial, comportamientos emprendedores y el mejoramiento de la calidad educativa del país. FUNDEMÁS trabaja a través de tres programas: EMPRESAL (Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social) el cual busca que las empresas incorporen valores éticos en sus estrategias de negocio, basándose en áreas claves de la Responsabilidad Social Empresarial, EMPRETEC (Programa para el Desarrollo de Emprendedores) que fomenta el desarrollo y fortalecimiento de comportamientos emprendedores, para contribuir a la competitividad de la empresa, y FIDES (Fondo para Iniciativas de Desarrollo Educativo en El Salvador) el cual contribuye al desarrollo de iniciativas innovadoras orientadas a mejorar las oportunidades y logros educativos de los salvadoreños.

La visión de FUNDEMÁS, es ser “la fundación empresarial que difunde y promueve la adopción de valores, políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, para lograr competitividad y desarrollo económico y social sostenible”. Para cumplir con dicha visión, tiene contemplado como misión “Promover una cultura de responsabilidad social empresarial, comportamientos emprendedores y soluciones educativas innovadoras, que agreguen valor y competitividad a nuestros socios y a la comunidad empresarial”<sup>4</sup>

### 1.2.3. Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE)



Bajo la visión de ser el punto focal de la Responsabilidad Social Empresarial en Honduras, esta institución creada en el año 2004, agrupa en la actualidad a 58 empresas que, en su conjunto, producen cerca del 32 % del PIB de Honduras,

generan más de 66 000 empleos y cerca del 30 % de la inversión del sector privado. De esa manera provocan un fuerte impacto en las diversas cadenas productivas.

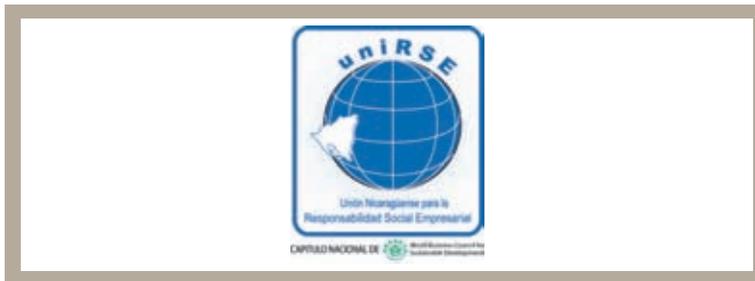
FUNDAHRSE, promueve la Responsabilidad Social Empresarial, entendida como un compromiso continuo de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general. Se promulga una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

<sup>4</sup> Fuente: Página Web de la Fundación para la acción social FUNDEMÁS: [www.fundemas.org](http://www.fundemas.org).

El objetivo de esta Fundación es el de promover "buenas prácticas" en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en torno a cinco áreas específicas: Medio ambiente, Calidad de Vida en la Empresa, Comercialización y Marketing responsable, Compromiso con la Comunidad, Misión y Visión Ética.

Las actividades de FUNDAHRSE se centran en el intercambio de experiencias entre las empresas, difusión de buenas prácticas, promoción a nivel de medios de comunicación, servicios de información, talleres y relación de proyectos en conjunto entre las empresas asociadas.<sup>5</sup>

#### 1.2.4. Unión Nicaragüense Para La Responsabilidad Social Empresarial (UNIRSE)



Fundada en Managua en el año 2005, UNIRSE es el organismo que se dedica específicamente al tema de la RSE en Nicaragua. Nació con el objetivo principal de Promover, divulgar y profundizar el tema de la Responsabilidad Social

Empresarial (RSE) con sus cinco campos de acción en Nicaragua: La Calidad de la Vida Laboral, la Ética en los Negocios, la Relación entre Empresa y Comunidad, un Marketing Responsable y la Defensa del Medio Ambiente.

Este organismo de RSE, siendo el más joven de existencia en la región centroamericana, ha desarrollado un trabajo fuerte en el apoyo y posicionamiento de la Responsabilidad Social en el sector empresarial de Nicaragua, abarcando tanto al sector empresarial de gran empresa como a la pequeña y mediana empresa.

UNIRSE ofrece servicios a la empresa privada y sus gremios, a la sociedad civil, organismos nacionales e internacionales y al gobierno y es en la actualidad, contraparte para organismos regionales e internacionales de la RSE.<sup>6</sup>

#### 1.2.5. Asociación de Empresarios para el desarrollo (AED)



La Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) nació en agosto de 1997 y es una organización sin fines de lucro que promueve la Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica como un modelo de gestión de negocios. Sirve como

canal para que las empresas realicen inversiones socialmente responsables en temas prioritarios para el desarrollo nacional.

<sup>5</sup> Página Web de la fundación entorno: [www.fundacionentorno.org](http://www.fundacionentorno.org)

<sup>6</sup> Página Web de la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial UNIRSE: [www.unirse.org](http://www.unirse.org)

En este marco propicia alianzas estratégicas entre el sector privado, el sector público y organizaciones no gubernamentales para fortalecer políticas públicas en temas de relevancia que promuevan la cohesión social y la competitividad responsable.

La misión de AED es “promover una nueva cultura de Responsabilidad Social Empresarial, que permita, por medio de participación directa, voluntariado, alianzas y fortalecimiento de instituciones sin fines de lucro, fomentar el desarrollo humano sostenible del país”. AED es el referente nacional en materia de RSE y ha acompañado al sector empresarial costarricense en los procesos de auto-diagnóstico y benchmarking motivando a las empresas a incorporar buenas prácticas en su gestión empresarial.

Para AED la Responsabilidad Social Empresarial es el “El compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad costarricense mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país”.

Actualmente la conforman 79 empresas y representa como capítulo costarricense, a importantes organismos internacionales: United Way en el 2002, World Business Council for Sustainable Development en el 2004 y en el 2006 a la Red Forum Empresa, que aglutina a nivel hemisférico a las principales organizaciones empresariales que promueven la temática en cada país.

#### 1.2.6. IntegraRSE de Panamá



IntegraRSE es una organización privada, sin fines de lucro, que desde el año 2000 bajo el nombre de Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS) y con el apoyo inicial de la Fundación Kellogg, ha sido la entidad pionera en la

divulgación y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Panamá. IntegraRSE se constituye en un Centro Generador de Ideas especializado en difundir información, transferir conocimientos, experiencias y guías que faciliten la comprensión y adopción de una cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como estrategia de negocios que agrega valor y contribuye al crecimiento socio-económico del país.

Sus esfuerzos están orientados a ser un agente de cambio y un promotor, facilitador y armador de iniciativas de RSE dirigidas a los diferentes públicos involucrados (Stakeholders) en las actividades empresariales.

Al facilitar información y capacitación, que sensibilice a los empresarios y futuros empresarios, acerca del impacto y ventajas competitivas de incorporar la RSE en sus estrategias de negocios, IntegraRSE busca formar empresas comprometidas con un país más competitivo y a la vez socialmente responsable.

IntegraRSE es el capítulo en Panamá del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), entidad conformada por las mayores multinacionales a nivel mundial que promueven la RSE.

### 1.3. Importancia de la integración regional en materia de RSE

La importancia de la integración regional de la responsabilidad social empresarial responde a varios factores fundamentales los cuales pueden variar desde aspectos políticos y económicos, hasta aspectos culturales y de identidad de los pueblos centroamericanos, quienes se encuentran en un proceso de apertura que está encaminando a visiones y concepciones de amplia perspectiva. Las fronteras a nivel mundial están perdiendo fuerza y la composición de la sociedad actual se está basando en un nuevo modelo de relaciones políticas, sociales y comerciales.

Ante este planteamiento de apertura a planos globales, podemos justificar algunas de las motivaciones del proceso de integración de la RSE en Centroamérica, a través de mencionar algunos hechos generadores:

1. Las tendencias mundiales, las cuales obligan a los países centroamericanos a considerar exigencias internacionales como el respeto a Derechos Humanos fundamentales, los principios fundamentales de la OIT y el apoyo al cumplimiento de los objetivos del milenio.
2. El proceso mundial de globalización, que muestra una nueva economía donde la innovación tecnológica está generando una estructura de negocios totalmente nueva, la cual presenta varios retos: La apertura a nuevos mercados y la negociación de tratados de Libre Comercio; así como la conformación de nuevas estructuras económicas a través de bloques económicos y la regionalización de mercados.
3. Exigencias del comercio internacional. Principalmente a través de los requerimientos de los consumidores, las prácticas fundamentales del comercio y la ratificación de acuerdos comerciales internacionales como CAFTA-DR<sup>7</sup> y el Acuerdo de Asociación UE<sup>8</sup> Europea.
4. El Sistema de Integración Centroamérica, factor político que esta disolviendo las divisiones de los países centroamericanos para conformar una sola América Central con representatividad a nivel internacional por número de habitantes, tamaño de su economía y espacio territorial;
5. La expansión del sector productivo centroamericano: Las empresas en Centroamérica están viendo la necesidad de ampliar sus mercados. El crecimiento de la producción de bienes y servicios en países de la región ha llevado a la necesidad de ampliar su estrategia de negocios al resto de los países de Centroamérica.
6. Interés de las organizaciones de RSE, por generar una cultura de gestión empresarial que represente a la región de manera integrada y particularizada, que rompa con los paradigmas de negocios tradicionales;

<sup>7</sup> Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana. Sus siglas provienen de su nombre en inglés: Central American and Dominican Republic Free Trade Agreement.

<sup>8</sup> Unión Europea

7. **Aminorar la obligación de implementar prácticas de gestión importadas de otros modelos de gestión empresarial que en gran medida, se encuentran desfasados de la realidad de los países de la región, o que por alguna otra forma, no se adaptan al sistema económico de la empresa centroamericana.**
8. **Oportunidad de generar cambios: Posibilidad de generar agrupación estratégica del sector empresarial, sumado a la necesidad de comprometerse al estricto respeto a la ley, además de contrarrestar los altos índices de economía informal.**
9. **Contar con sistemas de medición en 3 países de la región <sup>9</sup> que constituyen un antecedente raíz para generar la propuesta de trabajo de Indicadores regionales de Responsabilidad Social Empresarial en Centroamérica.**

Citando a Rhina Reyes, Directora Ejecutiva de FUNDEMAS, “el principal objetivo de trabajar como región la Responsabilidad Social Empresarial es ofertar a las empresas con operaciones en la región, herramientas que faciliten la operatividad de estrategias de RSE, con el fin de maximizar los beneficios directos e indirectos para la empresa, la sociedad y el medio ambiente.” <sup>10</sup>

#### 1.4. Desarrollo del Proyecto Regional de Indicadores RSE

En el mes de octubre del año 2007 se llevo a cabo en Ciudad de Guatemala, la primera reunión regional de Indicadores centroamericanos de RSE la cual contó con la participación de representantes técnicos de cada uno de las organizaciones de la región para desarrollar una reunión de trabajo para la definición del primer borrador de la batería de preguntas que contendría la herramienta de auto-evaluación y benchmarking de la RSE para la región centroamericana.

Asimismo, se definió la estrategia de validación de las preguntas en cada país, para velar por la pertinencia de las preguntas, e incluir durante el proceso de elaboración del Sistema regional de RSE a las empresas a quienes va dirigido el instrumento.

Posteriormente, en diciembre del año 2007, en el marco de la V Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Centro de Acción de la Responsabilidad Social en Guatemala CentraRSE, se desarrollo la segunda reunión regional de la “Red Regional de Indicadores centroamericanos de RSE”. Dicha reunión tuvo como principal objetivo intercambiar los resultados del proceso de validación de la batería de preguntas que contendría la herramienta regional de Indicadores centroamericanos de RSE.<sup>11</sup> En el mes de febrero del año 2008, se realizó la tercera reunión regional de trabajo de la Red regional de Indicadores centroamericanos de RSE en Managua, Nicaragua.

Esta reunión tuvo como objetivo la presentación de las metodologías de aplicación de los instrumentos de auto-evaluación de los centros de RSE de la región en la cual se llevo a cabo una exhaustiva discusión sobre el funcionamiento de los sistemas de indicadores, las funciones de los centros de RSE y se definieron los lineamientos base que contempla

<sup>9</sup> Los tres países que contaban con indicadores propios al iniciar la homologación fueron: Guatemala, El Salvador y Costa Rica.,

<sup>10</sup> Instrumento de entrevista. Marzo 2008. Rhina Reyes, Directora Ejecutiva FundeMAS.

<sup>11</sup> Reunión regional: “Red regional de Indicadores centroamericanos de RSE” segunda reunión, Ciudad de Guatemala, Guatemala. 12 de diciembre de 2007.

la herramienta de auto-evaluación para Centroamérica. Durante dicha reunión, se realizó un análisis sobre los principios básicos y objetivos de realizar una medición regional, estableciendo los criterios para el buen funcionamiento de la herramienta de medición determinando la forma en que se debería de operativizar el trabajo regional, para los efectos de benchmark y para la presentación de reportes de línea base en materia de RSE para las empresas. Asimismo, se acordó desarrollar un software que realice la tabulación y presentación de reportes de resultados de la herramienta de medición y se estableció la necesidad de desarrollar una guía de acompañamiento para las empresas que utilicen dicha herramienta. <sup>12</sup>

La cuarta reunión fue realizada en San Pedro Sula, Honduras <sup>13</sup>. En dicha reunión se acordó finalmente la metodología para la implementación del instrumento de auto-evaluación de la RSE para las empresas de la región y se acordó elaborar un documento de soporte teórico/ técnico: “Marco Conceptual de la herramienta de Auto-evaluación y benchmarking” para el acompañamiento a las empresas en el llenado de la herramienta de auto-evaluación de RSE y para referencia de los indicadores ampliando la definición de términos RSE.

La quinta reunión de trabajo, se realizó en San Salvador, El Salvador <sup>14</sup>. En dicha reunión el principal objetivo fue validar la versión final de la metodología para el procedimiento de auto-evaluación y benchmarking regional y se definió el contenido del Marco conceptual de la herramienta.

A través de este proceso participativo, se elaboró el Sistema Regional de Indicadores RSE para la región Centroamérica.



12 Reunión regional: “Red regional de Indicadores centroamericanos de RSE” tercera reunión, Managua, Nicaragua. 27 y 28 de febrero de 2008.

13 Reunión regional: “Red regional de Indicadores centroamericanos de RSE” Cuarta reunión, San Pedro Sula, Honduras. 24 y 25 de abril de 2008.

14 Reunión regional: Organizaciones RSE Centroamérica. Ayuda de memoria, San Salvador, El Salvador. 24 y 25 de julio de 2008.

# CONCEPCIÓN DE LA RSE EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA

## II

### 2.1. Concepto de la RSE en la región C.A.

Dentro del proyecto de regionalización de la RSE en Centroamérica, los Presidentes de las organizaciones RSE de la región acordaron que para alcanzar la eficiencia y excelencia en el proceso de integración, se debía homologar el concepto, ejes y preguntas del Sistema de Indicadores de RSE para la región:<sup>15</sup>

Para concebir la Responsabilidad Social Empresarial es indispensable incluir tres elementos fundamentales:

■ **CUMPLIMIENTO DE LEY:**

Las empresas deben asegurar su funcionamiento desde el estricto cumplimiento de la ley, nacional e internacional aplicable a su sector. Este es un requisito básico de la RSE.

■ **DECISIONES ÉTICAS:**

Adicionalmente a la observancia de la ley, las empresas deben tener una conducta guiada por principios éticos y valores. La ética es el eje transversal de la RSE.

■ **COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL:**

La estrategia de RSE es un factor que contribuye a la rentabilidad de las empresas, al bienestar general y el desarrollo sostenible de los países

### 2.2 Visión conjunta de la RSE en Centroamérica

La elaboración de un Sistema regional de medición de la Responsabilidad Social Empresarial expresa el compromiso que las organizaciones de RSE presentan respecto a la forma de concebir la responsabilidad social de la empresa en la región de Centroamérica.

Esta postura o concepción regional surge de las particularidades de nuestro sector productivo, bajo una serie de características propias en que opera la empresa centroamericana. Matthias Dietrich,<sup>16</sup> Director Ejecutivo de UNIRSE, define esta Visión conjunta de la RSE como “Desarrollar la RSE como una nueva forma de hacer negocios y aportar al desarrollo de una sociedad equitativa, sustentable y solidaria a partir de las acciones responsables de las empresas. Preparar la región para las nuevas necesidades de la Globalización”.

<sup>15</sup> Reunión regional: Organizaciones RSE Centroamérica. Ayuda de memoria, San Salvador, El Salvador. 13 de agosto de 2007.

<sup>16</sup> Referencia: Entrevista Matthias Dietrich, Director Ejecutivo UNIRSE, marzo de 2008.

La definición de un sistema regional de RSE para Centroamérica no establece condiciones ni “barreras de entrada”, ni pretende desechar las definiciones y acciones que cada centro de RSE nacional posee. Por el contrario, su principal objetivo es generar líneas orientadoras para guiar y precisar el camino o ruta por el cual una empresa asume su responsabilidad social.

Esta visión conjunta se ordena en función de las siete áreas, ejes o temas de impacto que la empresa genera en su entorno – de acuerdo al enfoque propuesto por FORUM EMPRESA, -RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS AMERICAS-<sup>17</sup> Estos ejes que responden a las funciones básicas de toda empresa y su correspondiente correlato con procesos de gestión interna u organizacional coherentes al enfoque al que se adhiere.

### 2.3 Ejes de la RSE para la Región Centroamericana

Para la definición de la estrategia RSE de la empresa y su consecuente medición, se hace indispensable delimitar el alcance de la Responsabilidad Social Empresarial. A nivel mundial no se ha determinado de forma estandarizada, los temas que comprende la RSE; el avance más significativo es la definición común de áreas o ejes centrales de la misma, que deben considerarse.

Las áreas, temas o ejes de impacto en que se organizaron las preguntas de la herramienta de auto-evaluación del Sistema de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para la región centroamericana, responden al acuerdo regional de tomar como base los temas que ha establecido FORUM EMPRESA, adaptados a la región.

El objetivo de utilizar como referente lo establecido por FORUM EMPRESA consiste en tener mayor consistencia con los conceptos de la RSE a nivel internacional, y de esta manera, integrar la postura de la región con el resto de Latinoamérica.

Bajo este marco, las siete áreas, ejes o temas que contienen la Responsabilidad Social Empresarial para la región centroamericana están definidos así<sup>18</sup>

1. Gobernabilidad
2. Público Interno
3. Comunidades
4. Medio Ambiente
5. Mercadeo
6. Política Pública
7. Proveedores

Sobre la base de estos ejes se propone el ordenamiento del Sistema de Indicadores regional de RSE que orientan la acción y que permiten evaluar el estado de la Responsabilidad Social empresarial a través de la herramienta de auto-evaluación en las empresas que adopten el modelo RSE de la región centroamericana.

<sup>17</sup> Referencia: Página Web de Empresa –Responsabilidad Social en las Américas: [www.empresa.org](http://www.empresa.org).

<sup>18</sup> Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005:

## 1. Gobernabilidad:



Este eje es la base de la Responsabilidad Social Empresarial. Se presenta como fundamento por su transversalidad en todos los demás ejes. El núcleo de la estrategia de RSE lo constituyen los valores, transparencia, gobernabilidad corporativa y la ética empresarial. A su vez permite establecer de manera articulada los valores y comportamientos esperados de todos quienes conforman la empresa.<sup>19</sup>

La gobernabilidad define el carácter de la empresa. Es una política de gestión basada en fundamentos éticos que establecen la forma de actuar de la empresa con todos sus públicos interesados, prevé conflictos y promueve la transparencia interna y externa.

Complementariamente, FORUM EMPRESA define el concepto de eje como: “El sistema por el cual las empresas son dirigidas y manejadas. Determina cómo los objetivos de la empresa se logran, cómo se monitorea y evalúa el riesgo, y cómo se optimiza el desempeño. Las empresas existen, como consecuencia, del aporte de capital de sus dueños, estén organizados como accionistas o de otra manera. El gobierno en las empresas corresponde a la conducción que se hace de ella. En este ámbito resultan altamente sensibles los siguientes temas: transparencia, equidad corporativa, cumplimiento de responsabilidades y prevención de conflictos de interés. Estos temas aplican a las relaciones tanto internas como externas de la empresa, sin olvidar la importancia que merecen los que conforman grupos minoritarios en la propiedad de las mismas<sup>20</sup>

Este tema abarca sub-temas fundamentales: Legalidad, principios éticos, cultura organizacional, transparencia con la sociedad y propiedad intelectual.

## 2. Público Interno:

El público interno, es el eje referente al capital humano de la empresa. Consiste en la búsqueda de las condiciones óptimas que consigan conciliar la alta productividad de la empresa con el desarrollo humano de su personal.

Las buenas prácticas contenidas en el eje, dan como resultado la creación de canales de comunicación, la identificación y fidelización de los colaboradores a través de su motivación.



<sup>19</sup> Entrevista Guillermo Monroy, Director Ejecutivo Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala. Guatemala, octubre de 2008.

<sup>20</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 21.

Se vincula directamente con el estricto cumplimiento de la legislación nacional e internacional en materia laboral, principalmente los convenios internacionales ratificados por los países centroamericanos con la Organización Internacional del Trabajo (OIT).<sup>21</sup>

Para FORUM EMPRESA, la definición de Público Interno, es la siguiente: “Público interno es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas a ella. En el caso de una empresa, el público interno está conformado por accionistas, directivos, colaboradores, trabajadores, y contratistas.”<sup>22</sup>

Los sub-temas que contiene el eje de Público interno, están relacionados principalmente con los aspectos generales de contratación, salud de los colaboradores, seguridad laboral, principio de equidad, desarrollo del colaborador, formas de compensación (remuneración justa, prestaciones), políticas y prácticas de terminación de relación laboral y todo lo relativo a los derechos humanos.

Otros, aspectos claves que se encuentran dentro de dicho eje son: trabajo juvenil, recreación, conjugación de tiempo laboral y personal, así como todo lo relativo a las familias de los colaboradores.

### 3. Medio Ambiente:

Este eje es estratégico para la región centroamericana dado a que es una región rica en biodiversidad y recursos naturales, siendo una fuente de riqueza muy importante para esta región.

En este eje, el trabajo de la empresa debe estar enfocado en encontrar soluciones innovadoras que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales y que reduzcan al mínimo el impacto negativo de la compañía en el medio ambiente.

La responsabilidad ambiental de la empresa se define como un análisis comprensivo de las operaciones, los productos y su uso. Los sistemas para la eliminación de desechos sólidos y emisiones, ahorro energético, maximizar la eficiencia y la productividad de todos los activos y los recursos “produciendo más con menos”.

La definición de medio ambiente para FORUM EMPRESA, contenida en el Manual de contenidos de RSE<sup>23</sup> es: “El medio ambiente es todo lo que rodea a los seres vivos, conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales derivados de las relaciones de cultura, la ideología y la economía. El concepto de medio ambiente está ligado al desarrollo; esta



<sup>21</sup> Referencia: Organización Internacional del trabajo (OIT): [www.ilo.org](http://www.ilo.org)

<sup>22</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 26.

<sup>23</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 41.

relación nos permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sustentable, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futuras”.

Este eje contempla una serie de sub- ejes que conforman la concepción de la problemática de la contaminación ambiental: emisiones, afluentes líquidos, recursos (energéticos y del agua), el manejo de desechos, la biodiversidad y el reciclaje.



## 4. Proveedores:

No basta con que la empresa sea responsable. Su proveedor debe ser un reflejo de los comportamientos de la misma.

La Responsabilidad Social de la Empresa con su proveedor va desde el contar con una política clara respecto al procedimiento y forma de pago, hasta la definición de una estrategia de apoyo para la incorporación de la RSE con sus proveedores.

La importancia de este eje tiene como base las relaciones de la empresa con los involucrados en su cadena productiva. Esto significa que la compañía debe trabajar de la mano con sus proveedores y distribuidores, para asegurarse de que estos hagan negocios de manera responsable y de acuerdo con los lineamientos básicos de operación, tecnología e información.

Un aporte importante de la empresa es darle posibilidad de inclusión en su cadena productiva a la micro, pequeña y mediana empresa: Los negocios inclusivos.

“Los proveedores o abastecedores pueden ser individuos o empresas que proveen bienes y servicios a un cliente o a un consumidor final.” <sup>24</sup>

Los subtemas que contiene el eje de proveedores se encuentran desde la selección de proveedores, la forma de relación con los mismos, y los negocios inclusivos.

## 5. Mercadeo:

La definición de mercadeo incluye los términos de consumidores y clientes. La relación con los clientes abarca todas las políticas éticas de mercadeo, precios y publicidad responsable de los productos, bienes o servicios que



<sup>24</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 54.

produce la empresa. El mercadeo vela por la calidad y seguridad de los productos, la claridad en las transacciones comerciales y la atención o servicio al cliente.

Los resultados que presenta el tema de mercadeo para la empresa se expresan principalmente en la lealtad del consumidor, por la transparencia entre la empresa y el cliente, en la medida que la empresa ofrece al mismo productos de calidad, que a su vez fortalecen la marca.

La definición de mercadeo establece “El mercadeo incluye todas las actividades que tienen que ver con el intercambio de bienes y/o servicios entre el productor y el consumidor. El mercadeo no es solamente venta y publicidad, sino que incluye también investigación de mercado, precio, promoción y distribución.”<sup>25</sup>

Los sub-ejes que incluye el mercadeo son: la existencia de una política de mercadeo y comunicación, atención al cliente y todos los aspectos relacionados con la calidad y seguridad de los productos.

## 6. Comunidades:



Este eje establece el comportamiento que la empresa debe tener frente al principal actor externo de sus relaciones: la comunidad inmediata en la que se encuentra ubicada la compañía y donde tenga intereses comerciales.

Las principales acciones que se esperan de una actuación Socialmente Responsable de la Empresa frente a la comunidad deben

desarrollarse a través de una relación basada en la corresponsabilidad (responsabilidad compartida) bajo un esquema de actuación “ganar-ganar” y la búsqueda del desarrollo sostenible de las comunidades, fortaleciendo la reputación de la empresa y afianzando la confianza para obtener licencia social.

La definición que presenta FORUM EMPRESA, es: “La comunidad es un grupo de personas que reside en la misma localidad. Para grupos cuyos miembros no residen en la misma localidad, la misma es definida como un grupo de individuos que tienen un mismo interés”.<sup>26</sup>

Los sub-ejes que se valoran dentro de la comunidad, son los relativos a su participación en la comunidad, inversión social, trabajo voluntario y liderazgo social.

<sup>25</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 49.

<sup>26</sup> Cita textual: Manual de contenidos de RSE; EMPRESA, -Responsabilidad Social en las Américas- (Cooperación técnica ATN/ME-8381-RG) Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005. Parte III, página 36.

## 7. Política Pública:



Este eje contempla las relaciones de la empresa frente a las instituciones del poder público.

Un factor importante de la empresa frente al poder público son las alianzas público-privadas. Estas uniones deben iniciarse de manera gradual partiendo de lo más cercano (poder local) para llegar finalmente al poder nacional. Las alianzas público-privadas se refieren al

compromiso que el sector empresarial debe contemplar para contribuir al fortalecimiento del estado de derecho y la institucionalidad de los organismos del Estado, tanto en materia de políticas públicas como respecto a transparencia política.

La ejecución de alianzas público - privadas a través de proyectos conjuntos, permiten elevar las buenas prácticas empresariales y tener un impacto a nivel de país que contribuya al bienestar de la sociedad en general.

El eje de política pública, se estructura a través de Transparencia política y proyectos conjuntos.



# FUNDAMENTO DEL SISTEMA DE MEDICIÓN DE LA RSE



Se entiende que la temática de Responsabilidad Social Empresarial es compleja y por lo tanto es difícil su medición. Sin embargo, se debe hacer un esfuerzo para definir herramientas que orienten su incorporación, sistematización, evaluación y comparabilidad. Entre ellos destaca el identificar una serie de indicadores comunes que guíen a las empresas a mejorar sus conductas de RSE favoreciendo la medición y comparabilidad.

Bajo estas premisas, los indicadores son un instrumento que ayuda a visualizar en forma simple, práctica y comunicable aspectos relevantes de la situación específica de la empresa y los cambios que se registran en el tiempo respecto a los ejes de la RSE.

Los indicadores son un insumo valioso para la toma de decisiones al proveer información sistemática y periódica acerca de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

Como todo instrumento de medición, los indicadores de responsabilidad social empresarial que se presentan no agotan, ni pretenden reducir la realidad de la gestión empresarial en esta materia. Sin embargo, inspirados en el principio que postula la RSE de que “lo que no se mide no se puede mejorar”, los indicadores son mecanismos que facilitan el seguimiento y auto-evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial, por lo que pueden constituirse en una herramienta fundamental para evaluar logros y deficiencias en las políticas y prácticas de RSE.

## 3.1. Objetivo de los Indicadores centroamericanos

Se puede afirmar, que el principal objetivo del proceso de homologación de los Sistemas de Indicadores de RSE de la Región Centroamericana, es la elaboración de una herramienta de medición (auto-evaluación) acerca del estado de la gestión empresarial, tanto al interno como al externo de la empresa.

Los indicadores para la medición de la RSE en Centroamérica evalúan la existencia de “políticas y prácticas” al interno de la empresa, más no “resultados” puesto que pretenden medir el grado de incorporación de la RSE como estrategia.

A este respecto, cabe mencionar lo resuelto por los centros de RSE de la Región Centroamericana: “Este es un proyecto para desarrollar instrumentos de medición comparables, en coordinación y consenso con las instituciones centroamericanas para brindar mejores herramientas y servicios a las empresas miembros de las diversas organizaciones. Maximizar la sinergia entre las instituciones para acelerar la incorporación

de la RSE en las empresas de cada uno de los países de Centroamérica.”<sup>27</sup> Como parte del objetivo de los Indicadores centroamericanos y de la elaboración del instrumento de auto-evaluación de la RSE se encuentran también los beneficios que las organizaciones de RSE presentan:

- Evitar barreras no arancelarias. Al plantear formalmente la forma de hacer negocios responsables en la Región Centroamericana, se espera que, en el futuro, este documento sea un material de referencia respecto a la RSE y apoye acuerdos de comercio a nivel internacional.
- Crear una plataforma de trabajo institucional para acelerar un cambio cultural en la forma de hacer negocios en la región.
- Garantizar congruencia y unificación de esfuerzos en la comparabilidad entre empresas: Constituir una plataforma de benchmarking empresarial.
- Sumar mejores prácticas de cada país, sin limitarse a las actuales, planteando un punto de partida para la generación de prácticas de RSE innovadoras como Región Centroamericana.
- Fijar estándares propios de RSE. Posicionar a Centroamérica como una región consciente de la importancia del tema y líder al establecer parámetros de medición adaptados a su realidad.

Como complemento de lo anteriormente expuesto, es de vital importancia establecer los objetivos de la elaboración de un Sistema de medición regional de RSE:<sup>28</sup>



#### 1. Autoevaluación:

Ofrecer un sistema que permita obtener información verificable, para que la empresa tome decisiones y acciones acerca de sus prácticas gerenciales basándose en la Responsabilidad Social Empresarial.



#### 2. Comparabilidad (benchmarking)

Es un método utilizado con el fin de que la empresa posea un punto de análisis de su gestión RSE y visualice, de ese modo, su estado y avances.

<sup>27</sup> Reunión regional: Organizaciones RSE Centroamérica. Ayuda de memoria, San Salvador, El Salvador. 13 de agosto de 2010.

<sup>28</sup> Reunión regional: “Red regional de Indicadores centroamericanos de RSE” tercera reunión, Managua, Nicaragua. 28 de febrero de 2010.

### 3.2. Criterios generales del Sistema



**Pertinencia y claridad** de los indicadores seleccionados, de tal manera que los mismos sean un insumo efectivo para la toma de decisiones y se caractericen por un nivel de **precisión y objetividad** que no den lugar a diferentes apreciaciones.

**Agrupamiento** de los indicadores en torno a ejes o categorías preestablecidas, a fin de poder dar cuenta de los **procesos** puestos en marcha, los productos o resultados alcanzados y los **impactos** generados.



**Combinación de parámetros cuantitativos** (numéricos y porcentuales) como **cualitativos** (de apreciación y valorización subjetiva), para capitalizar los beneficios de ambas formas de medición.



**Viabilidad** en la recolección de la información, adecuándola a la disponibilidad y los procedimientos habituales de generación y reportes de información práctica.

**Razonabilidad y coherencia** entre los costos derivados del sistema de medición por indicadores propuesto, y el volumen total de recursos destinados por la empresa a acciones vinculadas a la RSE.



**Priorización de Indicadores**, con el objeto de facilitar el proceso de recopilación de datos, sistematización y comunicación de los mismos.



**Respeto a la Institucionalidad por país**, consistente en que la implementación del Sistema regional de indicadores será realizada por cada centro de **RSE**, conforme al reglamento de acuerdos y políticas de cada organización, buscando como fin último homologar la prestación de sus servicios.

**No es certificable**, este concepto establece que ninguna organización de RSE puede asegurar que una empresa es Socialmente Responsable por el hecho de recurrir al proceso de medición de la herramienta de autoevaluación de la RSE. El objetivo de utilizar el Sistema regional de Indicadores RSE no debe confundirse con un proceso de certificación RSE para las empresas.



### 3.3. Características de la Herramienta

Las características de IndiCARSE como Sistema de Indicadores regionales de RSE desarrollan una serie de postulados que definen su herramienta de medición como:

#### 1. Autoevaluación:

Consiste en la herramienta de medición RSE, la cual está elaborada como un instrumento de aplicación propia al público interno de la empresa.

#### 2. Universalidad:

Esta herramienta es aplicable a todo sector productivo, útil para cualquier tipo y tamaño de empresa.

#### 3. Confidencialidad:

Por ser de aplicación propia, los centros de RSE garantizan el resguardo de la información que las empresas presentan a través de esta herramienta.

#### 4. Comparabilidad:

La información que la herramienta ofrece, sirve para realizar ejercicios de comparación entre empresas, por sector productivo y tipo de empresa, tanto a nivel nacional como regional.

#### 5. Temporalidad:

La herramienta presenta el estado de la RSE al interno de la empresa en determinado tiempo, permitiendo la medición temporal (anual) de la RSE. .

#### 6. Confiabilidad:

Los resultados son fiables, puesto que presentan la existencia de supuestos verificables y comprobables a través de medios de verificación específicos.

#### 7. Gradualidad:

Esta herramienta permite, a través de sus resultados, que la empresa pueda evaluar la evolución de su gestión de RSE a razón del avance comparativo frente a la profundidad del alcance de los supuestos RSE presentados respecto a la anterior medición.

# SISTEMA DE INDICADORES RSE PARA LA REGIÓN CENTROAMERICANA

## IV

### 4.1. Sistema de Indicadores por ejes RSE

Para el desarrollo del Sistema de medición regional de indicadores, se hace necesario definir una serie de indicadores clave o desempeño respecto a las áreas más críticas de la RSE en la empresa.

Como resultado del ejercicio de homologación de los sistemas de indicadores y sus respectivas herramientas de evaluación de la región, se diseñaron una serie de indicadores claves para cada uno de los ejes.

#### 4.1.1 Indicadores Relativos a la Gobernabilidad (impacto en gestión empresarial)

- a. **Legalidad:**
  - Cumplimiento de requisitos legales nacionales aplicables a su sector
- b. **Principios éticos:**
  - Código de ética por escrito
  - La empresa posee Políticas que prohíban específicamente la utilización de toda práctica ilegal para obtener ventajas competitivas
- c. **Cultura organizacional:**
  - Incorporación de la RSE dentro de la estrategia de la empresa
- d. **Gobernabilidad corporativa:**
  - Existencia de políticas que normen las responsabilidades de Gerentes, Junta Directiva, compensación de Directores y los derechos de los accionistas
- e. **Transparencia con la sociedad:**
  - Se realizan diálogos con públicos interesados.
- f. **Propiedad intelectual:**
  - Mecanismos o políticas internas para asegurar el respeto de la propiedad intelectual.

#### 4.1.2 Indicadores relativos al Público Interno (impacto al capital humano)

##### a. Condiciones de trabajo:

- La empresa establece contratos de trabajo por escrito con sus colaboradores.
- Pago de todas las prestaciones laborales contempladas en la ley
- Reglamento interno de trabajo

##### b. Diálogo y participación:

- Existencia de políticas que permitan la libertad de asociación de los colaboradores.

##### c. Respeto al individuo:

- Política que prohíbe tener colaboradores menores de 15 años trabajando en sus instalaciones (trabajo infantil)
- Procesos y políticas efectivas para evitar cualquier tipo de maltrato físico, psicológico o trabajo forzado al interior de la empresa
- Mecanismos para denunciar cualquier tipo de acoso, hostigamiento y/o abuso

##### d. Desarrollo del colaborador:

- Programas de desarrollo personal y profesional para los colaboradores

#### 4.1.3 Indicadores relativos al Medio Ambiente (impacto ambiental)

##### a. Administración interna del impacto ambiental:

- Cumplimiento de leyes ambientales nacionales e Internacionales
- Identificación de los principales riesgos al medio ambiente

##### b. Admisión sostenible de insumos de la empresa:

- Contar con sistemas y mecanismos para el manejo de insumos, residuos y desechos derivados de sus procesos y operaciones.

##### c. Impacto del proceso:

- Envío de residuos a destinos finales adecuados (centros de reciclaje)
- Utiliza criterios ambientales en el diseño y desarrollo de sus productos, con la finalidad de minimizar el impacto ambiental

#### 4.1.4. Indicadores relativos a la relación con los proveedores (impacto proceso de producción)

##### a. Selección de proveedores:

- La empresa desarrolla una política de selección de proveedores y de subcontratación a través de criterios de incorporación de la RSE en la cadena productiva

##### b. Relación con los proveedores:

- La empresa apoya a sus proveedores en la adopción de prácticas de RSE.

#### 4.1.5. Indicadores relativos al Mercadeo de la empresa (impacto en el mercado)

- a. **Política de Mercadeo y Comunicación;**
  - Política para minimizar su impacto en el medio ambiente de los medios de comunicación
  - Políticas de mercadeo de la empresa prohíben específicamente cualquier tipo de publicidad engañosa o que destaque atributos ficticios o exagerados de su producto o susceptibles a errores de entendimiento
- b. **Excelencia de la atención al cliente:**
  - Política establecida de atención al cliente
- c. **Calidad y seguridad de los productos:**
  - La empresa garantiza la calidad y seguridad de sus productos a través de un sistema de control de daños potenciales de sus productos o servicios

#### 4.1.6. Indicadores relativos a la relación con la comunidad (impacto social)

- a. **Participación en la comunidad:**  
Participación activa en la responsabilidad por sus acciones en la comunidad inmediata
- b. **Inversión social:**
  - Existencia de políticas relativas a la inversión social, tanto en los proyectos como en la destinación de recursos

#### 4.1.7. Indicadores relativos a la participación en Política Pública (impacto en fortalecimiento a la Gobernabilidad)

- a. **Transparencia política:**
  - Transparencia política en la empresa para el fortalecimiento institucional de las instancias gubernamentales
- b. **Proyectos conjuntos (Alianzas público- privadas)**
  - Desarrolla proyectos conjuntos con el gobierno (local o nacional) a través de alianzas público-privadas para la ejecución de proyectos de desarrollo

## 4.2. Batería de preguntas para la herramienta de auto-evaluación y benchmarking de la RSE

A continuación se presentan los cuestionarios que integran la batería de preguntas ordenadas según las siete áreas de impacto.

### 4.2.1 Preguntas relativas a la Gobernabilidad (impacto en gestión empresarial)

#### LEGALIDAD

1	¿Está constituida legalmente?	
2	¿Lleva la empresa contabilidad formal?	
3	¿Realiza auditorías internas regularmente?	
4	¿Realiza auditorías externas regularmente, hechas a través de una firma establecida formalmente?	
5	¿Cumple y respeta las leyes y convenios internacionales aplicables a su sector?	
6	¿Conoce y cumple todos los requisitos legales nacionales aplicables a su sector?	

#### PRINCIPIOS ÉTICOS

7	¿Tiene un código de ética por escrito?	
8	¿El código de ética se da a conocer a todos los niveles de la empresa?	
9	¿Existe una campaña de comunicación continua del código de ética?	
10	El código de ética incluye principios que toman en cuenta a...	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Colaboradores.</li> <li>b. Proveedores.</li> <li>c. Consumidores /Clientes.</li> <li>d. Comunidad.</li> <li>e. Gobierno.</li> <li>f. Medio Ambiente.</li> </ul>

11	¿Se ha establecido un área departamento/ o persona responsable del seguimiento del código ética?	
12	¿Existen mecanismos que incluyan medidas disciplinarias a colaboradores que no cumplan con el código de ética?	
13	¿Existe una revisión periódica participativa (por lo menos una vez al año) de los principios y valores éticos de la empresa?	
14	¿Existen mecanismos que permiten verificar el cumplimiento de las políticas en cada área de la empresa?	
15	¿Posee políticas que prohíban específicamente la utilización de toda práctica ilegal (corrupción, soborno, mordidas, doble contabilidad, etc.) para obtener ventajas competitivas?	
16	¿Existe una política que promueva la transparencia entre colaboradores, clientes y proveedores?	
17	¿Tiene mecanismos a nivel interno, para denunciar actos de corrupción?	

## CULTURA ORGANIZACIONAL

18	¿Existe una visión y misión empresarial?	
19	¿La estrategia de la empresa incorpora la RSE?	
20	Se divulga internamente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial al nivel de:	a. Junta Directiva. b. Gerencia. c. Ejecutivo. d. Administrativo. e. Operativo.
21	¿Existe una comisión o miembros de la Junta Directiva asignados a temas de RSE?	

## GOBERNABILIDAD CORPORATIVA

22	Existe una política que norme:	a. Responsabilidades de Gerentes. b. Responsabilidades de Junta Directiva/ Directores. c. Compensación de los Directores. d. Derechos de los Accionistas.
----	--------------------------------	--

23	¿Participan los miembros de la Junta Directiva en cargos ejecutivos dentro de la empresa?	
24	¿Tienen los accionistas acceso a toda la información de la empresa?	

## TRANSPARENCIA CON LA SOCIEDAD

### EN CUANTO A DIÁLOGOS O CONSULTAS

25	¿Se realizan diálogos con sus públicos interesados?	
26	¿Existen acuerdos de responsabilidad y respeto de la libre competencia?	

### EN CUANTO A PUBLICACIÓN DE REPORTE

27	¿Se publican los estados financieros y/o la información de auditoría externa anualmente?	
28	¿Se hacen publicaciones sobre las actividades sociales y/o ambientales de la empresa?	
29	¿La empresa ha publicado un reporte de sostenibilidad?	a. Nivel Corporativo. b. Nivel Local.

### PROPIEDAD INTELECTUAL

30	¿Existen mecanismos o políticas internas para asegurar el respeto de la propiedad intelectual?	
----	--	--

# PREGUNTAS CUANTITATIVAS

## LEGALIDAD

1	¿Cada cuánto realiza auditorías internas?	Meses
2	¿Cada cuánto realiza auditorías externas?	Meses

## PRINCIPIOS ÉTICOS

3	¿Cuándo se articuló el código de ética?	Año
4	¿Cuál es el nombre del departamento/área/ persona que se encarga del seguimiento, verificación y/o sanción del código de ética?	Nombre

4.2.2 Preguntas relativas a la gestión con el Público Interno (impacto al capital humano)

## CONDICIONES DE TRABAJO

1	¿Establece la empresa contratos de trabajo por escrito con sus colaboradores?	
2	¿Se pagan todas las prestaciones laborales de ley?	
3	¿Se pagan horas extraordinarias?	
4	¿Se pagan prestaciones o servicios (beneficios) adicionales a los de ley?	
5	¿Cuenta su empresa con reglamentos internos de trabajo?	
6	¿Realiza encuestas de clima laboral?	
7	¿Los colaboradores cuentan con las herramientas y equipo necesario para desarrollar su trabajo?	

## CON RESPECTO A SALUD

8	¿Cumple con los requerimientos de ley respecto a?:	a. Higiene y Salud.
		b. Seguridad Ocupacional.
9	¿Ofrece a sus colaboradores programas o beneficios en el área de salud, (seguro médico, seguro de vida, etc.) adicionales a los de ley?	
10	¿Existe un servicio médico adicional al Seguro Social (Clínicas médicas, odontología, etc.)?	

## RESPECTO A SEGURIDAD OCUPACIONAL

11	¿Cuenta la empresa con programas de educación para sus colaboradores sobre?:	a. Salud.
		b. Higiene.
		c. Seguridad Ocupacional.
12	¿Ofrece la máxima protección posible a sus colaboradores a través de planes de contingencia y señalización adecuada, equipos de protección personal y capacitación sobre el uso?	
13	¿Sus instalaciones cuentan con servicios o facilidades para personas con capacidades o habilidades diferentes, (rampas, sanitarios, parqueos)?	

## DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

14	¿Existen mecanismos para conocer e implementar sugerencias, iniciativas u opiniones de los colaboradores?	
15	¿Existe un programa formal de inducción para los nuevos colaboradores?	
16	¿Existe un programa de evaluación del desempeño de los colaboradores?	
17	¿Existe una política que promueva relaciones de trabajo fundamentadas sobre la base de una comunicación clara y transparente a todo nivel de la empresa?	
18	¿Existen políticas que permitan la libertad de asociación de los colaboradores?	

## RESPECTO AL INDIVIDUO

19	¿Existe un programa de sensibilización dirigido a los colaboradores sobre el trabajo infantil y sus implicaciones?	
20	¿La empresa tiene una política que prohíba tener colaboradores menores de 15 años trabajando en sus instalaciones, (trabajo infantil)?	
21	¿Existe una política / programa de empleo decente para colaboradores de entre 15-18 años, (trabajo juvenil)?	
22	¿Tienen programas preventivos dirigidos a sus colaboradores sobre los principales problemas que aquejan a la sociedad?	
23	¿Tiene políticas y procedimientos efectivos para evitar cualquier tipo de maltrato físico, psicológico o trabajo forzado al interior de la empresa?	
24	¿Cuenta la empresa con un sistema de denuncia de prácticas disciplinarias que impliquen castigos físicos, morales o psicológicos u otra forma de maltrato?	
25	¿Existen políticas que prohíben cualquier tipo de acoso, hostigamiento y/o abuso sexual?	
26	¿Existen mecanismos para denunciar cualquier tipo de acoso, hostigamiento y/o abuso sexual, sea propio o ajeno?	
27	¿Cuenta con un programa para contratación de personal con capacidades o habilidades diferentes?	
28	Los criterios utilizados en selección de personal están exentos de prácticas discriminatorias en relación a:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Género.</li> <li>b. Grupo étnico.</li> <li>c. Preferencia sexual.</li> <li>d. Edad.</li> <li>e. Creencias políticas.</li> <li>f. Creencias religiosas.</li> <li>g. Personas con capacidades o habilidades diferentes.</li> </ul>

## DESARROLLO DEL COLABORADOR

29	¿Existen programas de desarrollo personal y profesional para los colaboradores?	
30	¿Tiene un programa para estimular y recompensar a los colaboradores, cuyos aportes contribuyen a mejorar su propio desempeño y el de la organización?	
31	Existen programas de bonificación como....	<p>a. Bonos por productividad.</p> <p>b. Porcentaje de participación en las utilidades.</p>
32	¿Cuenta con un programa de desarrollo de colaboradores con potencial para ascender?	
33	¿Cuenta con un programa estructurado de rotación voluntaria en distintos puestos de trabajo para el colaborador de la empresa?	
34	¿Su empresa incluye dentro de sus criterios de selección de personal, el conocimiento o afinidad de los candidatos con aspectos de responsabilidad Social o sostenibilidad?	
35	Mide la satisfacción de sus colaboradores en los siguientes aspectos:	<p>a. ¿Posibilidad de desarrollo personal?</p> <p>b. ¿Otorgamiento de premios y reconocimientos?</p> <p>c. ¿Trabajo en equipo y colaboración?</p> <p>d. ¿Estabilidad laboral?</p> <p>e. ¿Balance entre tiempo de trabajo y tiempo libre?</p> <p>f. ¿Ambiente laboral?</p>
36	¿Mide el éxito a largo plazo de sus políticas de atracción de talento y desarrollo profesional, de modo formal y estandarizado?	
37	¿Cuenta con programas de recreación, cultura y deporte para el colaborador?	

## RESPECTO A CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN

38	En caso de tener colaboradores con estudios primarios y secundarios inconclusos, ¿Los ayuda a que concluyan sus estudios dándoles flexibilidad en sus jornadas laborales?	
39	¿Cuenta con programas dirigidos a apoyar a los colaboradores, que deseen continuar estudios superiores?	
40	¿Existen y promueven programas de capacitación formal en todos los niveles de la empresa?	
41	¿Cuenta con procesos permanentes de identificación de necesidades de capacitación?	
42	Con respecto a la promoción de la capacitación y/o educación formal del colaborador, existen...	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Programas de co- financiamiento.</li> <li>b. Vinculación a la permanencia.</li> <li>c. Vinculación a resultados /productividad.</li> <li>d. Flexibilidad de horario.</li> </ul>
43	¿Integra a colaboradores subcontractados en programas internos de capacitación y/o educación?	
44	¿Tiene programas de capacitación durante las horas de trabajo?	
45	¿Los programas de capacitación en horas de trabajo están disponibles para todos los colaboradores?	
46	¿Cuáles de los siguientes programas de formación desarrolla:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Adicciones y alcoholismo.</li> <li>b. Balance entre vida familiar y laboral.</li> <li>c. Ciudadanía responsable.</li> <li>d. Motivacionales.</li> <li>e. Multietnicidad.</li> <li>f. Medio Ambiente.</li> <li>g. VIH /Sida.</li> </ul>

## AL EFECTUAR DESPIDOS O ENFRENTAR RETIROS VOLUNTARIOS

47	¿Tiene programas de retiro voluntario?	
48	¿Se implementan programas de retiro voluntario incentivado?	
49	¿Existe una política de reubicación laboral para los colaboradores cesados?	
50	¿Tiene una política formal respecto a la forma de proceder en los casos de?:	a. Despidos Masivos. b. Despedidos Individuales.
51	¿Se llevan a cabo encuestas de salida, para el colaborador que se despide o retira?	
52	¿Existe un programa de beneficios para la jubilación de colaboradores (adicionales a la ley)?	
53	¿Ofrece información básica y orienta a sus colaboradores con respecto a los trámites administrativos para solicitar su jubilación?	

## COMPROMISO CON LAS FAMILIAS

54	¿Cuenta con estadísticas del nivel educativo de los familiares de sus colaboradores?	
55	¿Existen programas de co-responsabilidad, que provean oportunidades de educación a los familiares de sus colaboradores?	
56	¿Ofrece flexibilidad de horario para asuntos particulares de sus colaboradores, (eventos de los hijos, emergencias, estudios, etc.)?	
57	¿Permite conocer la opinión de los familiares del colaborador sobre su empresa?	
58	¿Ofrece programas o instalaciones de recreación, cultura y deporte para familiares de sus colaboradores?	
59	¿Provee servicios de guardería o cuidado infantil para los niños de sus colaboradores? jubilación?	

# PREGUNTAS CUANTITATIVAS

## DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

1	¿Existe algún tipo de asociación laboral al interior de la empresa? Enumérelas:	
2	Número de paros o huelgas anuales	
3	¿Qué porcentaje de colaboradores tienen participación en puestos de gerencia, según género?	a. Hombres b. Mujeres
4	Número de horas dedicadas al desarrollo profesional por colaborador:	
5	Total invertido por la empresa en desarrollo profesional y educación de sus colaboradores, expresado como porcentaje de sus ventas totales por colaborador:	
6	Porcentaje de colaboradores que reciben una evaluación formal y regular de su desempeño, respecto del total de colaboradores:	
7	Porcentaje de colaboradores que reciben un programa de entrenamiento o inducción específico para su categoría de trabajo (impartido antes de inicio de sus labores), respecto del total de colaboradores:	
8	Porcentaje de colaboradores contratados en base a un proceso de selección riguroso y formal, respecto del total de colaboradores:	
9	Indique su tasa de rotación de personal (mensual, anual) en términos porcentuales	

4.2.3 Preguntas relativas a la relación de la empresa con el medio ambiente (impacto ambiental)

## ADMINISTRACIÓN INTERNA DEL IMPACTO AMBIENTAL

1	¿Se conocen todas las leyes ambientales nacionales que aplican a su proceso productivo?	
2	¿Tiene métodos para informarse o conocer sobre nuevas leyes ambientales?	

3	¿La empresa cumple con todas las leyes ambientales nacionales?	
4	¿Se cumplen todos los requisitos internacionales ambientales?	
5	¿La empresa tiene identificados sus impactos al medio ambiente?	
6	¿Ha adoptado una política relativa al medio ambiente?	
7	¿Existe un área, individuo o departamento encargado de temas medio ambientales?	
8	Se mide y evalúa el impacto ambiental que tiene la empresa:	
		a. A nivel global de la empresa.
		b. Por departamentos.
		c. Por producto.
		d. Almacenamiento y distribución.
		e. Mercadeo y Ventas.
		f. Productivo.
9	¿Existe un programa de medición periódico, de los impactos ambientales a lo largo de todo el ciclo de vida del producto?	
10	¿En la administración y operación existen metas y objetivos ambientales?	
11	¿Está certificada con ISO 14000 y/u otro equivalente?	

#### EN CASO DE DESASTRES NATURAL O POR ACTIVIDAD

12	¿Tiene identificados sus principales riesgos al medio ambiente?	
13	¿Existe un plan de emergencia integral en caso de un desastre ocasionado por sus actividades o servicios?	
14	¿El plan de emergencias se actualiza periódicamente?	
15	¿Existen mecanismos para comunicar y capacitar constantemente el plan de emergencia entre:	
		a. Colaboradores.
		b. Público interesado.

## ADMINISTRACIÓN SOSTENIBLE DE INSUMOS DE LA EMPRESA CON RESPECTO A INSUMOS

16	¿Cuenta la empresa con un sistema de indicadores para el control y manejo de insumos, productos y sub-productos (indicadores ambientales o de ecoeficiencia)?			
17	¿Posee un sistema para optimizar el consumo?:	<table border="1"> <tr> <td>a. Energético y sus respectivas unidades de medición.</td> </tr> <tr> <td>b. De agua y sus respectivas unidades de medición.</td> </tr> </table>	a. Energético y sus respectivas unidades de medición.	b. De agua y sus respectivas unidades de medición.
a. Energético y sus respectivas unidades de medición.				
b. De agua y sus respectivas unidades de medición.				
18	¿Cuenta con un sistema de manejo eficiente en el uso de materias primas, insumos o recursos y sus respectivas unidades de medición?			
19	¿La empresa cuenta con iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?			

## IMPACTO DEL PROCESO RESPECTO A MATERIALES Y RESIDUOS

20	¿Se han establecido alianzas estratégicas para la optimización de recursos con los siguientes actores externos?:	<table border="1"> <tr> <td>a. Otras empresas.</td> </tr> <tr> <td>b. Otras industrias.</td> </tr> <tr> <td>c. Comunidad inmediata.</td> </tr> <tr> <td>d. Proveedores.</td> </tr> </table>	a. Otras empresas.	b. Otras industrias.	c. Comunidad inmediata.	d. Proveedores.
a. Otras empresas.						
b. Otras industrias.						
c. Comunidad inmediata.						
d. Proveedores.						
21	¿Tiene programas de reciclaje/ re-utilización interna de residuos (ejemplo: impresión de ambos lados de la hoja, re-utilizar papel, agua, etc.)?					
22	¿Tiene programas de reciclaje externo de insumos (ejemplo: papel, cartón, cartucho de tinta, etc.)?					
23	¿Se evalúa y minimiza el impacto de procesos internos que causen ruido excesivo?					
24	¿Busca alternativas de materias primas menos contaminantes?					
25	Cuenta con tratamiento de afluentes:	<table border="1"> <tr> <td>a. Aguas residuales.</td> </tr> <tr> <td>b. Aguas negras/servidas.</td> </tr> </table>	a. Aguas residuales.	b. Aguas negras/servidas.		
a. Aguas residuales.						
b. Aguas negras/servidas.						
26	Envía sus residuos a destinos finales adecuados (centros de reciclaje)?					

EN CUANTO AL IMPACTO POSTVENTA DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

27	¿Utiliza criterios ambientales en el diseño y desarrollo de sus productos, con la finalidad de minimizar el impacto ambiental que podría tener el envase, empaque, desecho de post-consumo, canal de distribución, u otros aspectos relacionados al uso del producto?	
28	Cuenta con mecanismos y unidades de medición del impacto medio ambiental que genera el almacenamiento, uso o consumo de sus productos?	
29	¿Provee a sus clientes y consumidores de la información detallada acerca de los daños ambientales que resultan del uso y de los desechos finales de sus productos y servicios?	
30	¿Se ha desarrollado un programa de manejo de desechos para el cliente, el cual incluya la recolección y reciclaje de los desechos de post-consumo?	
31	¿Se informa a los clientes y consumidores sobre la manera de minimizar el impacto ambiental en el almacenamiento, uso o consumo de los productos de su empresa?	

CON RESPECTO AL TRANSPORTE QUE UTILIZA...

32	¿Controla y evita la contaminación producida por las emisiones de vehículos propios?	
33	¿Tiene una política que incentiva el uso de vehículos no contaminantes pertenecientes a terceros?	
34	¿Busca destinos finales apropiados para llantas, baterías, aceites y demás consumibles de su transporte?	

## CONSERVACIÓN

35	¿Tiene un presupuesto asignado para investigación y desarrollo en tecnologías amigables con el ambiente?	
36	¿Cuenta con un presupuesto para inversión en nuevas tecnologías amigables con el ambiente?	
37	¿Participa en comités locales o regionales para discutir e impulsar temas de medio ambiente?	

38	¿Contribuye a la preservación de la biodiversidad a través de proyectos ambientales?	
39	¿Tiene alianzas estratégicas con otras organizaciones con el fin de generar proyectos de impacto ambiental positivo?	
40	¿Tiene la empresa programas de educación ambiental para sus colaboradores, clientes o proveedores?	
41	¿Tiene la empresa programas de educación ambiental para las familias de sus colaboradores?	
42	¿Mantiene convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la educación ambiental en la comunidad donde opera y/o en la sociedad en general?	
43	¿Participa la empresa en estudios, foros, seminarios o conversaciones sobre el tema medio ambiental con la finalidad de fomentar y adoptar leyes, normas y reglamentos?	

#### 4.2.4 Preguntas relativas a la relación de la empresa con los Proveedores (impacto en el proceso productivo)

## ADMINISTRACIÓN INTERNA DEL IMPACTO AMBIENTAL

1	¿Se conocen todas las leyes ambientales nacionales que aplican a su proceso productivo?	
2	¿Tiene métodos para informarse o conocer sobre nuevas leyes ambientales?	
3	¿La empresa cumple con todas las leyes ambientales nacionales?	
4	¿Se cumplen todos los requisitos internacionales ambientales?	
5	¿La empresa tiene identificados sus impactos al medio ambiente?	
6	¿Ha adoptado una política relativa al medio ambiente?	
7	¿Existe un área, individuo o departamento encargado de temas medio ambientales?	

8	Se mide y evalúa el impacto ambiental que tiene la empresa:	a. A nivel global de la empresa.	
		b. Por departamentos.	
		c. Por producto.	
		d. Almacenamiento y distribución.	
		e. Mercadeo y Ventas.	
		f. Productivo.	
9	¿Existe un programa de medición periódico, de los impactos ambientales a lo largo de todo el ciclo de vida del producto?		
10	¿En la administración y operación existen metas y objetivos ambientales?		
11	¿Está certificada con ISO 14000 y/u otro equivalente?		

#### EN CASO DE DESASTRES NATURAL O POR ACTIVIDAD

12	¿Tiene identificados sus principales riesgos al medio ambiente?	
13	¿Existe un plan de emergencia integral en caso de un desastre ocasionado por sus actividades o servicios?	
14	¿El plan de emergencias se actualiza periódicamente?	
15	¿Existen mecanismos para comunicar y capacitar constantemente el plan de emergencia entre:	a. Colaboradores.
		b. Público interesado.

### ADMINISTRACIÓN SOSTENIBLE DE INSUMOS DE LA EMPRESA CON RESPECTO A INSUMOS

16	¿Cuenta la empresa con un sistema de indicadores para el control y manejo de insumos, productos y sub-productos (indicadores ambientales o de ecoeficiencia)?	
17	¿Posee un sistema para optimizar el consumo?:	a. Energético y sus respectivas unidades de medición.
		b. De agua y sus respectivas unidades de medición.
18	¿Cuenta con un sistema de manejo eficiente en el uso de materias primas, insumos o recursos y sus respectivas unidades de medición?	
19	¿La empresa cuenta con iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?	

## IMPACTO DEL PROCESO RESPECTO A MATERIALES Y RESIDUOS

20	¿Se han establecido alianzas estratégicas para la optimización de recursos con los siguientes actores externos?:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Otras empresas.</li> <li>b. Otras industrias.</li> <li>c. Comunidad inmediata.</li> <li>d. Proveedores.</li> </ul>
21	¿Tiene programas de reciclaje/ re-utilización interna de residuos (ejemplo: impresión de ambos lados de la hoja, re-utilizar papel, agua, etc.)?	
22	¿Tiene programas de reciclaje externo de insumos (ejemplo: papel, cartón, cartucho de tinta, etc.)?	
23	¿Se evalúa y minimiza el impacto de procesos internos que causen ruido excesivo?	
24	¿Busca alternativas de materias primas menos contaminantes?	
25	Cuenta con tratamiento de afluentes:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Aguas residuales.</li> <li>b. Aguas negras/servidas.</li> </ul>
26	Envía sus residuos a destinos finales adecuados (centros de reciclaje)?	

### EN CUANTO AL IMPACTO POSTVENTA DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

27	¿Utiliza criterios ambientales en el diseño y desarrollo de sus productos, con la finalidad de minimizar el impacto ambiental que podría tener el envase, empaque, desecho de post consumo, canal de distribución, u otros aspectos relacionados al uso del producto?	
28	Cuenta con mecanismos y unidades de medición del impacto medio ambiental que genera el almacenamiento, uso o consumo de sus productos?	
29	¿Provee a sus clientes y consumidores de la información detallada acerca de los daños ambientales que resultan del uso y de los desechos finales de sus productos y servicios?	

30	¿Se ha desarrollado un programa de manejo de desechos para el cliente, el cual incluya la recolección y reciclaje de los desechos de post-consumo?	
31	¿Se informa a los clientes y consumidores sobre la manera de minimizar el impacto ambiental en el almacenamiento, uso o consumo de los productos de su empresa?	

#### CON RESPECTO AL TRANSPORTE QUE UTILIZA...

32	¿Controla y evita la contaminación producida por las emisiones de vehículos propios?	
33	¿Tiene una política que incentiva el uso de vehículos no contaminantes pertenecientes a terceros?	
34	¿Busca destinos finales apropiados para llantas, baterías, aceites y demás consumibles de su transporte?	

## CONSERVACIÓN

35	¿Tiene un presupuesto asignado para investigación y desarrollo en tecnologías amigables con el ambiente?	
36	¿Cuenta con un presupuesto para inversión en nuevas tecnologías amigables con el ambiente?	
37	¿Participa en comités locales o regionales para discutir e impulsar temas de medio ambiente?	
38	¿Contribuye a la preservación de la biodiversidad a través de proyectos ambientales?	
39	¿Tiene alianzas estratégicas con otras organizaciones con el fin de generar proyectos de impacto ambiental positivo?	
40	¿Tiene la empresa programas de educación ambiental para sus colaboradores, clientes o proveedores?	
41	¿Tiene la empresa programas de educación ambiental para las familias de sus colaboradores?	

42	¿Mantiene convenios, asociaciones o alianzas con organizaciones para promover la educación ambiental en la comunidad donde opera y/o en la sociedad en general?	
43	¿Participa la empresa en estudios, foros, seminarios o conversaciones sobre el tema medio ambiental con la finalidad de fomentar y adoptar leyes, normas y reglamentos?	

## SELECCIÓN DE PROVEEDORES

1	Se evalúa y selecciona basándose en criterios de...	
		a. Precio.
		b. Calidad (atributos del producto y/o servicio).
		c. Plazo o entrega.
		d. Impacto medio ambiental.
		e. Participación en la comunidad.
		f. Estar legalmente constituido.
		g. Entrega factura.
		h. No uso de trabajo infantil.
		i. Otros criterios de RSE.
2	Existen normas explícitas que exigen que los proveedores...	
		a. Cumplan con las leyes.
		b. Cumplan con sus requerimientos fiscales.
		c. Cumplan con regulaciones ambientales.
		d. Cumplan con legislación en contra del trabajo infantil.
		e. Cumplan con la legislación en contra del trabajo forzado.
		f. Cumplan con la legislación en contra del lavado de dinero u otros activos.
		g. Respeten y promuevan la propiedad intelectual.
		h. No incurran en ningún tipo de competencia desleal.
3	¿Existe un compromiso por escrito con los proveedores para la incorporación de prácticas de RSE?	
4	¿Adopta criterios de compra que garantice que los productos no sean piratas, falsos, de contrabando o robados (verificación de origen)?	
5	¿La empresa da preferencia a proveedores que tienen criterios de RSE, con sus proveedores (sub-proveedor de la empresa)?	
6	¿Existe una política que permita una apertura universal para grandes empresas y PYMES, así como para cooperativas o asociaciones locales?	

7	¿Sus políticas comerciales favorecen trabajar con proveedores que estén certificados por organizaciones de reconocimiento nacional o internacional?	
---	---	--

## RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

8	¿Exige el cumplimiento de políticas de RSE a su proveedor?	
9	¿La empresa apoya a sus proveedores en la adopción de prácticas de RSE?	
10	¿Promueve que sus proveedores participen en organizaciones de RSE?	
11	¿Promueve que sus proveedores realicen su auto-evaluación en RSE?	
12	¿Discute temas de RSE con sus proveedores para concientizar y mejorar su adecuación a los criterios de la empresa?	
13	¿La empresa posee una política explícita para colaborar y cooperar con toda su cadena productiva, para elevar la RSE de su sector productivo?	
14	¿Lleva a cabo visitas de inspección o acciones de verificación de prácticas de RSE de los proveedores?	
15	¿Realiza un informe formal sobre el nivel de cumplimiento de prácticas de RSE en sus proveedores?	
16	¿Trabaja con sus proveedores para mejorar sus productos y servicios, compartiéndoles información sobre preferencias y tendencias de sus clientes?	
17	¿Colabora con sus proveedores en el reemplazo de componentes, nuevas tecnologías y nuevos productos social y ambientalmente amigables?	
18	¿Existe una política de asistencia técnica o financiera a sus proveedores?	
19	¿Incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa?	
20	¿Integra a sus proveedores en sus programas internos de capacitación o educación?	

21	¿Si la empresa tiene un código de ética ¿realiza actividades con sus proveedores para que estos lo conozcan, lo adopten y lo apliquen?	
22	¿Existe una política de relación de crecimiento mutuo y de largo plazo con sus proveedores?	

## NEGOCIOS INCLUSIVOS

23	¿Cuenta con un sistema preferencial en su línea de atención para las PYMES como proveedores?	
24	¿La empresa lleva a cabo iniciativas dirigidas a fortalecer las PYMES que son sus proveedores?	
25	Existe una política para incorporar a grupos emergentes a la cadena de suministros concediéndoles:	
	a. Apoyo a legalizarse.	
	b. Apoyo Financiero.	
	c. Capacidades y asistencia técnica.	
	d. Transferencias de tecnologías y técnicas administrativas.	
e. Información de mercado.		
26	¿Incluye entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad tales como asociaciones u organizaciones con proyectos de generación de ingresos para grupos tradicionalmente excluidos?	

### 4.2.5 Preguntas relativas al Mercadeo de la empresa (impacto en el mercado)

## POLÍTICA DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN

1	¿Tiene la empresa una política formal de comunicación y publicidad?	
2	¿Es responsable (fiel a sus valores y principios) al comunicarse con sus clientes y otros entes externos?	
3	¿Sus productos o servicios contienen instrucciones claras sobre cómo contactarlos (ejemplo: dirección para correspondencia, teléfono para contacto, página Web, etc.)?	
4	¿Tiene procedimientos específicos para aclarar dudas, ofrecer información adicional sobre sus campañas publicitarias?	

## POLÍTICA DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN

5	¿Posee una política formal que revisa regularmente sus materiales de comunicación tales como etiquetas, empaques, términos de garantía, materiales de publicidad, etc.?	
6	¿Cuenta con una política para minimizar su impacto en el medio ambiente de los medios de comunicación, (vallas, fachadas, empaque)?	
7	¿Las políticas de mercadeo de la empresa prohíben específicamente cualquier tipo de publicidad engañosa o que destaque atributos ficticios o exagerados de su producto o susceptibles a errores de entendimiento?	
8	¿Realiza estudios previos de su publicidad para verificar la conformidad con los valores y principios de su mercado objetivo?	
9	¿Utiliza mecanismos de mercadeo directo cuya información ha sido obtenida de forma legal y legítima?	
10	¿Posee una política formal en contra de la propaganda ofensiva e inadecuada (dirigida hacia menores, con mensajes inadecuados, etc.)?	
11	¿En el área de ventas, existen políticas y acciones explícitas que propicien la competencia leal?	
12	Se encuentra libre o exenta de denuncias, procesos legales o sentencias por competencia desleal, carteles, prácticas monopólicas u otras formas de competencia injusta en el último año?	
13	¿Resalta las características ecológicas y de impacto positivo que tiene su producto a nivel medio ambiental?	
14	¿Conoce y cumple los requisitos legales de etiquetado y otros requisitos legales de información al consumidor para su defensa y reclamo?	
15	¿Antes de hacer pública una campaña de publicidad, ¿verifica que cumpla con la legislación de defensa del consumidor?	
16	¿Cuenta con el libro de quejas de la Dirección de Atención al Consumidor?	

## EXCELENCIA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

17	¿Tiene una política establecida de atención al cliente?	
18	¿Se cuenta con una persona/área responsable de mediar entre el cliente y la empresa?	
19	¿Ofrece al cliente, un servicio especializado en recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos o servicios?	
20	¿Las personas encargadas de la atención de reclamos, tienen capacitación y autonomía para decidir la mejor manera de resolver una queja?	
21	¿Recopila o cuenta con una base de datos de consultas o quejas del cliente que forma parte de un sistema de retroalimentación y mejora continua y toma de decisiones?	
22	¿Tiene mecanismos para incorporar en su proceso de producción las sugerencias recibidas por el departamento de mercadeo?	
23	¿Existen mecanismos para recibir y tramitar sugerencias, reclamos y opiniones así como para resolverlas?	
24	¿Cuenta con políticas de capacitación continua al personal de atención al cliente?	
25	¿Capacita a su personal para que provea una respuesta rápida y transparente en el momento de crisis?	
26	¿Tiene una alta gerencia involucrada en los programas de atención al cliente?	
27	¿Anualmente realiza estudios de opinión que determinen el grado de satisfacción de sus clientes?	
28	¿Adopta una política formal de protección a la privacidad del consumidor, cliente o usuario?	
29	¿Provee información del cliente a terceros, únicamente mediante su autorización?	
30	¿Sus instalaciones cuentan con servicios o facilidades para la atención a personas con capacidades o habilidades diferentes (rampas, sanitarios, parqueos)?	

## CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS EN CUANTO A DAÑOS POTENCIALES DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

31	¿Tiene un sistema de control de calidad para sus productos o servicios?	
32	¿Revisa periódicamente la fecha de vencimiento de sus productos?	
33	¿Sus políticas le impiden comercializar productos o servicios prohibidos en otros países?	
34	¿Adopta medidas que previenen y corrigen los daños potenciales a consumidores?	

## PREGUNTAS CUANTITATIVAS

### CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS EN CUANTO A DAÑOS POTENCIALES DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

35	¿Realiza estudios para conocer daños potenciales que puedan generar sus productos o servicios al consumidor, previo a su lanzamiento?	
----	---	--

4.2.6 Preguntas relativas a la relación de la empresa y la Comunidad (impacto social)

### PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

1	¿Participa en la identificación y diagnóstico de problemas de su comunidad inmediata?	
2	¿Se involucra activamente en contribuir al desarrollo de su comunidad inmediata a través de?:	
	a. Programas Productivos.	
	b. Programas Educativos.	
	c. Programas de Salud.	
	d. Programas Culturales o de Recreación.	

3	¿Cuenta con políticas que intentan minimizar en su comunidad inmediata?	a. Generación de basura.
		b. Generación de malos olores.
		c. Tráfico vehicular excesivo.
		d. Contaminación auditiva (ruido).
4	¿Se efectúa un registro, control y seguimiento de los reclamos de su comunidad sobre el impacto de las operaciones?	
5	¿Ha respondido a reclamos de la comunidad sobre el impacto de sus actividades (si no ha tenido, marque No Aplica)?	
6	¿Conoce las organizaciones locales y sus actividades?	
7	¿Trabaja con organizaciones comunitarias y desarrolla proyectos conjuntamente?	

## INVERSIÓN SOCIAL

8	¿Cuenta con un presupuesto destinado específicamente para obras de inversión social?	
9	¿Cuenta con una política o criterio de asignación presupuestaria para proyectos sociales?	
10	Desarrolla proyectos que benefician a:	a. La comunidad cercana/inmediata
		b. Otras comunidades que no están en el área de influencia directa de la empresa.
11	¿Realiza estudios sobre el impacto social de sus propios proyectos para mejorar sus resultados?	
12	¿Sostiene alianzas con otras empresas o asociaciones para maximizar el impacto de sus proyectos?	
13	¿La política o criterio para seleccionar los proyectos sociales evita la contribución en iniciativas que fomentan asistencialismo?	

14	Los recursos destinados para la inversión social son...	
		<p>a. Productos propios o donativos de servicio (en especie).</p> <p>b. Recursos financieros.</p> <p>c. Equipo o algún otro tipo de recurso físico (salones, maquinaria, vehículos, etc.).</p> <p>d. Capacidades técnicas, tecnológicas o administrativas (computadoras, sistemas de administración).</p> <p>e. Colaboradores y socios estratégicos (consultores, supervisores, coordinadores, voluntariado).</p>
15	¿La inversión social es un componente integral de la planificación estratégica de la empresa?	
16	¿La inversión social es una política formal de la empresa?	
17	¿Toma decisiones por medio de un proceso formal, el cual define responsabilidades y pasos a seguir?	
18	¿Existe un reporte de resultados ante Junta Directiva y/o inversionistas del desempeño social?	

## TRABAJO VOLUNTARIO

19	¿Existe un programa de voluntariado en la empresa?	
20	¿Reconoce formalmente a sus colaboradores que están involucrados en proyectos de desarrollo social comunitario (por ejemplo: cartas del presidente, mención en volantes, premios u otros reconocimientos)?	
21	¿Crea oportunidades y estimula el trabajo voluntario entre sus colaboradores en los proyectos sociales apoyados o desarrollados por la propia empresa?	
22	¿Posee colaboradores de diferentes niveles haciendo trabajo voluntario?	
23	¿Desarrolla destrezas profesionales en sus colaboradores por medio de trabajos voluntarios?	
24	¿La empresa procura generar oportunidades de voluntariado en donde se aproveche al máximo las capacidades de sus colaboradores?	

## LIDERAZGO SOCIAL

25	¿Ha sido reconocida por su desempeño en temas de interés nacional (instancias colegiadas, organizaciones, gobierno, etc.)?	
26	¿Lleva un registro de reconocimientos que les han sido otorgados a la empresa, por su desempeño en temas de interés local y/o nacional?	
27	¿Promueve eventos, concursos o premios que estimulen a los individuos o grupos por su trabajo en beneficio a la comunidad?	

## PREGUNTAS CUANTITATIVAS

### PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

#### APOYO DIRECTO A LAS ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD

28	¿Con qué tipo de instituciones colabora la empresa en proyectos sociales?	a. ONG
		b. Instituciones gubernamental
		c. Instituciones municipales
		d. Instituciones comunitarias
		e. Instituciones privadas
		f. Iglesias
		g. Otros (especifique)
		h. Ninguna
29	¿Cómo selecciona a quiénes apoyará la empresa?	a. Responde a solicitudes eventuales
		b. Conoce bien los programas de trabajo de algunas entidades e invierte en proyectos específicos
		c. Desarrolla proyectos propios que benefician a la comunidad local
		d. El grupo empresarial al que pertenece la empresa tiene sus propios proyectos
		f. Tiene acuerdos de cooperación con entidades locales
		g. Otros (especifique)

4.2.7 Preguntas relativas a la relación de la empresa y su participación en Política Pública (impacto en fortalecimiento a la Gobernabilidad del Estado)

## TRANSPARENCIA POLÍTICA

1	¿Posee una política que sancione a los colaboradores involucrados en, el soborno o favorecimiento de agentes públicos?	
2	¿Tiene programas educativos que concienticen sobre el efecto de la corrupción y sobre las formas de combatirla?	
3	¿Participa en iniciativas que busquen disminuir la corrupción a nivel nacional?	

## PROYECTOS CONJUNTOS (ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS)

4	¿Desarrolla proyectos conjuntamente con el Estado y/o poder local?	
5	¿Contribuye con recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos del Estado y/o poder local?	
6	¿Apoya y participa en la elaboración de políticas públicas (por medio del poder local, comités, asociaciones, cámaras, redes de acción social, etc.)?	
7	¿Toma liderazgo en la formación de redes o alianzas a nivel comunitario, con el propósito de fortalecer y dirigir políticas públicas?	
8	¿Desarrolla alianzas con entidades públicas para mejorar su desempeño (poder local, rama judicial, ministerios, rama ejecutiva, etc.)?	
9	¿Emprende alianzas público-privadas que buscan el mejoramiento del clima de negocios?	
10	¿Participa en la mejora de procesos legislativos locales o nacionales?	
11	¿Se involucra con esfuerzos para mejorar la educación en el país, (por medio de: becas, donaciones, asistencia técnica, construcción de escuelas, programas de concientización, etc.)?	
12	¿Se involucra con esfuerzos para mejorar la salud en el país?	

13	¿Participa su empresa en la elaboración de propuestas de carácter social, económicas y políticas de Estado, a través de instituciones públicas, privadas o mixtas?	
14	¿Promueve los derechos y obligaciones que le son inherentes a los colaboradores como ciudadanos?	
15	¿Tiene una política que promueva una comunicación constante entre su empresa y el poder local?	

## PREGUNTAS CUANTITATIVAS

### PROYECTOS CONJUNTOS

16	¿Su empresa participa activamente en asociaciones o foros empresariales?	
		a. Sí, como empresa,
		b. Participa personas relacionadas, pero a título personal
		c. No



IndiCARSE, fue elaborado con el objetivo de fortalecer la Incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en Centroamérica.

Para la región, desarrollar un sistema de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para el sector productivo, es un compromiso que las organizaciones de RSE han asumido. Este compromiso tiene como finalidad brindar atención y servicio a las empresas, por medio de una herramienta de auto-evaluación y benchmarking que de manera simple y precisa, les aporte información acerca del estado de sus políticas y prácticas en RSE.

La elaboración del Sistema Regional de Indicadores RSE se ejecutó a través de un proceso participativo y de colaboración interinstitucional entre los centros de Responsabilidad Social Empresarial. El punto de partida fue la creación de indicadores comparables entre países, la identificación de políticas, prácticas y mecanismos RSE comunes más importantes para Centroamérica. Posteriormente, se consiguió establecer un procedimiento para la implementación de la Herramienta de auto-evaluación y benchmarking.

Como resultados complementarios a los obtenidos en el proyecto regional del Sistema de Indicadores RSE, se consiguió:

---

Fortalecer los lazos de cooperación entre las organizaciones nacionales de RSE, además de los países que se incorporarán al proyecto regional de RSE como Panamá y los países del Caribe.

---

Generar una mayor identidad centroamericana, que robustecerá los esfuerzos de unificación e integración de los centros nacionales de RSE y de los sectores productivos de los países de la Región.

---

Crear una plataforma permanente para el quehacer en el tema de indicadores de RSE que permita el planteamiento constante de la medición de la RSE y su estudio, investigación y análisis.

---

Marcar un punto de partida para el trabajo de Proyectos Regionales Futuros, que contribuyan a la expansión de la Responsabilidad Social Empresarial sus objetivos, criterios y metodologías.

---

El éxito de este proyecto se fundamenta en el esfuerzo articulado y el compromiso con la mejora continua entre las organizaciones de RSE, el empeño de las empresas asociadas y el aporte que efectúen cada uno de los actores involucrados en el desarrollo sostenible del sector productivo de los países de la Región.

Centroamérica, con el afán de fortalecer el proceso de Integración Regional, presenta al mundo el primer esfuerzo unificado de implementación, medición y comparabilidad de la Responsabilidad Social Empresarial: IndiCARSE, Sistema de Indicadores RSE para la Región de Centroamérica.

# BIBLIOGRAFÍA

ECO Revista Académica No.3. Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Guatemala julio 2008.

Haciendo negocios exitosos en forma responsable: 10 Casos sobre buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2006. Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE-. Autora de la publicación: Gisela Sánchez. Guatemala, mayo 2007.

Indicadores de RSE Perú 2021. Giuliana Canessa Illich y Carmen Marina Cuba Baiocchi. Perú, 2006.

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial 2006. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social. Brasil, junio de 2006.

Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial 2006. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Sao Paulo Brasil, junio de 2007.

Indicadores FUNDEMAS de Responsabilidad Social Empresarial. Fundación Empresarial para la Acción Social FUNDE. Programa Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL). San Salvador, El Salvador, abril de 2004.

IndicarSE. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 2007. Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE-. Guatemala, mayo 2007.

Informe para la European Academy of business in Society: Cualidades del liderazgo y Competencias de Gestión para la Responsabilidad de la empresa. Cuadernos de liderazgo número diez. Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, ESADE. España, julio de 2006.

INTRODUCCIÓN Como Integrar la RSE a la cultura de la Empresa. IntegraRSE. Primera edición, Panamá octubre 2004.

Manual de contenidos de RSE. Empresa. Cooperación técnica ATN/ME- 8381- RG. Consultor: KPMG LLP Canadá Vancouver, julio 20, 2005.

Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE Business School. Asociación de Empresarios para el Desarrollo. Costa Rica, 2004.

MANUAL DE PRIMEROS PASOS EN RSE. Dra. Sonia Osay, Fundación Cordón del Plata. Argentina, 2002.

Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE Business School. Costa Rica, octubre 2004.

RSE: Una nueva mirada Empresarial. Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE-. Serviprensa, S.A. Guatemala, agosto de 2007.

Participando en la futura norma Internacional ISO 26000 sobre Responsabilidad Social. International Organization for standarization ISO. Comisión Panamericana de Normas técnicas COPANT. 2006.

Políticas e Indicadores de Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL. - Documento Base-. Asociación de Universidad Jesuitas en América Latina AUSJAL. Daniela Gargantini, año 2007.

Xertatu.adi, Metodología de mejora continua en Responsabilidad Social Empresarial, Hacia la competitividad sostenible. Xertatu.adi, Diputación Federal de Bizkaia, Bilbao 2007.

#### SITIOS DE INTERNET:

[www.accionrse.cl](http://www.accionrse.cl)  
[www.aedcr.com](http://www.aedcr.com)  
[www.centrase.org](http://www.centrase.org)  
[www.empresa.org](http://www.empresa.org)  
[www.ep.org.ar](http://www.ep.org.ar)  
[www.esade.edu](http://www.esade.edu)  
[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)  
[www.fundahrse.org](http://www.fundahrse.org)  
[www.fundemas.org](http://www.fundemas.org)  
[www.integrarse.org.pa](http://www.integrarse.org.pa)  
[www.iso.org](http://www.iso.org)  
[www.perú2021.org](http://www.perú2021.org)  
[www.prohumana.cl](http://www.prohumana.cl)  
[www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org)  
[www.xertatu.net](http://www.xertatu.net)  
[www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org)  
[www.pactoglobal.org.ar](http://www.pactoglobal.org.ar)  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)  
[www.sa8000.org](http://www.sa8000.org)





CON EL APOYO DE

