



# **La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en el Siglo XXI**

**Lic. Celina Pagani-Tousignant**

**Profesora: Boston College Center for Corporate  
Citizenship**

**Presidente: Normisur International**

**Ciudad de Panamá, Panamá**

**Marzo del 2008**



# ¿Qué es el Centro?

**El Boston College Center for Corporate Citizenship (BCCCC)** es una organización de investigación. Trabajamos con corporaciones globales para ayudarles a definir, planificar y organizar su ciudadanía empresarial. Nuestra misión es ayudar a las empresas a aumentar sus bienes sociales, económicos y humanos para asegurar a la vez su éxito y un mundo más justo y sostenible.

## Executive Education



Our programs produce business leaders who know how to unite a corporation's citizenship and business strategies.

**Learn more.**

## Membership



Become part of a global peer-to-peer network of nearly 4,000 members from more than 300 companies.

**Learn more.**

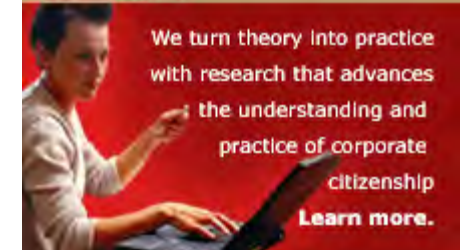
## Knowledge Center

From cutting edge research to practical tools and publications, this is where you find the information you need.

**Learn more.**



## Research



We turn theory into practice with research that advances the understanding and practice of corporate citizenship.

**Learn more.**

## Convenings



Stay abreast of new ideas and opportunities. Discuss issues with your peers in other corporations.

**Learn more.**



## ¿Con quiénes trabajamos?



- 350 Compañías Miembro



- ONGs, Grupos (Think tanks)  
y Fundaciones





# ¿Qué significa para Ud. la RSE?

**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?

Cómo transmite sus valores básicos una compañía:

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



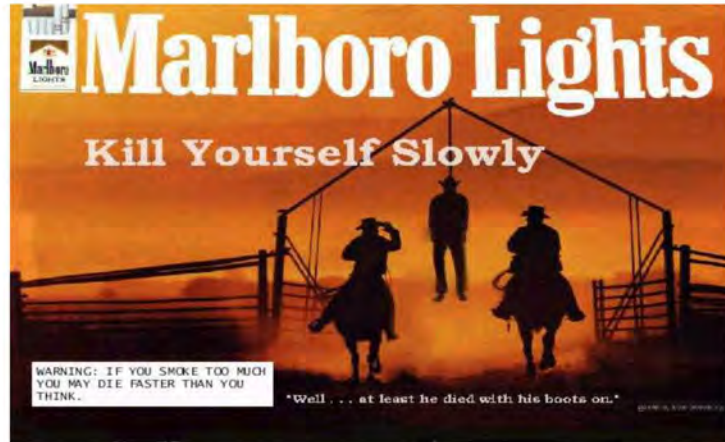
## ¿Por qué la RSE ... y por qué ahora?

- 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”





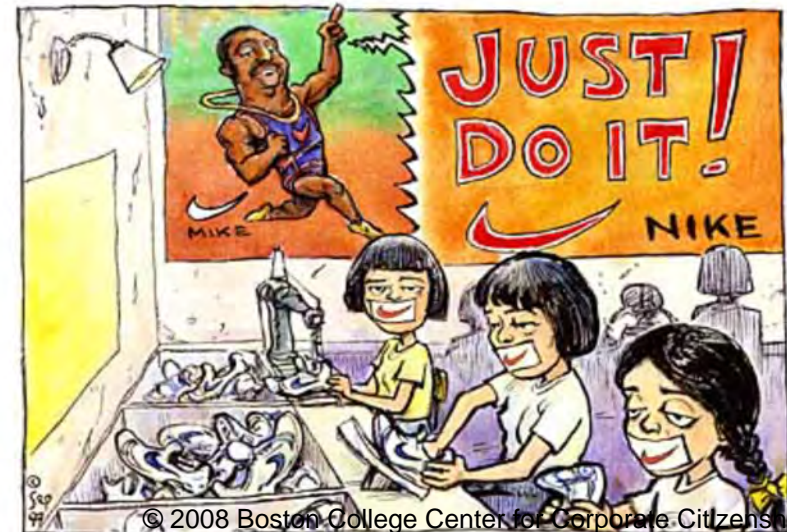
# El Desafío del Desarrollo Global: ¿ Son las compañías el problema?



gapsucks.org



2001  
Genoa





# El Desafío del Desarrollo Global

**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 de las economías en desarrollo?



\*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
Daimler 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

## 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



# Gestionando tres hojas de balance (Triple Bottom Line)



## 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

# El “Caso del Negocio” de la RSE



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



# 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.



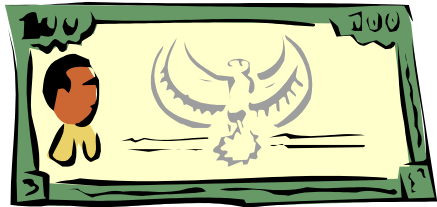
# Beneficios Estratégicos

- **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

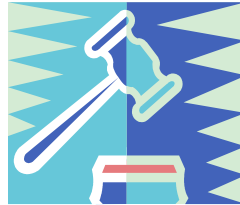




# Actores involucrados (Stakeholders)



Accionistas



Gobierno

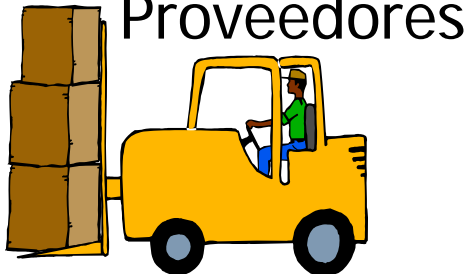


Medio  
Ambiente

Público



Interno



Proveedores

Clientes



Comunidades





# La RSE abarca varias funciones y áreas





# Dimensiones de la RSE

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



# 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