



# La RSE en el Siglo XXI

Mayo, 2009

Ecuador

*Lic. Celina Pagani-Tousignant*

*Profesora Boston College Center for Corporate  
Citizenship*

*Coordinadora Académica Diplomado Virtual de RSE  
Tecnológico Monterrey*

*Presidente Normisur International*

La misión del Centro de Ciudadanía Corporativa del Boston College es de ayudar a la empresa a aumentar sus bienes sociales, económicos y humanos para asegurar el éxito comercial de la misma y la creación de un mundo más justo y sostenible.

El Centro agrega valor y conocimiento al tema de la ciudadanía corporativa a través de:

Investigación, Capacitación y Programas de Desarrollo Ejecutivo

Tiene 350 Empresas Miembro



El Centro de Ciudadanía Corporativa del  
Boston College opera hace más de 25  
años y se especializa en:

Investigación Académica

Aplicación Práctica



# ¿Qué significa la RSE para Ud.?



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

**Valores de la Empresa**

**Derechos Humanos**

**Recursos Humanos**

**Gobierno Corporativo**

**Responsabilidad  
Ambiental**

**Cadena  
de Proveedores**

**Desarrollo Sustentable**

**Filantropía y Voluntariado**

**Ética Empresarial**

**Ciudadanía Empresarial**

# ¿Qué es la RSE de Acuerdo al BCCCC?



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

Cómo transmite sus valores básicos una empresa:

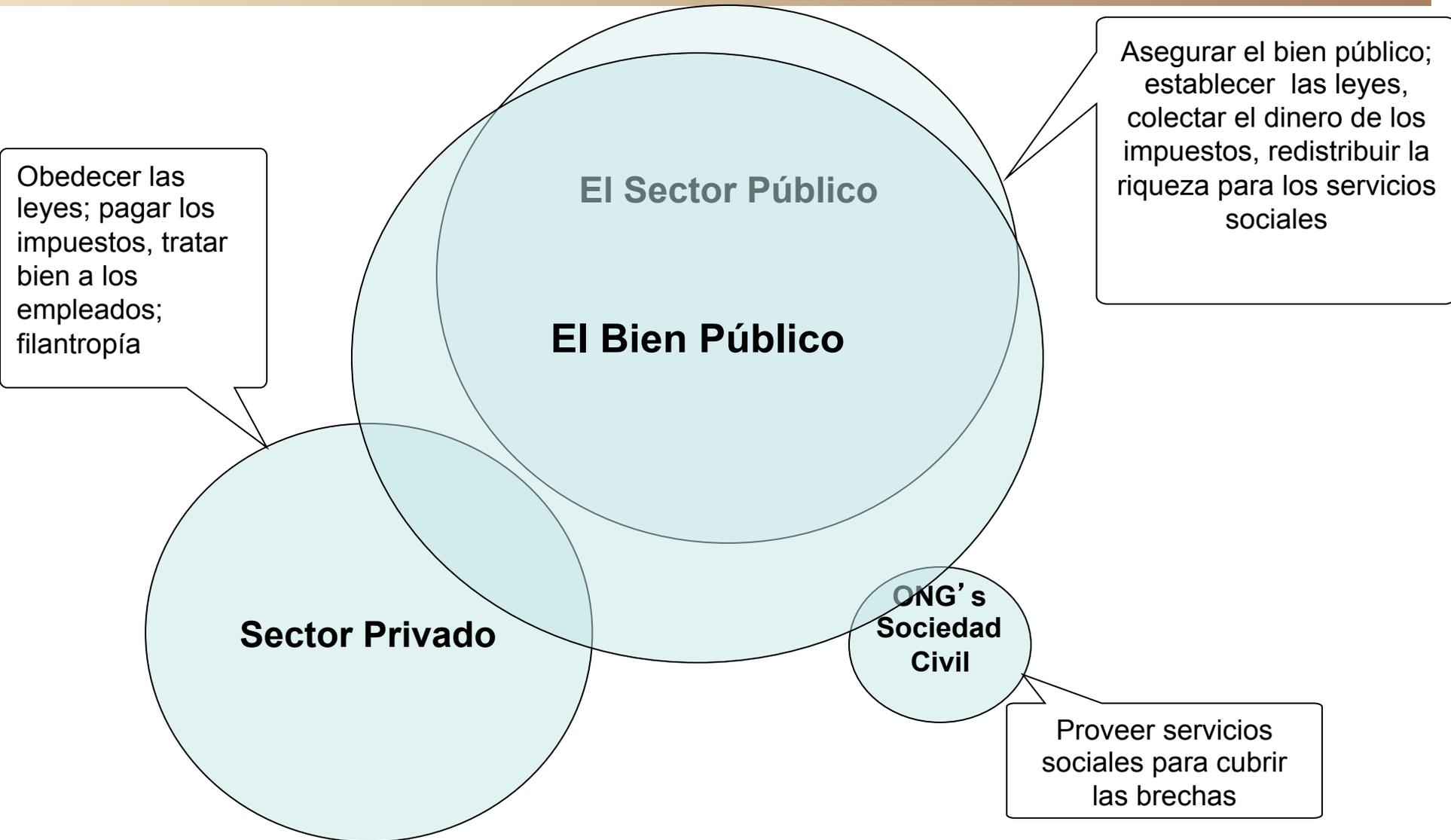
- **Minimizando daños**
- **Aumentando beneficios**
- **Responsabilidad y comprensión hacia los principales actores involucrados**

# ¿Por qué la RSE ... y por qué ahora?

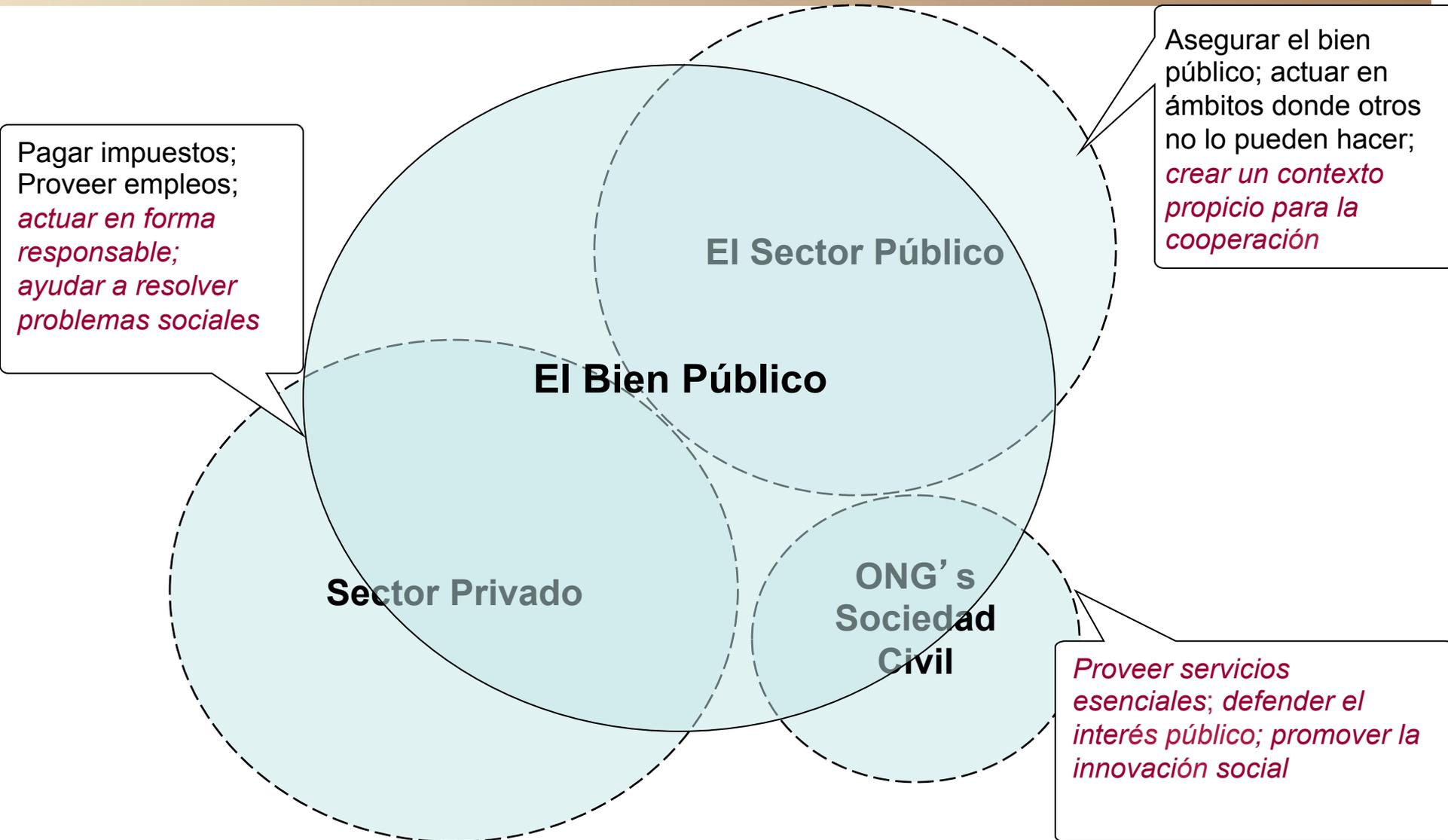


- Globalización
- Cambios en las expectativas de las entidades privadas; reducción del gobierno
- Aumento de las necesidades sociales: Metas de Desarrollo para el Milenio
- Más activistas organizados
- Disminución de la confianza en las empresas y escándalos empresarios
- “El mundo es un desastre”

# El Contrato Social en los 1960's



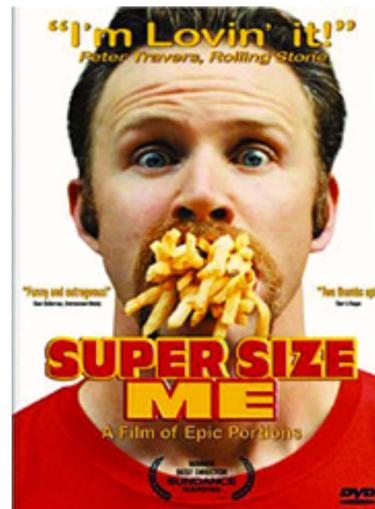
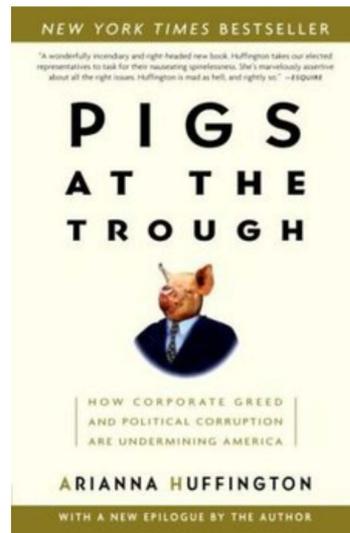
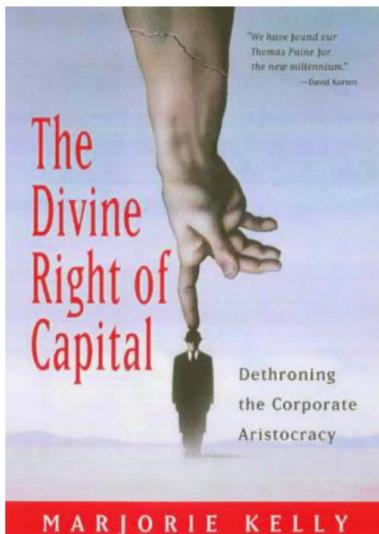
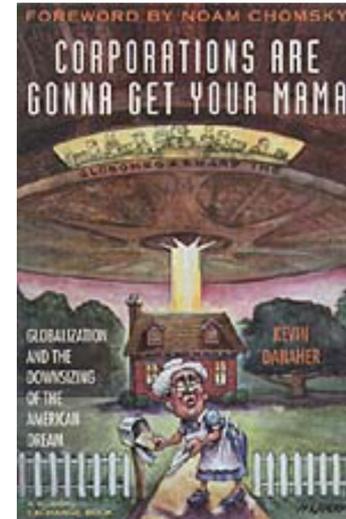
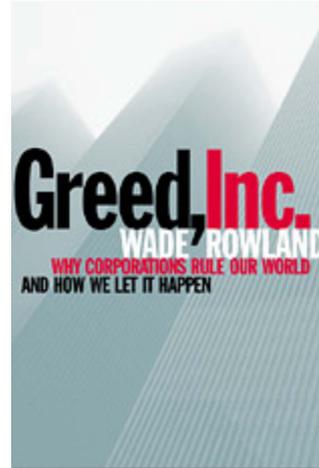
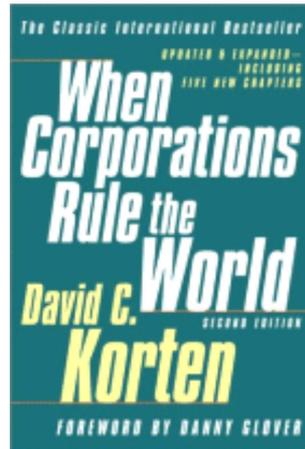
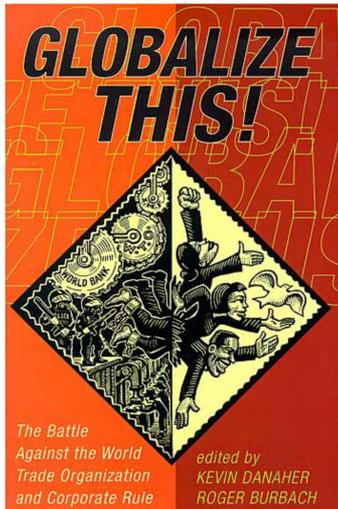
# ¿El Contrato Social Nuevo?



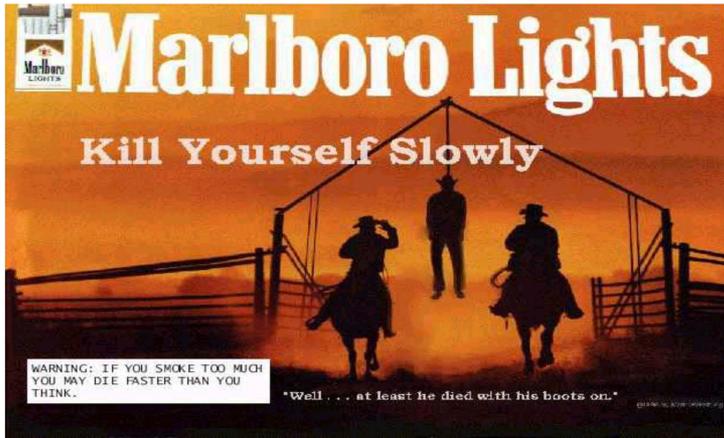
# El Desafío del Desarrollo Global: ¿ Son las empresas el problema?



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship



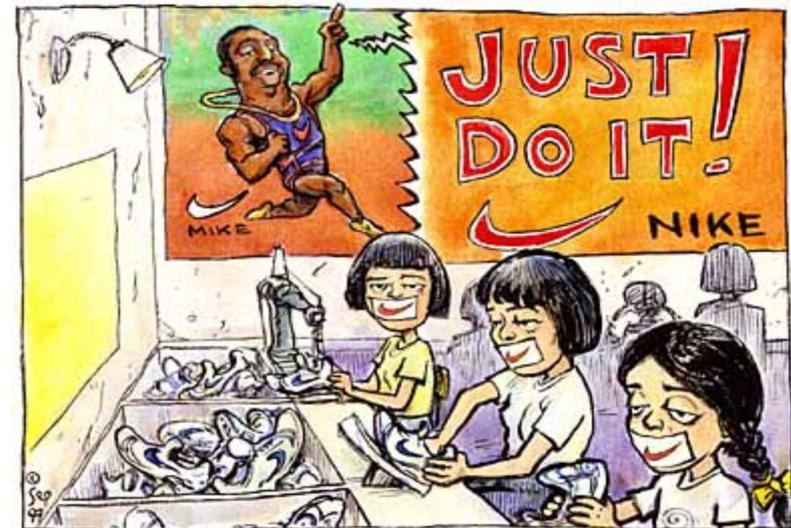
# Casos de Empresas



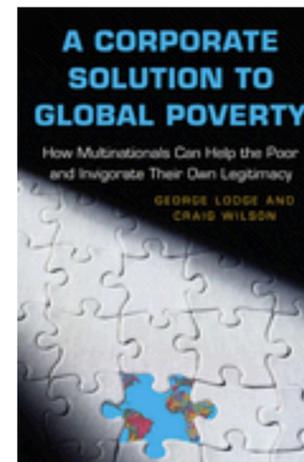
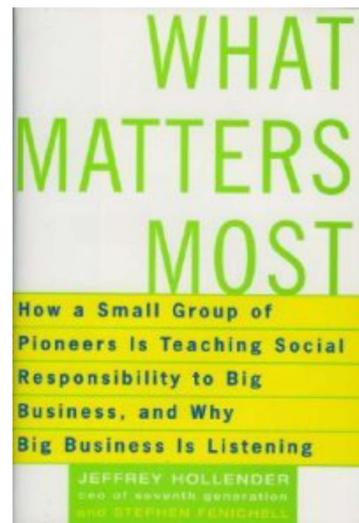
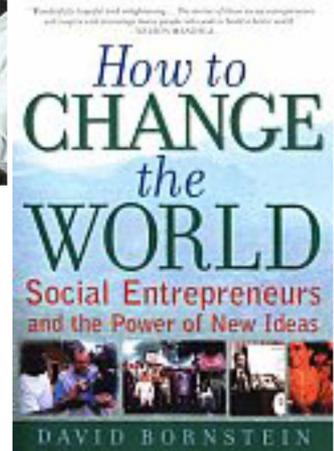
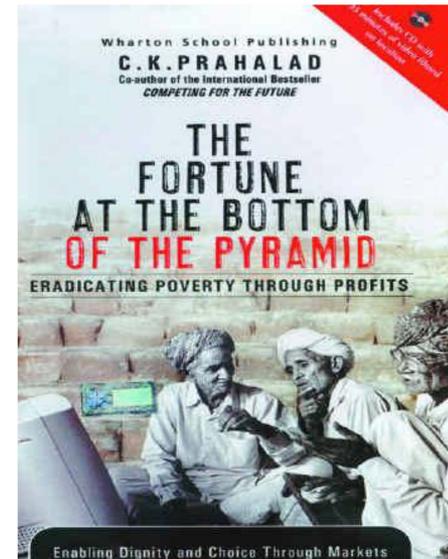
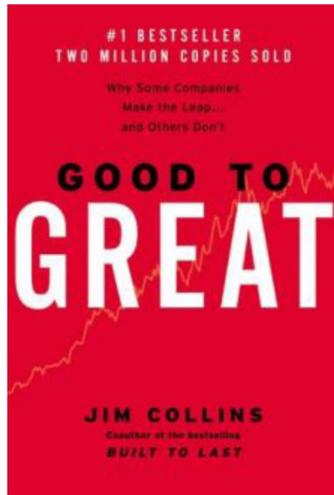
[gapsucks.org](http://gapsucks.org)



2001  
Genoa



# El Desafío del Desarrollo Global: ¿ Son las empresas la solución?



# El Desafío del Desarrollo Global



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

**Durante los próximos 25 años:**

**La población  
de los países  
ricos se  
incrementará  
en 50 millones  
de personas.**



**La población de  
los países pobres  
se incrementará  
en 1.500 millones  
de personas.**

# ¿ De qué manera la RSE ofrece una respuesta a los desafíos mundiales?



\*Source: London School of Economics, 2001

País / Empresa	Ranking por PBI/ Ventas
EEUU	1
Japón	2
Reino Unido	5
México	11
Australia	14
General Motors	23
Dinamarca	24
Wal-Mart	25
Ford Motor Co.	27
Damiler Chrysler	28
Polonia	29
Indonesia	31
Mitsui	37
Mitsubishi	38
GE	40
Portugal	42
Royal Dutch/Shell	43

Fuente: *Everybody's Business*, D. Grayson

# Motivadores y Catalizadores



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

## Creación de Valor (Proactiva)

Ventaja competitiva  
Desarrollo de nuevos mercados  
Desarrollo de nuevos productos  
Reputación & Marcas  
Buena voluntad

## Valor/Misión

Hacer lo correcto  
Legado  
Comunidad  
Misión Social  
Valores

Ciudadanía  
Empresaria

## Cumplimiento (Reactivo)

*Involuntario – Regulado*  
Regulación  
Demandas judiciales  
*Voluntario – Social*  
Activismo  
Mala prensa  
Normas Sociales: “Todo el mundo lo hace”  
Mitigación de riesgos

## Intereses de los actores involucrados Mercado y No-Mercado

Comunidad/Vecino elegido  
Clientes  
Trabajo (Temas de RH, sindicales,  
prácticas laborales justas)  
Proveedores

# El Rol de la Empresa



## La RSE es ...

### Importante

*“No creo que las empresas se deberían enfocar solamente en el éxito comercial. Su existencia está estrechamente ligada al bienestar de las comunidades donde operan.”*

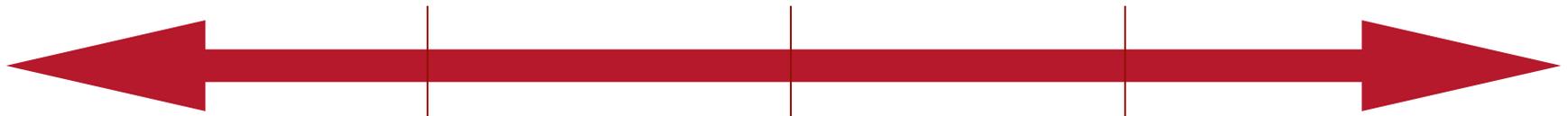
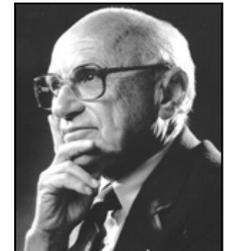
*Mark Benioff, CEO de Salesforce.com*



### Absurda

*“Usa el dinero que le corresponde a los accionistas”*

*Milton Friedman,  
Premio Nobel  
Economista*



# El “Caso del Negocio” de la RSE



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

Mantener la  
“Licencia para  
Operar”

Apoyo a Ventas,  
Marketing y  
Relaciones con  
Clientes

Construir  
Reputación

Apoyo a  
Recursos  
Humanos

Apoyo a la  
Innovación y  
Desarrollo de  
Mercados

Relación con  
Desempeño  
Financiero de la  
Empresa

# Expectativas de los Consumidores

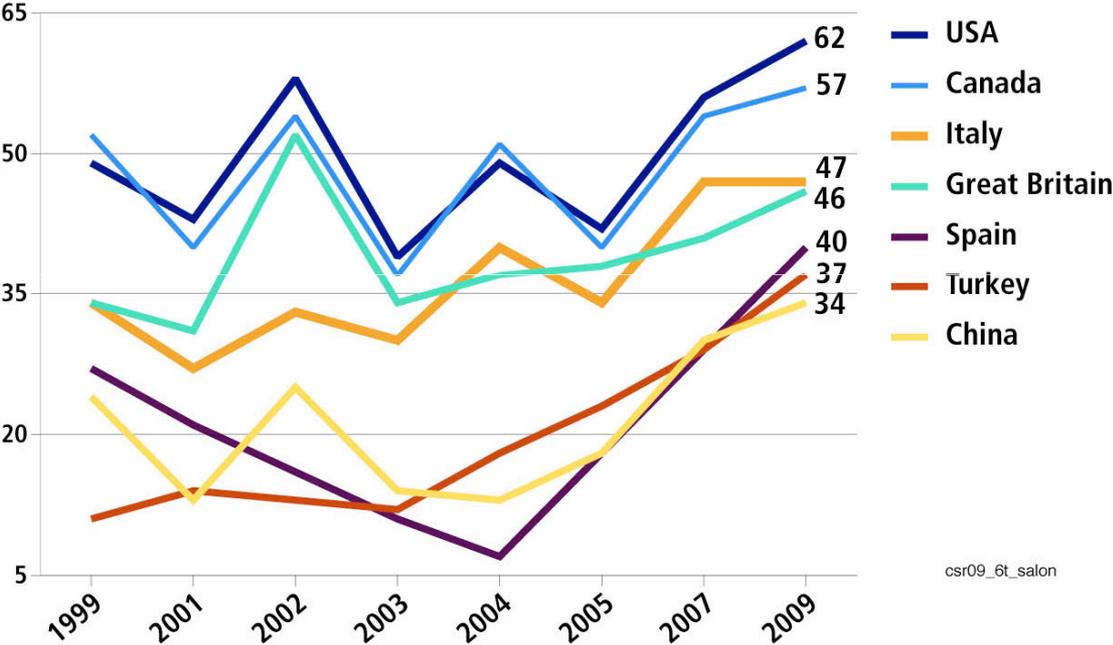


CSR  
Monitor  
2009

Corporate Social Responsibility Monitor 2009

## Punished Companies Seen as Socially Irresponsible

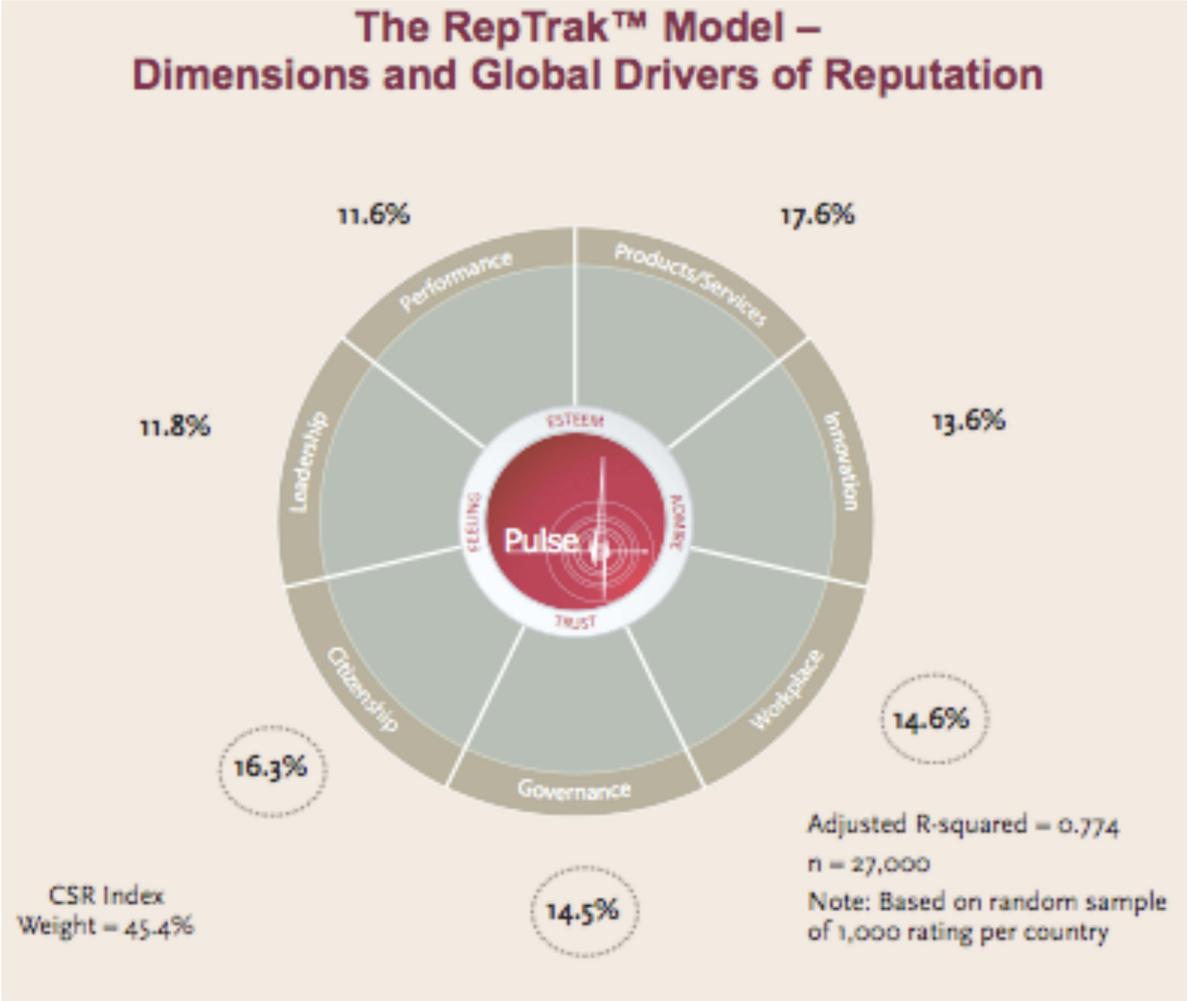
“Have Done,” Increases: 1999–2009



csr09\_6t\_salon



# La RSE: Factor Clave que Determina la Reputación de la Empresa



Fuente: Boston College Center for Corporate Citizenship y Reputation Institute. *Building Reputation Here, There and Everywhere*, 2009.

# Beneficios Estratégicos



- **Comercial:** mejora imagen pública, reputación, facilita acceso a mercados globales, aumenta ventas al diferenciar productos y servicios, anticipa tendencias, fideliza clientes.
- **Legal:** mejora entendimiento de requerimientos legales y exigencias de reguladores, reduce presión de agencias fiscalizadoras.

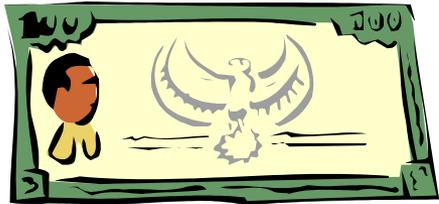
# Beneficios Estratégicos



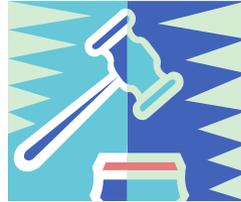
BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship

- **Laboral:** facilita reclutamiento de personal de primer nivel y retención de talentos, genera relaciones de largo plazo con personal de trabajo, alinea expectativas individuales con empresa.
- **Financiero:** incrementa confianza de accionistas, mejora percepción de riesgo, facilita acceso a financiamiento, facilita obtención de socios estratégicos y facilita atracción de inversiones

# Actores involucrados (Stakeholders)



Accionistas



Gobierno



Medio Ambiente

Público



Interno



Proveedores

Clientes



Comunidades



# La RSE Abarca Varias Funciones y Áreas



BOSTON COLLEGE  
CARROLL SCHOOL OF MANAGEMENT  
Center for Corporate Citizenship



# Decisiones a Tomar: Participación con la Sociedad



# Dimensiones de la RSE



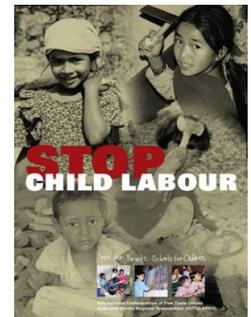
- Concepto de RSE
- Estrategia
- Liderazgo
- Estructura
- Manejo de asuntos
- Relaciones con stakeholders
- Transparencia

- Fuente: Stages of Corporate Citizenship, Boston College Center for Corporate Citizenship

# Líneas Temáticas de la RSE



- Gobernabilidad (Ética, Códigos de Conducta, Reporte Social)
- Política Pública
- Medioambiente
- Colaboradores (Derechos Humanos, Trabajo Infantil, Salud y Seguridad, Trabajo y Vida, Diversidad)
- Proveedores
- Marketing Responsable
- Comunidad



# Modelo de Sustentabilidad (Hoja de Balance Triple)



## Económica

- Salud financiera
- Su "huella" económica



## Social

- Comunidad
- Derechos Humanos
- Empleados
- Cadena de aprovisionamiento
- Compromiso con los actores involucrados
- Responsabilidad por el producto



## Ambiental

- El "nuevo" desarrollo sustentable
- Actores ambientales involucrados
- Ciencia e ingeniería

# Un Marco de Gestión



Corporate Citizenship Management Framework™

# Pensamientos finales....



## La RSE *no es...*

- Una tendencia (movimiento) que va a reemplazar al gobierno o a las organizaciones de la sociedad civil
- Un grupo de programas que se deben cumplir
- Un programa de ayuda filantrópica



## La RSE es...

- Un compromiso que las empresas adoptan de integrar los valores corporativos en todos los aspectos del negocio
- Una forma estratégica de operar basada en la transparencia y la responsabilidad
- Un modelo de gestión con estructuras visibles que ayuda a crear relaciones de confianza con los distintos stakeholders



**Gracias!**

Celina Pagani-Tousignant

[celina@normisur.com](mailto:celina@normisur.com)

Teléfono: 415-459-6747