

Cual es el Objetivo de RS?

- **El objetivo de la RSE es contribuir al desarrollo sostenible.**

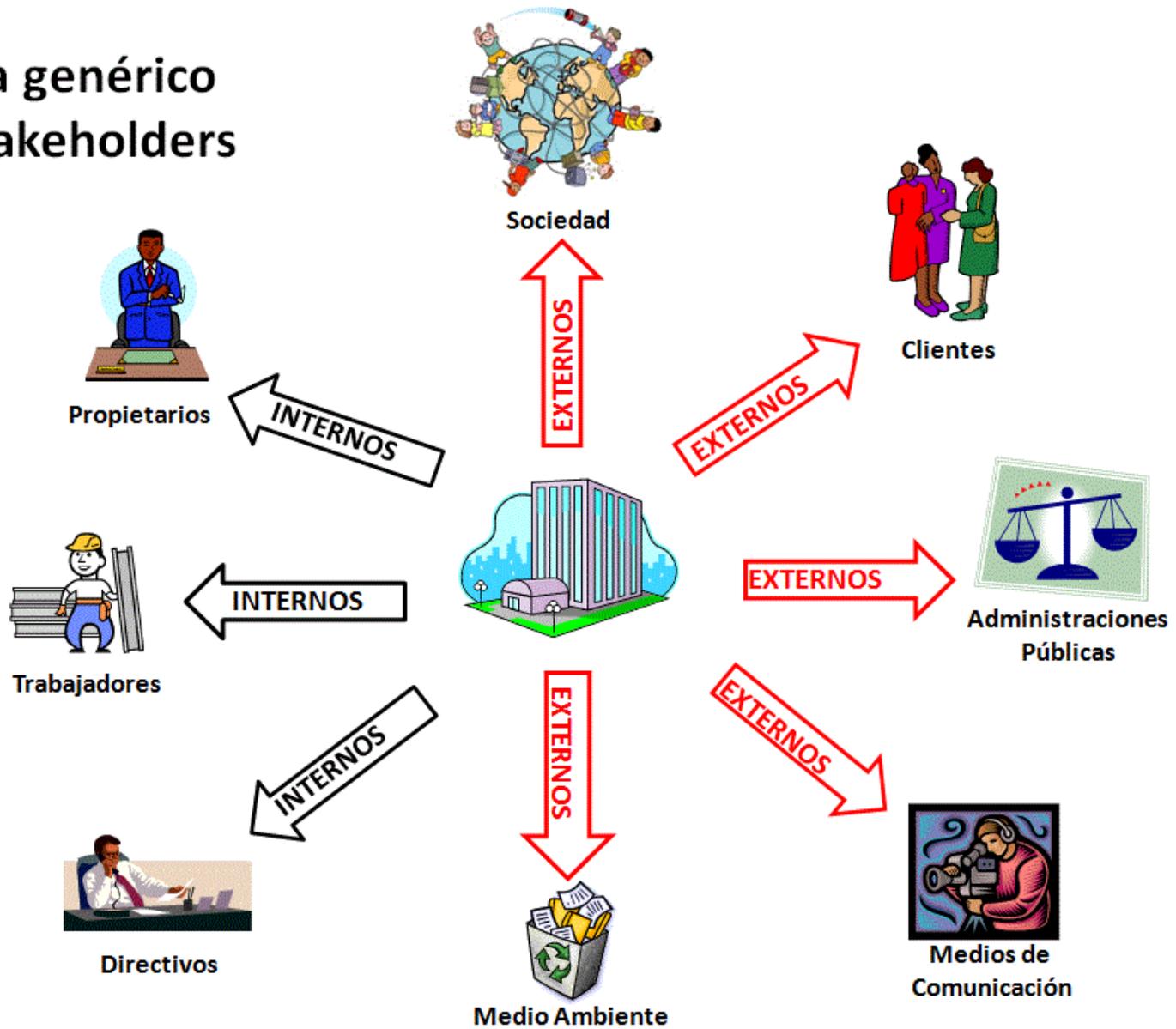
El desarrollo sostenible es una responsabilidad compartida por TODOS los actores sociales para poder satisfacer las necesidades de la sociedad respetando los limites ecológicos del planeta y sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

Necesidad de asegurar ecosistemas saludable, equidad social, buena gobernanza de las organizaciones.

Es el compromiso de hoy para las generaciones futuras.

- El concepto de RSE resulta del proceso de evolución de la noción de **empresa** y su **gestión**.
- Una **empresa** considerada como el motor esencial de la economía hacia una visión más amplia que la considera como **actor social** donde sus decisiones impactan en su **entorno**.
- La empresa sale de la mirada unilateral de generar ganancias, satisfacer a los clientes y los resultados, sino que añade un valor extra en el entorno donde está desarrollando su actividad.

Mapa genérico de stakeholders



Una empresa es Responsable cuando

- Ofrece productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios, contribuyendo al bienestar
- Tiene un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que le es exigible
- La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando, y formar parte consustancial de la cultura de empresa
- Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables
- Ha de respetar con esmero el medio ambiente
- Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendiéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad. La acción social de la empresa es importante, pero evidentemente no es el único capítulo de la RS.
- Puede realizar reportes sociales (con indicadores)

Motivaciones

- De las empresas (contribuir necesidades sociales y ambientales sin dejar de lado el fin económico de la empresa).
- Voluntad de los líderes y compromiso social
- Valores éticos
- Empresa conformada por personas que viven en una sociedad.
- Las empresas comienzan a girar su mirada a lo social
- Empresas corresponsables de la situación social.
- Redes entre Estado, Empresa y sociedad. Con distintas responsabilidades.

Responsabilidad Social

- No es filantropía, asistencialismo.
 - No es marketing
 - No es publicidad
 - No es una moda
 - No es un fin en si mismo
-
- Es un modelo de gestión organizacional.
 - Es un mirada integral y sistémica del rol de la empresa
 - Es una postura ética y comprometida
 - Es estratégica (incluida en la estrategia de negocios).
 - Es institucional y se basa en políticas internas.
 - Aporta al desarrollo económico, social y ambiental.

- La RSE dentro de la empresa se puede abarcar desde varios lugares y zonas (siempre que haya voluntad institucional).

Áreas a Desarrollar

1. Prácticas Laborales
2. Desarrollo de la Comunidad
3. Medio ambiente
4. Gobernanza de la organización (marco de decisiones. liderazgo)
5. Consumidores
6. Prácticas justa de operación. Transparencia.
7. Derechos Humanos

Evolución de la RSE

- De Filantropía a RS
- De RSE a RS
- De Unilateral a multisectorial
- De Reactiva (demanda de la sociedad) a Activa y estratégica (liderazgo con base en los negocios y productos).

Dónde estamos?

Etapa de sensibilización, concientización y acción.

Los líderes empresariales, de a poco, van viendo a la RSE como una oportunidad en cuanto a la reputación, la competitividad, las buenas relaciones con las partes interesadas, la imagen y la identidad. La Empresa Responsable contribuye con el desarrollo del planeta y a la vez genera valor a su organización.

De la empresa convencional a la empresa sostenible

Empresa convencional	Empresa socialmente responsable	Empresa sostenible
Maximización del beneficio	Maximización del beneficio (triple cuenta de resultados)	Maximización del beneficio social
Externalidades	Compensa parcialmente las externalidades	Son externalidades
Irresponsable socialmente	Socialmente responsable	Sostenible
Base reducida con la empresa	Base amplia de la empresa	Diálogo con la sociedad
Enfoque shareholder	Enfoque Stakeholders	Acción social implícita en la actividad
Sin acción social, o sólo filantrópica	Acción social planificada y expresa	Crecimiento estacionario (productividad y tecnología)

Conclusiones

No	Conclusión
1	El concepto de responsabilidad social empresarial, es un modelo de gestión de las organizaciones que permita a las desarrollar procesos de toma de decisiones y ejecución de acciones más conectadas con los intereses de la sociedad, asumiendo una actitud y un comportamiento permanente de su quehacer orientado hacia una filosofía organizacional, que asume en su gestión una multiplicidad de intereses propios, pero también de su entorno social.
2	La adecuada asunción de la responsabilidad social por parte de una organización, el desarrollo de importantes esfuerzos para facilitar la incorporación de los stakeholders a los procesos de planificación y evaluación del comportamiento socialmente responsable de la institución, transformándose en un indicador central de la aplicación de este modelo en la gestión institucional.
3	Evitar concentrar los esfuerzos únicamente en rendir cuentas, o realizar actos de beneficencia que son muy efectivos en cuanto a la imagen institucional, pero débiles en cuanto a la correcta ejecución de un modelo de responsabilidad social basado en la participación e interacción con los stakeholders.
4	Aún persisten importantes confusiones respecto de los aspectos teóricos o metodológicos poco claros de este modelo, lo que sin lugar a dudas es una importante fuente para las principales críticas que recibe la aplicación de este concepto a la gestión organizacional, no sólo de las empresas sino de cualquier tipo de organización, y de allí la importancia de generar modelos específicos acordes con las características, objetivos y sector de cada entidad.

Conclusiones

No	Conclusión
1	El concepto de responsabilidad social empresarial, es un modelo de gestión de las organizaciones que permita a las desarrollar procesos de toma de decisiones y ejecución de acciones más conectadas con los intereses de la sociedad, asumiendo una actitud y un comportamiento permanente de su quehacer orientado hacia una filosofía organizacional, que asume en su gestión una multiplicidad de intereses propios, pero también de su entorno social.
2	La adecuada asunción de la responsabilidad social por parte de una organización, el desarrollo de importantes esfuerzos para facilitar la incorporación de los stakeholders a los procesos de planificación y evaluación del comportamiento socialmente responsable de la institución, transformándose en un indicador central de la aplicación de este modelo en la gestión institucional.
3	Evitar concentrar los esfuerzos únicamente en rendir cuentas, o realizar actos de beneficencia que son muy efectivos en cuanto a la imagen institucional, pero débiles en cuanto a la correcta ejecución de un modelo de responsabilidad social basado en la participación e interacción con los stakeholders.
4	Aún persisten importantes confusiones respecto de los aspectos teóricos o metodológicos poco claros de este modelo, lo que sin lugar a dudas es una importante fuente para las principales críticas que recibe la aplicación de este concepto a la gestión organizacional, no sólo de las empresas sino de cualquier tipo de organización, y de allí la importancia de generar modelos específicos acordes con las características, objetivos y sector de cada entidad.

Voluntariado

Individual: El voluntariado es una respuesta ciudadana a las necesidades de la sociedad. Personas, que libremente y sin ánimo de lucro, deciden dedicar una parte de su tiempo en favor de otros. Cada uno de estos ciudadanos parte de diferentes situaciones y contextos, bien sea por necesidades en su entorno (vecindad), por vinculación a entidades sociales, por asociacionismo, etc.

Corporativo (empresas, Universidades, organizaciones, etc) nuevo sector capaz de aportar a la sociedad desde la opción voluntaria, canalizando las voluntades individuales. Bajo un programa, estrategia, objetivos, etc.

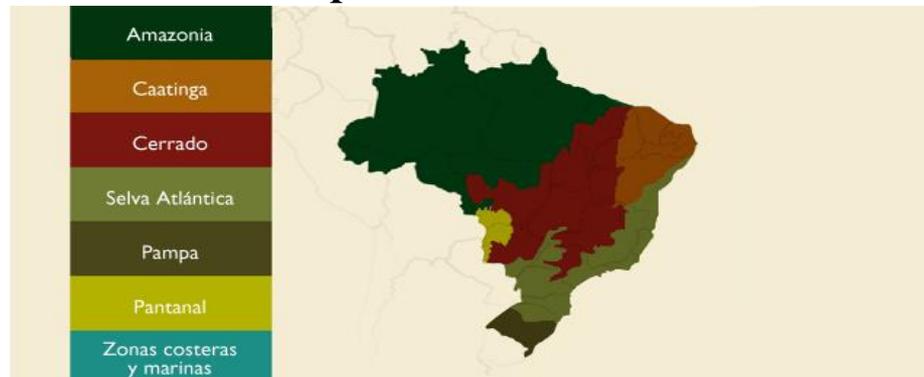
Casos de Éxito

Natura Cosméticos

La marca Ekos inauguró, en el año 2000, un modelo pionero de hacer negocios de forma sostenible. Desarrollo productos manteniendo la selva de pie, en asociación con 25 comunidades rurales, involucrando a más de 2.800 familias. De esta forma, Natura Ekos apoya el desarrollo social, el fortalecimiento de la economía y la sostenibilidad ambiental de estas comunidades. Una red en la que todo el mundo gana.

Natura, Actor del Cambio

“Estamos constantemente mejorando nuestra relación con la naturaleza y con las comunidades locales, nuestros socios tradicionales. **Éstos son principios irrenunciables.** Con los años, Natura se ha convertido en un actor clave del cambio en Brasil. Aquí y en otros lugares, **nuestro compromiso con el desarrollo sustentable ha mostrado el camino, despertado mentes, abierto puertas y acelerado las decisiones políticas.**”



AprenDAR

Fundación Pepsico

Constituye un programa personalizado de becas destinado a mejorar las condiciones para el acceso y continuidad en los estudios a estudiantes de escasos recursos que demuestren esfuerzo, buen rendimiento, buena conducta y compromiso. El objetivo general de AprenDAR es el de contribuir en la creación de condiciones para prevenir y disminuir el abandono escolar de los estudiantes de nivel medio.

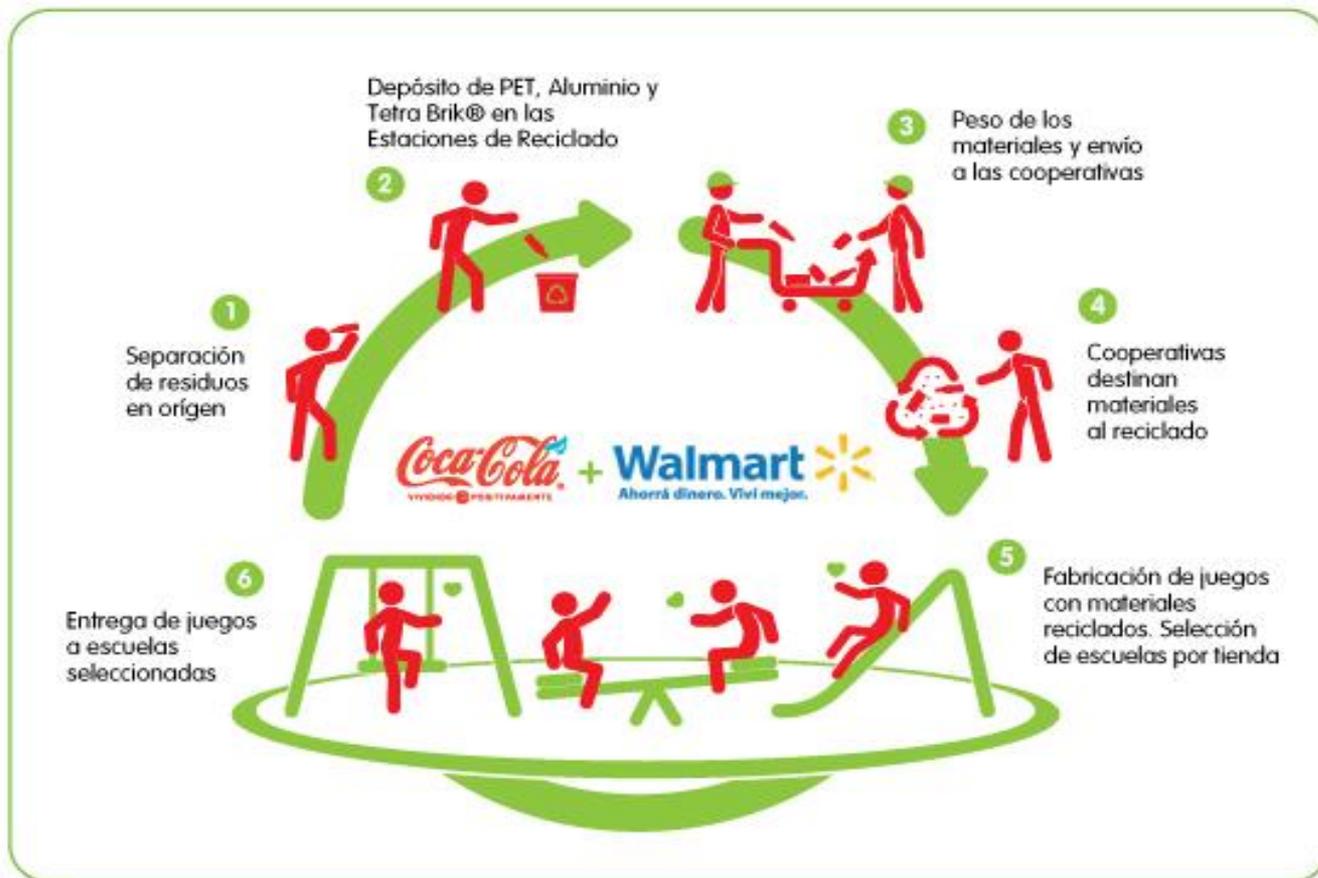
El público beneficiario de AprenDAR está constituido por alumnos del Tercer Nivel de Educación General Básica y del Nivel Polimodal de Instituciones Educativas.

“Optimismo que transforma”

Coca-Cola de Argentina y Walmart Argentina

Es el programa integral de recuperación de envases para su reciclado que invita a los consumidores a convertirse en agentes de cambio promoviendo el hábito de la separación de residuos desde el hogar a partir de una campaña de concientización sobre el reciclado de envases de PET, Tetra Brik® y aluminio, y la donación de juegos didácticos elaborados con PET reciclado a escuelas de diferentes zonas del país.

“Optimismo que transforma” contribuye a dar una respuesta compartida al problema de la gestión de los residuos sólidos.



Piedra, Papel, Tijera

- Es la acción de voluntariado de DIRECTV que se enmarca dentro de Generación DIRECT
- GENERACIÓN DIRECTV es el programa de responsabilidad social empresaria de DIRECTV Latino América.
- La iniciativa convoca a los empleados de la compañía para generar acciones que mejoren el entorno en el que vivimos, y así ser agentes de cambio en la comunidad en la cual trabajamos.

“Con estas acciones, DIRECTV construye lazos entre sus stakeholders (grupos de interés) buscando contribuir al desarrollo social, asistencial, medioambiental, educativo y cultural de los lugares en los que decidimos ayudar.”

Vivamos Responsablemente

Es un programa integral desarrollado por Cervecería y Maltería Quilmes, basado en los pilares de Educación y Consumo Responsable. El programa abarca diversas iniciativas sociales orientadas a promover el consumo y la venta responsables de alcohol a mayores de edad, contribuir a la toma de conciencia sobre la incompatibilidad de combinar las acciones de beber y conducir, y la promoción de valores saludables.



Pymes Marplatense

- Clínica Odontológica de Tratamientos de Alta Complejidad



“Comprometido con los pacientes y la comunidad”