



Estudio sobre Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas al Consejo Empresarial de América Latina (CEAL)

INFORME FINAL



Elaborado por Forum Empresa

29 de noviembre de 2013

Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo	3
Introducción	5
Contexto	5
Definición de Responsabilidad Social Empresarial	5
Otros términos importantes	6
Estándares de Responsabilidad Social	7
Qué se espera de las empresas de hoy frente a la RSE	9
Algunas cifras sobre RSE en América Latina	10
Problemáticas y Tendencias de RSE en Latinoamérica	12
Objetivos del Estudio	13
Metodología	13
Descripción del Estudio	13
Ficha Técnica	13
Resultados	16
Apartado Educación	26
Ficha técnica	26
Resultados	28
Programas de RSE que promueven la educación	32
Conclusiones	36
Propuestas y Recomendaciones	37

El “Estudio sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas al Consejo Empresarial de América Latina (CEAL)” tiene como propósito conocer las prácticas y programas de las empresas miembro del CEAL en materia de Responsabilidad Social Empresarial para facilitar la réplica de experiencias exitosas, así como de consolidar información que guíe el debate en torno a los retos y oportunidades existentes para la red de empresarios frente a acciones socialmente responsables y sostenibles.

El Estudio fue comisionado por el CEAL a Forum Empresa, se realizó en los meses de octubre y noviembre de 2013 y permitió documentar datos primarios sobre si existen o no prácticas socialmente responsables en las empresas afiliadas al CEAL. Se envió una invitación electrónica al 100% de los miembros del CEAL y al final se obtuvo una muestra de 89 empresas. (Pequeñas, medianas y grandes empresas, nacionales, multinacionales y multilaterales, con operaciones en 29 países de América y el Caribe y de diferentes sectores de la economía y miembros activos del CEAL). La encuesta fue diligenciada de manera online, a través de la plataforma SurveyMonkey y, en su mayoría, por presidentes de las empresas, gerentes generales, gerentes de asuntos corporativos, de sostenibilidad y RSE.

El cuestionario se estructuró específicamente de acuerdo a las materias fundamentales de la RSE sugeridas por la Guía Iso 26000, es decir, no se incluyeron los asuntos relacionados con cada materia y que sugieren las acciones concretas que las empresas deben ejecutar. De acuerdo a esto, se aclara que la información obtenida es de carácter primario y no permite conocer la pertinencia, calidad e impacto de las prácticas adelantadas por las empresas. En este sentido se realiza una primera propuesta: buscar la oportunidad de profundizar la información para tener más certeza del significado de la RSE para las empresas, su nivel de relacionamiento con la estrategia de negocio y la pertinencia y calidad de las prácticas socialmente responsables de las empresas.

2

En general los resultados demuestran una destacada apertura frente a la RSE; la mayoría o el 97% de las empresas afirmaron estar implementando prácticas socialmente responsables, presentando una mayor tendencia a priorizar acciones que favorecen a la comunidad, relacionadas con educación. De otro lado, se observa menor tendencia hacia las materias de derechos humanos, operaciones justas y medio ambiente.

La información aportada sobre los programas más destacados sobre de RSE se relaciona en su mayoría con programas que promueven la educación formal, el buen uso del tiempo libre y la promoción del deporte entre niños y adolescentes. Se destacaron dos programas: (i) “un computador por niño”, de la empresa Lafise y, (ii) Cocinas – Bodegas, de la empresa Cargill.

Forum Empresa es una alianza de organizaciones empresariales enfocadas en la Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial. Creada en el 1997, su meta es la promoción de prácticas de negocio responsable y la creación de una comunidad empresarial innovadora y sostenible en el continente americano. Integra a 16 organizaciones (12 de las cuales son Capítulos Nacionales de Forum Empresa en su país) en 15 países de la región que congregan a cerca de 3.500 empresas desde Estados Unidos hasta Chile. Más información en www.empresa.org

A partir de los resultados surge la pregunta de por qué se presentan tan altas tasas de respuestas positivas en cada pregunta del presente estudio. Otros estudios en la región demuestran que las empresas van por buen camino en su adopción de buenas prácticas y las empresas que afirman tener política de RSE no superan el 80%. También, llama la atención que la mayoría de los programas representativos enviados por las empresas, están relacionados con educación, con lo que surge una nueva pregunta sobre qué tanto están innovando las empresas en materia de RSE. Como posibles respuestas a estas situaciones se pueden mencionar las siguientes: (i) falta de conocimiento sobre el significado actual de la RSE y nuevas tendencias; (ii) persistencia de una visión tradicional o filantrópica de la RSE y, (iii) falta de conocimiento sobre las oportunidades de negocio que ofrece la RSE.

Lo anterior presenta una gran oportunidad para las empresas y para el CEAL. Es cierto el interés de las empresas para involucrarse en prácticas socialmente responsables y sostenibles y en ese sentido se propone:

- **Crear espacios de formación y discusión en torno a la RSE.** Es fundamental lograr un consenso sobre el significado actual de la RSE, principios y beneficios que esta genera, más aún, si se está buscando replicar regionalmente iniciativas exitosas y novedosas. Sería interesante plantear un plan de trabajo, gestionado por un Comité de RSE, dividido en etapas temáticas, que informe y forme a las empresas en temas estratégicamente seleccionados. Lo anterior, con el fin de alcanzar una nueva visión que impulse prácticas de RSE innovadoras, alineadas con el negocio, la sociedad y el medio ambiente, e impulse en el futuro, iniciativas sectoriales o temáticas, de referencia en la región.
- **El CEAL como interlocutor y líder empresarial frente el desarrollo sostenible de América Latina.** El CEAL y su red de empresas cuentan con las condiciones ideales para convertirse en el interlocutor del sector privado ante organismo regionales que apoyan el desarrollo sostenible como el BID, la CAF, Avina. Empezar iniciativas socialmente responsables y sostenibles con el apoyo técnico de dichos organismos puede multiplicar el impacto positivo de las acciones y dotar a las empresas de nuevas herramientas y conocimientos que les permitan convertirse en punto de referencia para otros grupos.
- **Reflexionar sobre la pertinencia de los programas educativos.** La labor del CEAL en la promoción de la educación es muy importante. Actualmente las empresas cuentan con programas de largo plazo y que han demostrado ser positivos para las comunidades. A pesar de los resultados, sería interesante convocar a una reflexión sobre la pertinencia de los programas educativos promovidos por las empresas y preguntarse si ¿están alineados con la estrategia de negocio? ¿Aportan al desarrollo de habilidades y competencias que exigen hoy en día a sus colaboradores las empresas de la región? ¿Están respondiendo a la realidad que viven niños y adolescentes? Podría plantearse este ejercicio en alianzas con Universidades y organizaciones que promuevan la educación y facilitar la búsqueda de soluciones conjuntas o alternativas innovadoras a las necesidades identificadas.

Introducción

El siguiente informe presenta los resultados del “Estudio sobre prácticas de responsabilidad social empresarial de las empresas afiliadas al CEAL”, el cual fue comisionado por el Consejo Empresarial de América Latina (CEAL) a Forum Empresa en Septiembre del 2013.

El propósito del Estudio es conocer las prácticas de las empresas miembro de CEAL en materia de Responsabilidad Social Empresarial, documentar algunos programas sobre buenas prácticas empresariales relacionados con educación y de esta forma ofrecer información consolidada a los miembros de CEAL sobre las acciones socialmente responsables de sus pares en América Latina y favorecer el debate en torno a retos y posibilidades de mejora en los negocios.

Previo a la presentación de los resultados, se hace una explicación del contexto actual de la RSE, partiendo desde su definición, continuando con algunos estándares internacionales en la materia, cifras relevantes de América Latina y cerrando con las nuevas tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial. El informe también incluye una sección con los resultados de una encuesta previa sobre prácticas de educación a 20 empresas del CEAL así como dos programas empresariales destacados en la materia. Como cierre del informe se plantearon conclusiones y recomendaciones a manera de reflexión sobre la orientación estratégica de los programas de RSE.

Contexto

4

Con el objetivo de aportar elementos de contexto al estudio, facilitar el análisis de los resultados de la encuesta y la orientación de las recomendaciones, se presenta a continuación una revisión sobre el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, términos importantes, cifras y estándares relevantes y tendencias en la materia en América Latina y el mundo.

Definición de Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a la Guía ISO 26000, la responsabilidad social es la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, que toma en consideración las expectativas de sus partes interesadas, que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y que está integrada en toda la organización y se lleva a la práctica en sus relaciones”.

Forum Empresa es una alianza de organizaciones empresariales enfocadas en la Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial. Creada en el 1997, su meta es la promoción de prácticas de negocio responsable y la creación de una comunidad empresarial innovadora y sostenible en el continente americano. Integra a 16 organizaciones (12 de las cuales son Capítulos Nacionales de Forum Empresa en su país) en 15 países de la región que congregan a cerca de 3,500 empresas desde Estados Unidos hasta Chile. Más información en www.empresa.org

Es preciso anotar que esta no es la única definición de RSE, existen diferentes interpretaciones y puntos de vista. Para este informe se escogió la definición de la Guía ISO 26000 puesto que es el estándar más ampliamente aceptado. Por otra parte, la estructura de la “Encuesta sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas a la Asociación Consejo Empresarial de América Latina (CEAL)” tomó como referencia este estándar.

A pesar de las diferentes definiciones de RSE, la mayoría comparten los principios que deben orientar las acciones empresariales socialmente responsables. Estos son: el respeto por la legalidad, por los grupos de interés y los derechos humanos, además, ser transparentes y rendir cuentas permanentemente, todo esto enmarcado en el principio de la voluntariedad (estar convencido de lo que se hace es lo correcto) y la creación de valor. Igualmente existe consenso en los beneficios que trae ser socialmente responsable: mayor reputación y confianza, calidad y productividad, así como una mayor lealtad de los colaboradores, mayor adaptación al cambio y por su puesto un aporte al desarrollo sostenible.

Otros términos importantes

- **Grupos de interés:** cualquier persona o grupo interno o externo a la organización que pueda afectar o ser afectado por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de esta. Se utiliza también la expresión “partes interesadas” o “stakeholders” para referirse a este mismo concepto. Ejemplo: accionistas, empleados, clientes, proveedores, competidores, comunidad, gobierno, medios de comunicación.
- **Filantropía:** donación voluntaria de recursos por parte de la compañía a causas sociales de diversa naturaleza.
- **Acción social:** es la estrategia sostenida de inversión en la comunidad que trata de alinear los objetivos empresariales con las necesidades sociales, ambientales y económicas de la comunidad en la que opera la empresa, con la finalidad de promover los intereses a largo plazo de la empresa y reforzar su reputación.
- **Sistema de gestión de RSE:** herramienta destinada a implementar la estructura organizativa, los procedimientos y las actuaciones concretas que permitan llevar a efecto la política de RSE de la organización.
- **Sistema de gestión ambiental:** parte del sistema de gestión de la empresa que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desenvolver, implantar, llevar a cabo, revisar y mantener al día la política ambiental.
- **Memorias de sostenibilidad:** instrumento eficaz para la toma de decisiones y como herramienta fundamental para la comunicación de la triple cuenta de resultados de una organización, es decir, la que une la dimensión económica, la dimensión ambiental y la dimensión social. Informe de carácter público que las compañías ofrecen a sus partes interesadas, tanto internas como externas, sobre su posición corporativa y de sus actividades en las tres dimensiones de sostenibilidad: económica, ambiental y social.

Junta de Galicia. [En línea] <http://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=20&lang=es> [Consulta: 3 de octubre, 2013]

- **Inversión socialmente responsable:** es la inversión que restringe su universo al de las empresas capaces de acreditar buenas prácticas en materia de RSE.
- **Desarrollo sostenible:** formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.
- **Comercio justo:** operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial.
- **Negocios inclusivos:** estrategia empresarial según la cual se hace participar provechosamente a las comunidades de bajos ingresos en las cadenas de valor de las empresas y se desarrollan productos asequibles y servicios que satisfagan las necesidades de estas comunidades en beneficio de su calidad de vida.
- **Consumo responsable:** elección de los productos y servicios no sólo por su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran.

Estándares de Responsabilidad Social

Diferentes organizaciones a nivel mundial han desarrollado estándares, tanto normas, guías e indicadores relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, que buscan unificar términos, definir buenas prácticas de RSE, tanto de gestión como de reporte, y medir los avances de las empresas en su implementación. Algunos de los estándares más reconocidos son:

ISO 26000

- **Organización:** ISO.
- **Objetivo:** ser una guía técnica directriz para la implementación de medidas de responsabilidad social aplicable a todo tipo de organizaciones. Es una guía de adhesión voluntaria, no es una norma certificable y aplica para organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro; grandes, medianas y pequeñas.
- **Aceptación:** es una guía reconocida a nivel mundial.

Considerando que la “Encuesta sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas la Asociación Consejo Empresarial de América Latina (CEAL)” se construyó teniendo como referencia la ISO 26000, explicaremos más esta norma a continuación:

Esta guía ofrece orientación sobre los principios y 7 materias fundamentales de responsabilidad social y de esta forma guiar a las organizaciones en la integración de la RS a sus objetivos de negocio y operación. Las 7 materias son:

1. **Gobernanza:** incorporación de principios de la RS en la toma de decisiones de la organización
2. **Derechos Humanos:** reconocer y respetar los DDHH a favor de la equidad y la justicia social.
3. **Prácticas laborales:** generar un trabajo enriquecedor y productivo en beneficio del desarrollo humano.
4. **Medio Ambiente:** la educación ambiental y la creación de capacidad son fundamentales para promover el desarrollo de la sociedad y estilos de vida sostenibles.
5. **Prácticas justas de operación:** Conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones
6. **Asunto de consumidores:** minimizar riesgos por el uso de productos y servicios, información precisa sobre usos, reparación y disposición final, educar al consumidor y proteger su privacidad.
7. **Comunidad:** participación activa de la comunidad para contribuir a su desarrollo.

Global Report Initiative. GRI

- **Organización:** Global Report Initiative
- **Objetivo:** ofrecer un marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad que incluye principios e indicadores para que las organizaciones puedan medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.
- **Aceptación:** es una guía de reporte reconocida a nivel mundial.

Pacto Global

- **Organización:** Naciones Unidas
- **Objetivo:** ofrece 10 principios relacionados con derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, a los cuales las empresas pueden adherir y comprometerse a alinear sus estrategias y operaciones a dichos principios. La adhesión es voluntaria y la implementación no es certificable.
- **Aceptación:** los principios son reconocidos a nivel mundial

DowJones Sustainability Index

- **Organización:** Dow Jones (EEUU)
- **Objetivo:** es un índice que mide el desempeño económico, social y ambiental de empresas que cotizan en bolsa y que hace parte del indicador mundial del Dow Jones.
- **Aceptación:** es un índice bursátil reconocido a nivel mundial, sin embargo, sólo aplica para empresas que coticen en bolsa.

SGE21

- **Organización:** Forética (España)
- **Objetivo:** es una norma certificable que establece los requisitos que se deben cumplir para integrar la Responsabilidad Social en la estrategia y gestión de las organizaciones.
- **Aceptación:** es un índice mayormente reconocido en América Latina y España

SA 8000

- **Organización:** Social Accountability International. SAI
- **Objetivo:** ser un estándar que ayuden a las organizaciones a desarrollar y auditar prácticas laborales socialmente responsables.
- **Aceptación:** es una norma reconocida a nivel mundial y es aplicable a la mayoría de los sectores económicos, excepto el marítimo.

AA1000

- **Organización:** AccountAbility
- **Objetivo:** propone una serie de principios que ayudan a las organizaciones a asumir la responsabilidad de sus acciones entorno a la gobernabilidad, modelo de negocio y estrategia organizacional. Centra su atención en el involucramiento de los grupos de interés y el cumplimiento por parte de la empresa de las expectativas de estos grupos.
- **Aceptación:** La serie de estándares AA1000 sigue siendo una referencia en materia de diálogo con stakeholders sin embargo no tiene mucha visibilidad hacia fuera de la empresa.

Indicadores Ethos

- **Organización:** Instituto Ethos
- **Objetivo:** indicadores sobre RSE que permiten hacer una auto-evaluación sobre una gestión socialmente responsable.
- **Aceptación:** los indicadores Ethos cuentan con reconocimiento principalmente en Brasil y en algunos países de Suramérica.

Qué se espera de las empresas de hoy frente a la RSE

Hace más de dos décadas el tema de la responsabilidad social empresarial ha sido parte de debates y objeto de estudio; se han desarrollado guías y normas técnicas relacionadas con el tema, así como, premios y reconocimientos a las empresas que han avanzado en la implementación de modelos de gestión basados en los principios de la responsabilidad social empresarial.

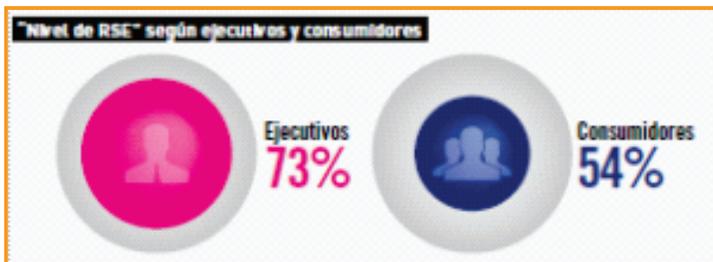
Hoy en día la expectativa de la sociedad, más allá de contar con sellos, certificaciones y premios, y más allá de acciones puntuales, es que la empresa actúe de manera responsable y alineada en su negocio, con la sociedad y el medio ambiente. En este sentido, aboga para que las empresas:

- Sean conscientes de que la empresa no es un ente aislado y, que por el contrario, genera impactos en terceros y estos a su vez afectan a la empresa como tal.
- Crean que deben remediar sus impactos negativos y que es posible, desde el ámbito del negocio, apoyar o potenciar el desarrollo sostenible en la sociedad a través de transferencia de conocimiento, financiación, voluntariado, tecnología, entre otros.
- Crean en las ventajas de las alianzas entre sectores y la unión de esfuerzos para lograr resultados de mayor impacto y sostenibles en el tiempo.
- Consideren la responsabilidad social y la sostenibilidad como ejes transversales en sus objetivos de negocio y así lograr inversiones estratégicas que generen valor agregado tanto a la empresa como a la sociedad.

Algunas cifras sobre RSE en América Latina

En América Latina, según el estudio sobre el “Estado de la responsabilidad social empresarial en América Latina, 2011” los empresarios opinan que el nivel de la RSE está en un 73% (en una escala de 1 a 100), es decir, creen que el avance de las empresas frente a todas las dimensiones de la RSE, como son toma de decisiones y transparencia, relación con la comunidad, medio ambiente, consumidores y relación con trabajadores, es de 73%. A diferencia de los empresarios, los consumidores opinaron que el avance de las empresas es del 54%.

9



El Estado de la RSE 2011 es un estudio cuantitativo que describe las percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas sobre el estado de la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) en América Latina. Más de 3.200 personas completaron la encuesta. Un total de 1.279 ejecutivos y 1.927 consumidores, de 17 países de América Latina, respondieron un cuestionario "online" que se construyó con las dimensiones de RSE y las acciones y expectativas relacionadas de la guía ISO 26.000.

De otra parte, según los empresarios encuestados en el estudio “Estado de la RSE 2011”, las empresas dedicadas al retail, a actividades agropecuarias, a la construcción y a la manufactura son las que más han avanzado en RSE y las dimensiones con mayor desarrollo son consumidores, relación con trabajadores y relación con la comunidad. Al responder a la pregunta ¿cuáles son los principales obstáculos para el avance de la RSE?, los empresarios opinaron que el principal obstáculo es la actitud de las personas ante la RSE (30%) y la falta de confianza en el sector privado (23%).



Revisando estudios nacionales en América Latina sobre RSE, se encuentra que:

- **Colombia:** según la ANDI, la RSE ocupa cada vez un lugar más importante en la agenda empresarial; en el 2011, 78% de las empresas afirmaron contar con una política de RSE, esto comparado con el 73% obtenido en el 2010. Frente a las principales barreras para desarrollar la RSE, opinaron que en primer lugar están los costos asociados y la dificultad de entendimiento de la RSE.
- **Venezuela:** según PwC, la RSE se está integrando a la estrategia de negocio porque existe una política de RSE (43%) y se han definido metas de RSE (32%). El enfoque de la RSE se da hacia salud y bienestar (63%) y educación y capacitación (61%). Resaltan que un 60% opina que en la estrategia de RSE no se tiene en cuenta al Estado y sobre las dificultades para incorporar la RSE opinan que el primer obstáculo es la falta de conocimiento en el tema 43%, la falta de recursos financieros (42%) y la falta de una estrategia de RSE (42%)
- **Costa Rica:** según PwC, Costa Rica ha experimentado un importante avance en materia de RSE; 57% de las organizaciones consideran que la responsabilidad social es un asunto de relaciones públicas muy importante y 83% acordaron que la responsabilidad social es vital para la sustentabilidad y rentabilidad de cualquier compañía. Los temas en los que enfocan las estrategias de RSE son el comportamiento ético (39%), el impacto ambiental (24%) y la transparencia (11%). De otra parte, solo 21% miden y evalúan sus programas de RSE constantemente.

Se tomó información de la “Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial 2012” desarrollada por la ANDI.

http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=69&Id=6&clase=8&Tipo=3

Se tomó información de la “III Encuesta de Responsabilidad Social en Venezuela”, 2011, elaborada por PwC.

<http://www.pwc.com/ve/es/encuestas/assets/pwc-encuesta-rsa2012.pdf>

Se tomó información de “Encuesta de RSE 2011” elaborada por PwC y AED. http://www.pwc.com/es_IA/ia/publicaciones/assets/encuesta-de-rse-2011.pdf

· **Argentina:** según PwC, 76% de las empresas encuestadas en Argentina manifestó que ha integrado la sostenibilidad a su agenda (al menos en parte); 17% declaró que existe la posibilidad de que lo haga en el futuro; y tan sólo el 6% expresó que no tiene ninguna intención de hacerlo. De otra parte, identifican como principales beneficios de la RSE la mejora en la marca y la reputación (43%), seguido del fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés (42%) y de la ventaja competitiva (22%).

Problemáticas y Tendencias de RSE en Latinoamérica

Las empresas en América Latina se enfrentan a retos que van más allá de la calidad y demanda de sus productos o servicios, por ejemplo, el nivel educativo de la sociedad y en particular de la fuerza laboral, la falta de transparencia en las prácticas de negocio o en las relaciones con las instituciones públicas, los índices de violencia que afectan ciudades o regiones rurales o la falta de medidas frente a fenómenos como el cambio climático o el desmedido crecimiento urbano.

Dichos retos al final del día afectan el dinamismo de los negocios, su competitividad y por consiguiente su aporte al desarrollo de los países. A partir de esto, las empresas mediante modelos de responsabilidad social empresarial están abordando, juntos con sus grupos de interés, algunas problemáticas y necesidades identificadas y que les permite generar valor a la empresa y a la sociedad. Entre los temas más recurrentes o las tendencias en RSE son:

- **Cadena de Valor y Pequeñas y Medianas empresas:** apoyar a la cadena de proveedores y contratistas en la mejora de sus prácticas empresariales a través de capacitaciones, cursos, certificaciones, etc.
- **Derechos Humanos y condiciones laborales:** desarrollar capacidades, tanto al interior de la organización como fuera de ella, para garantizar el respeto de los derechos humanos de colaboradores y comunidades impactadas por el negocio, los derechos de los niños y especialmente su vínculo con las prácticas laborales.
- **Violencia e inseguridad:** facilitar herramientas de prevención o resocialización, en particular a jóvenes y niños en situación de vulnerabilidad.
- **Educación:** apoyar la educación de calidad a niños y jóvenes, así como favorecer la continuidad de estudios superiores y reforzar las competencias y habilidades de colaboradores y otros grupos de interés.
- **Emprendimiento:** apoyar emprendimientos, por lo general de grupos vulnerables, a través de capacitaciones, becas y otro tipo de actividades.
- **Medio ambiente y adaptación al cambio climático:** generar mayor conciencia sobre el uso y cuidado de recursos naturales y en ese sentido adaptación de procesos operativos que disminuyan su impacto ambiental.

Es importante mencionar que también existe preocupación y acciones de las empresas para favorecer la transparencia empresarial, la participación en la formulación de políticas públicas, así como, el respeto por el derecho de los consumidores.

*Se tomó información de la "III Encuesta sobre desarrollo sostenible en el sector privado en Argentina. 2013", elaborada por PwC.
http://www.pwc.com.ar/es_AR/ar/sustainability/publicaciones/assets/3-encuesta-sobre-desarrollo-sostenible.pdf*

Objetivos del Estudio

El “Estudio sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas al CEAL” tiene como objetivos:

- Conocer las prácticas de las empresas miembro de CEAL en materia de Responsabilidad Social Empresarial, según las materias de RS de la Guía ISO 26000.
- Documentar programas sobre buenas prácticas de las empresas miembro de CEAL relacionadas con Responsabilidad Social Empresarial y educación.
- Ofrecer información consolidada a los miembros de CEAL sobre las prácticas empresariales socialmente responsables de sus pares en América Latina y favorecer el debate en torno a retos y posibilidades de mejora en los negocios.

Metodología

Descripción del Estudio

El “Estudio sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas afiliadas al CEAL” es un estudio descriptivo que busca documentar, describir y comparar datos, así como explicar la realidad de las prácticas socialmente responsables de las empresas afiliadas al CEAL.

Es importante anotar que el Estudio obtuvo un número aceptable de participación de empresas, lo cual permite caracterizar las prácticas de las empresas y las tendencias en el tema de RSE, sin embargo, los resultados y conclusiones no se pueden aplicar al total de los miembros del CEAL.

Igualmente, es importante resaltar que por las limitaciones de tiempo para llevar a cabo el Estudio, sólo se propusieron preguntas de carácter general sobre las prácticas, más no se indagó por el sentido de comprensión sobre la RSE y el nivel de avance, idoneidad y efectividad de las prácticas.

Ficha Técnica

1. Cobertura

Internacional: empresas con operaciones en América y el Caribe.

2. Fecha

Cuarto trimestre de 2013

3. Características de la muestra

89 pequeñas, medianas y grandes empresas, nacionales, multinacionales y multilaterales, con operaciones en 29 países de América y el Caribe y de diferentes sectores de la economía y miembros activos del CEAL:

El Universo del Estudio es el número de miembros del CEAL, los cuales son 538 empresas.

Tabla 1 Países de operación de las empresas

País	Total empresas	País	Total empresas
Colombia	23	Estados Unidos	6
Honduras	22	Venezuela	6
Panamá	20	República Dominicana	5
El Salvador	17	Puerto Rico	4
Guatemala	16	Bolivia	5
Perú	15	España	3
México	14	Belice	2
Costa Rica	13	Cuba	2
Chile	13	San Martín	1
Nicaragua	12	San Bartolomé	1
Ecuador	11	Martinica	1
Brasil	11	Haití	1
Paraguay	10	Guayana Francesa	1
Argentina	10	Guadalupe	1
Uruguay	7		

Tabla 2 Número de empleados por empresa

Número de empresas por número de empleados

Número de empleados	Total empresas*
Menos de 50	2
51 - 250	16
251 - 1.000	17
1.001 - 10.000	41
Más de 10.000	11

*Total Respuestas: 87 – Omitidas 2

Tabla 3 Número de empresas por nivel de ingresos

Número de empresas por nivel de ingresos

Nivel de ingresos. USD Último año contable	Total empresas*
Menos de 10.000.000	7
10.000.001 – 30.000.000	15
30.000.001 – 50.000.000	12
Más de 50.000.000	49

*Total Respuestas: 83 – Omitidas 6

Tabla 4 Número de empresas por actividad económica

Número de empresas por actividad económica

Actividad económica	Total empresas*	Actividad económica	Total empresas*
Industria Manufacturera	24	Telecomunicaciones	3
Intermediación financiera y seguros	17	Fundaciones y ONG	2
Comercio	11	Turismo, hoteles y restaurantes	2
Construcción	5	Extractivo	1
Holding de inversiones	5	Suministro de electricidad, gas, agua	1
Educación	3	Transporte y almacenamiento	1
Agropecuario	3	Otros	7
Servicios Consultoría	3		

*Total Respuestas: 88 – Omitidas 1

Tabla 5 Número de empresas según extensión de operaciones

Número de empresas según extensión de operaciones

Extensión de operaciones	Total empresas*
Nacional	48
Multilatina	22
Multinacional	18

*Total Respuestas: 88 – Omitidas 1

1. Técnica de recolección de la información

La encuesta fue diligenciada de manera online, a través de la plataforma SurveyMonkey y, en su mayoría, por presidentes de las empresas, gerentes generales, gerentes de asuntos corporativos, de sostenibilidad y RSE.

2. Características del cuestionario

El cuestionario consta de 23 preguntas, 21 de selección múltiple y dos de respuesta abierta. Las preguntas se distribuyeron de acuerdo a las siguientes categorías:

- Información básica de la empresa.
- Información sobre si cuentan con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Prácticas responsables sobre Buen Gobierno.
- Prácticas laborales responsables.
- Prácticas responsables sobre Derechos Humanos.
- Prácticas responsables sobre medio ambiente.
- Prácticas de operación justas y responsables.
- Prácticas responsables con la comunidad.
- Información sobre grupos de interés.
- Información sobre comunicación de la RSE.
- Caso de estudio.

El cuestionario se construyó a partir de la definición y gestión de la RSE propuesta por la Guía ISO 26000.

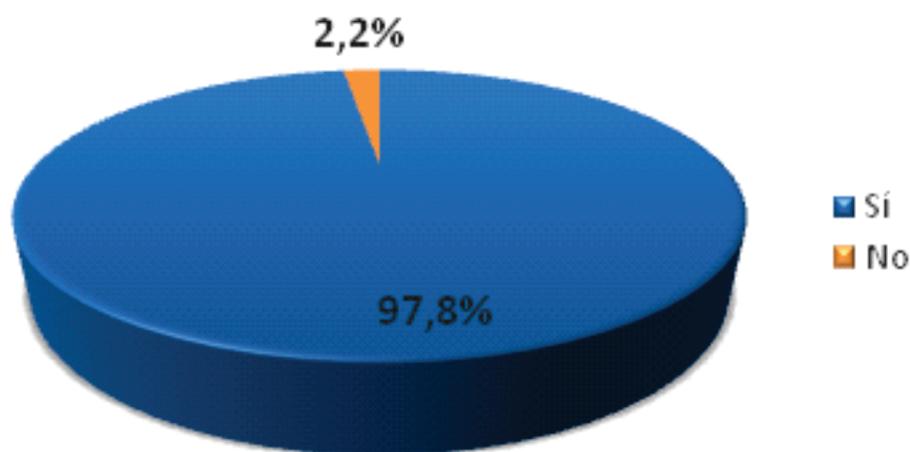
Resultados

A continuación se presentan los resultados del “Estudio sobre prácticas de responsabilidad social de las empresas afiliadas al CEAL”. Para complementar la información obtenida, en algunas preguntas se presentará información detallada por actividad económica, tamaño o localización, así como un análisis cualitativo teniendo en cuenta otros estudios y algunas de las tendencias en RSE.

1. Información sobre si cuentan con prácticas de Responsabilidad Social

¿Su organización cuenta con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Gráfica 1 Empresas que cuentan con prácticas de RSE



- La mayoría de las empresas encuestadas afirma tener prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual es positivo porque demuestran **apertura frente al tema, así como potencial para avanzar hacia nuevos niveles de compromiso**. Sin embargo, estos resultados son considerablemente altos frente a otras mediciones realizadas en la región, con lo cual se haría **necesario profundizar** en cuál es el significado o interpretación de RSE para las empresas y conocer más en detalle el nivel de pertinencia de las prácticas consideradas responsables.
- En general, las empresas participantes de la encuesta desarrollan prácticas socialmente responsables relacionadas con educación, relacionamiento con la comunidad, medio ambiente y gobierno corporativo, ética y transparencia. Muy pocas mencionaron cadena de valor, derechos humanos, emprendimiento, o innovación social. En este sentido, **preocupa el bajo compromiso de las empresas frente a las nuevas formas de ser socialmente responsables**, estas son por ejemplo, involucramiento de la cadena de valor en proyectos de negocios inclusivos, comercio justo, compras locales, innovación social, derechos de los consumidores, entre otros temas que buscan generar a la vez valor social y económico.
- Para el 92% de las empresas la educación es el tema más prioritario en materia de RSE. Este resultado no sorprende si se analiza desde el punto de vista filantrópico, sin embargo, sí inquieta al analizarlo según las nuevas tendencias de la RSE. No se desconoce que los programas educativos generan un gran aporte social, pero es importante llamar la atención sobre el hecho de que la educación no es un eje fundamental de la RSE sino de las distintas actividades que se desprenden de la estrategia de RSE. Nuevamente se insiste en que hoy en día la RSE debe ser concebida por cada empresa como una estrategia alineada al objetivo del negocio y en ese sentido abarcar y priorizar distintos ejes que aporten valor tanto a grupos de interés como a la misma empresa.
- Existe así una gran oportunidad para las empresas del CEAL para revisar sus estrategias, implementar programas innovadores y liderar el desarrollo de las nuevas formas de RSE en la región.

Gráfica 2 Temas prioritarios para la organización en materia de RSE



- Al discriminar los resultados se observa que las empresas de la industria manufacturera tienen como prioridad, la educación y medio ambiente. Por su parte, llama la atención que las empresas del sector financiero y seguros indiquen como tercera prioridad el tema de Gobierno Corporativo, puesto que es un tema crucial para la transparencia en sus operaciones. Esta situación se repite en las multinacionales, las cuales tienen como prioridad educación y medio ambiente.

Tabla 6 Temas prioritarios de RSE según actividad económica

3 temas prioritarios	Manufacturero	Financiero	Comercial
1er	Educación (95.8%)	Educación (88.2%)	Educación (90%)
2do	Medio Ambiente (83.3%)	Relaciones con la comunidad (58.8%)	Salud (60%)
3er	Relaciones con la comunidad (70.8%)	Gobierno corporativo (58.8%)	Medio Ambiente (50%)

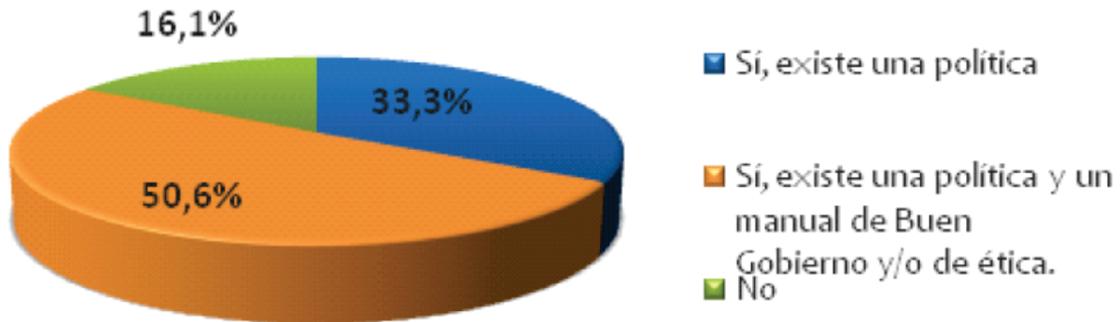
Tabla 7 Temas prioritarios de RSE según extensión de operaciones

3 temas prioritarios	Multinacional	Multilatina	Nacional
1er	Educación (88.8%)	Educación (86.3%)	Educación (95.6%)
2do	Medio Ambiente (72.2%)	Medio Ambiente (72.7%)	Relaciones con la comunidad (58.7%)
3er	Gobierno corporativo (66.6%)	Gobierno corporativo (72,7%)	Medio ambiente (56.5%)

2. Prácticas responsables sobre Buen Gobierno.

¿La organización cuenta con una política de Buen Gobierno?

Gráfica 3 Empresas que cuentan con política de Buen Gobierno y manual de Buen Gobierno

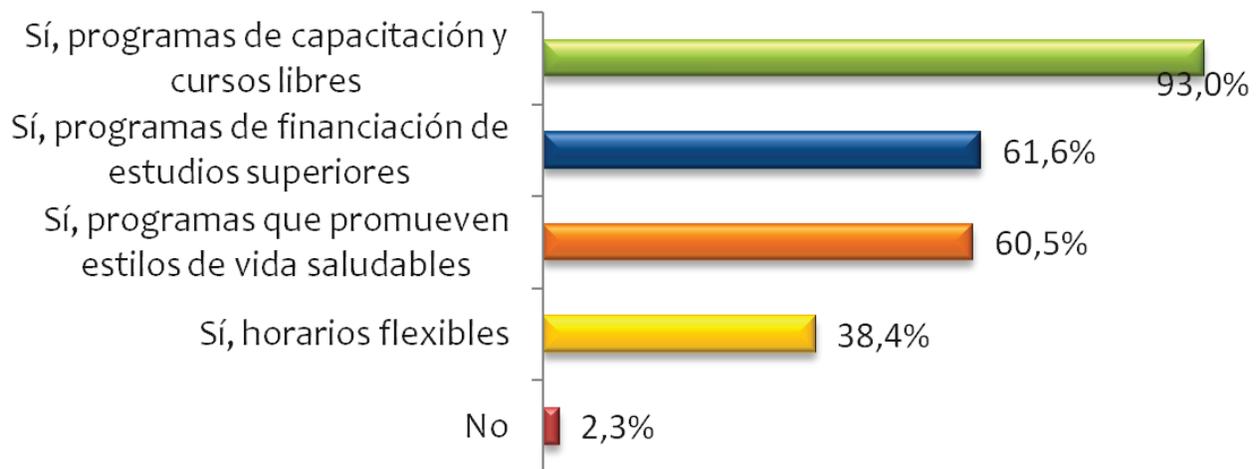


- **La mayoría** de las empresas cuenta con una política de Buen Gobierno y además un manual para su gestión. Esta es una práctica importante para promover reglas claras, transparencia en la toma de decisiones y evitar conflictos de intereses. **Sería interesante** conocer también cómo se divulga, cómo controlan su cumplimiento y qué mecanismos, internos y externos, existen para informar sobre posibles violaciones y sancionar su incumplimiento. Los manuales deben llevarse a la práctica, socializarlos y disponer de instancias que monitoreen su cumplimiento y tomen decisiones sobre cómo promover mejores prácticas empresariales.
- Entre las empresas del sector financiero, **la mayoría cuenta** con política y manual de Buen Gobierno (88.2%), lo cual es una práctica arraigada en el sector dada su naturaleza. Este resultado contrasta con el bajo 58% otorgado en la lista de prioridades de temas de RSE a la opción gobierno corporativo, ética y transparencia. En este caso habría que plantearse si el tema se queda entre la alta gerencia y accionistas o si es divulgado entre todos los grupos de interés.
- **Llama la atención** que entre los holdings financieros sólo 40% cuenta con un manual de Buen Gobierno y, en general entre las grandes empresas, esta práctica sólo la tiene 61% de las empresas. Por su parte, **también es inquietante** el hecho de que 55% de las empresas multinacionales encuestadas no tengan un manual de gobierno corporativo y ética. Cualquier empresa, independientemente de su tamaño debería contar con una política de buen gobierno y ética empresarial; son políticas que favorecen la transparencia en la gestión de la empresa y la gestión de riesgos y que de manera indirecta impactan los niveles de competitividad, reputación y confianza en el mercado.

3. Prácticas laborales responsables.

¿La organización ofrece beneficios a sus colaboradores adicionales a los legales?

Gráfica 4 Tipo de beneficios adicionales a lo legales que ofrecen las empresas a colaboradores

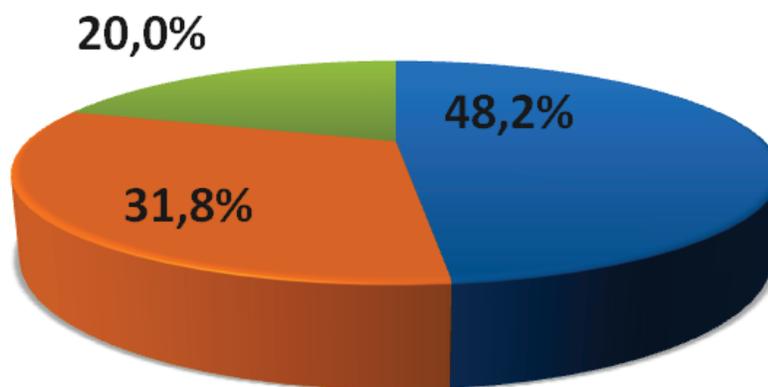


- **Gran parte de las empresas** encuestadas ofrecen algún tipo de beneficio a sus colaboradores, además de los que indican las leyes. **Sobresalen** los programas de capacitación y cursos libres, incentivos económicos, apoyo financiero y afiliaciones a medicina privada. Ofrecer altos salarios ya no es sinónimo de motivación y retención de los empleados; parte de la motivación se relaciona con el ambiente laboral, la proyección profesional, formación intelectual así como la posibilidad de tener un buen balance entre la vida laboral y la personal.
- Al desagregar la información del 92% de las empresas que indicaron tener como prioridad la educación entre sus programa de RSE, **sólo un poco más de la mitad** (61%) de dichas empresas afirma financiar estudios superiores a sus colaboradores y muy pocas (38%) ofrecen horarios flexibles a su empleados, lo cual podría incentivar la realización de estudios complementarios o superiores. De otro lado, y uniendo los resultados de la pequeña encuesta realizada a 20 empresas del CEAL (ver apartado “Educación”, en el presente informe) sobre educación, son muy pocas las empresas que enfocan los programas de educación a sus colaboradores.
- En general, las empresas de América Latina se enfrenta a una fuerza laboral que no cuenta con las habilidades y conocimientos que exigen los puestos de trabajo. Hace falta coherencia entre la educación y las habilidades requeridas por los empleadores a los empleados. En gran parte la solución está en el sistema educativo, sin embargo, las empresas también podrían desempeñar un importante rol en la reestructuración de los modelos educativos y a su vez desarrollar programas internos que incrementen las habilidades y destrezas de futuros o actuales colaboradores y a la vez, se beneficie la competitividad de las empresas y el desarrollo de los empleados al poder aspirar a mejores oportunidades.

4. Prácticas responsables sobre Derechos Humanos.

¿La organización cuenta con una política sobre el respeto de los derechos humanos?

Gráfica 5 Las empresas cuenta con política sobre Derechos Humanos



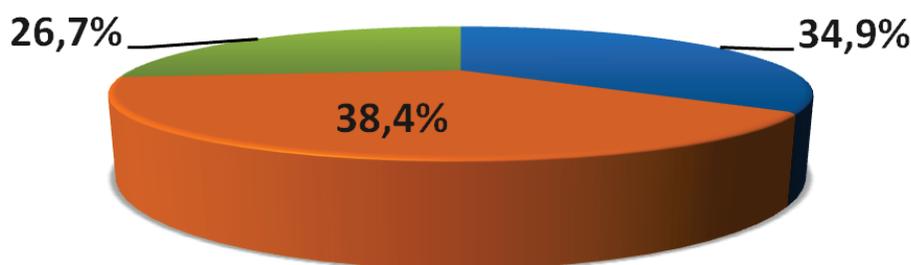
- Sí, existe una política
- Sí, existe una política y canal de quejas y denuncias
- No.

- **80% de las empresas encuestadas afirman** tener una política relacionada con el respeto de los derechos humanos. Es un resultado alto teniendo en cuenta que el tema de derechos humanos y empresa está en la agenda mundial hace pocos años, con la publicación en el 2008 de los Principios Ruggie y, posteriormente en el 2011, los “principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos”, por parte de las Naciones Unidas. Así, es necesario revisar la madurez y nivel de arraigo de las prácticas de las empresas encuestadas que ayudan a proteger los derechos humanos que pueden verse afectados por la operación de las empresas. Muestra de que **aún falta camino por recorrer** en este tema es el hecho de que sólo 31% de las empresas afirman tener un canal de quejas y denuncias.
- A su vez, **es inquietante** por qué de las pocas empresas que indicaron tener como tema prioritario los derechos humanos entre su estrategia de RSE, 24% no tiene una política y sólo 32% de las empresas afirma tener una política y un canal de quejas y denuncias.
- A su vez, **es inquietante** por qué de las pocas empresas que indicaron tener como tema prioritario los derechos humanos entre su estrategia de RSE, 24% no tiene una política y sólo 32% de las empresas afirma tener una política y un canal de quejas y denuncias.

5. Prácticas responsables sobre medio ambiente.

¿La organización ha adoptado una política que oriente su gestión ambiental?

Gráfica 6 Las empresas cuentan con una política que oriente la gestión ambiental



- Sí, existe una política
- Sí, existe una política y una oficina que orienta las prácticas de medio ambiente
- No

Según un estudio del BID, hoy en día las empresas demandan más habilidades socioemocionales que habilidades de conocimiento, y más habilidades de conocimiento que específicas. En este sentido, el Estudio también demuestra cómo las empresas tienen “más problemas para encontrar trabajadores con las habilidades socioemocionales adecuadas para realizar las tareas requeridas. Por otra parte, las firmas reportan menos problemas para encontrar habilidades de conocimientos concretos (matemáticas, lectura y escritura) que para las de conocimientos más abstractos (pensamiento crítico, lenguaje y comunicación). Igualmente registran dificultades para hallar trabajadores con suficientes niveles de responsabilidad y compromiso”. Tomado de: BID. 2012. Desconectados. Pág 161. En: http://www.redetis.org.ar/media/document/bid_desconectados.pdf

Los Principios Rectores se elaboraron para poner en práctica el Marco para “proteger, respetar y remediar”. Ese Marco se apoya en los tres pilares siguientes: 1El deber del Estado de proteger los derechos humanos; 2La responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos; 3La necesidad de mejorar el acceso a las vías de reparación de las víctimas de abusos relacionados con las empresas. Más información en: http://www.ohchr.org/Documents/Publications/HR.PUB.12.2_sp.pdf

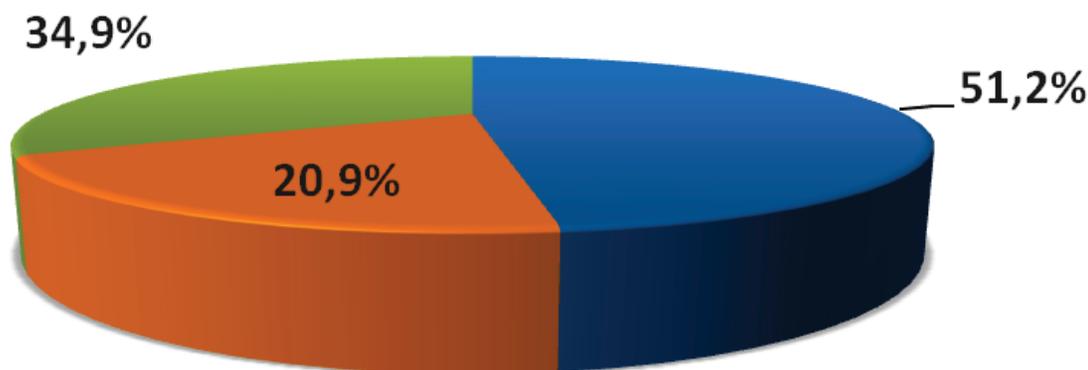
Las empresas, según los Principios Rectores, deben primero establecer una política que articule su responsabilidad de respetar los derechos humanos. Segundo, debe realizar un “proceso de debida diligencia” de los derechos humanos que permita identificar quiénes podrían verse afectados con sus actividades. Tercero, definir acciones que contrarresten dicho impacto, y finalmente, realizar seguimiento y divulgar cada una de sus acciones. El mecanismo de canal de quejas y reclamos es una opción para instaurar un sistema de reclamación, el cual debe ser lo suficientemente robusto para poder atender cualquier reclamación y darle el trámite pertinente según lo establecido en la política de derechos humanos de la empresa.

- Según los resultados, **en general** las empresas cuentan con una política que oriente la gestión ambiental de la empresa, **sin embargo**, 62% no cuenta con un equipo de personas o una oficina que gestione la política u oriente los temas ambientales del negocio. El ideal es que además de la política ambiental se logre avanzar hacia un sistema de gestión ambiental, que más allá de lo técnico, sean actividades integradas y coordinadas y que efectivamente apunten a disminuir los mayores impactos ambientales que genere la operación de la empresa. Por lo menos, las empresas deben trabajar en prevenir la contaminación, hacer un uso sostenible de los recursos y mitigar el cambio climático. Siendo temas especializados, lo más recomendable es tener personal capacitado en el área que pueda orientar cada una de esas actividades.

6. Prácticas de operación justas y responsables.

¿La organización impulsa iniciativas de responsabilidad social entre sus contratistas y proveedores?

Gráfica 7 Las empresas impulsan la RSE entre contratistas y proveedores



- Sí, a manera de capacitación
- Sí, a manera de requisito para ser proveedor de la organización
- No.

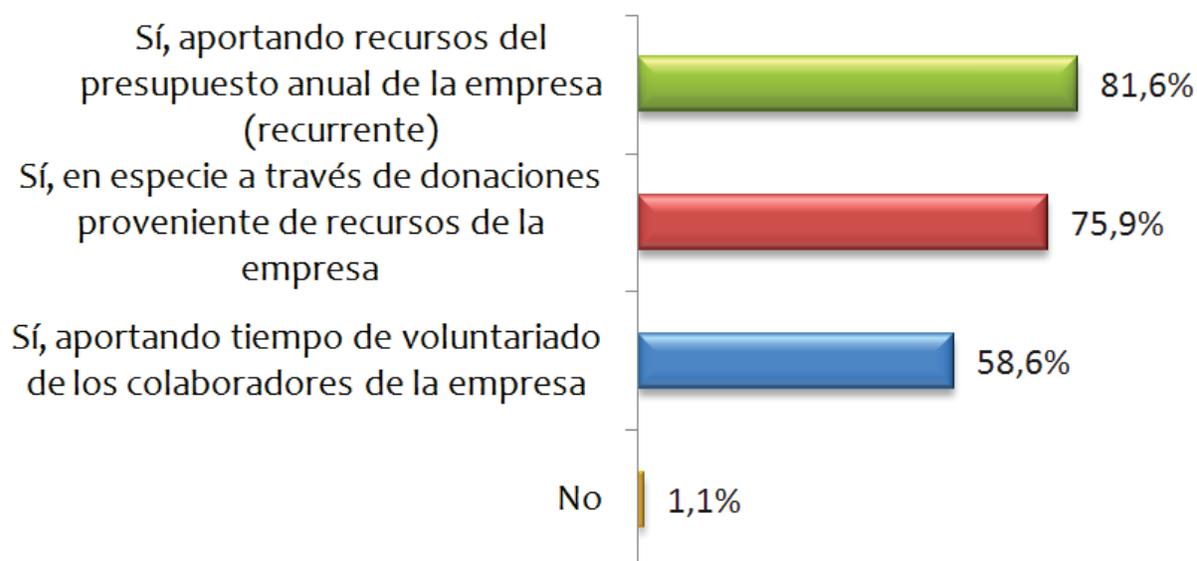
- Un **aceptable número** de empresas (72%) afirma impulsar iniciativas de responsabilidad social entre sus contratistas y proveedores. Aún, la mayoría lo realiza a manera de capacitación y pocas les exigen estándares de RSE a sus proveedores y contratistas como requisitos para ser contratados.
- La cadena de valor, al involucrar proveedores y clientes, es parte fundamental del modelo de negocio. Promover buenas prácticas en la cadena de valor permite impactar positivamente a diferentes grupos de interés y sectores de la economía, como por ejemplo las micro y pequeñas empresas, y a la vez beneficiar directamente la calidad, competitividad y rendimiento del negocio. Parte de la nueva RSE se centra en la cadena de valor: encadenamientos productivos, micro emprendimientos, comercio justo, mercadeo social, consumo sostenible, negocios inclusivos, entre otros.
- Medianas y grandes empresas con amplias cadenas de suministro y un grupo grande de consumidores, como las que conforman el CEAL, tienen una gran oportunidad de ampliar el impacto de sus propósitos socialmente responsables. Al revisar la tendencia entre las grandes empresas manufactureras encuestadas, 80% capacita a sus contratistas y proveedores en RSE y pocas (33%) les exigen esto como requisito para ser parte de su cadena de valor. De otra parte, **preocupa el hecho** de que 50% de las empresas dedicadas al comercio no adelanten ningún tipo de actividad con su cadena de suministro, esto considerando que sus operaciones implican un alto nivel de relacionamiento con proveedores. Lo anterior es consistente con el hecho de que sólo 20% de las empresas de este sector considera prioritario el tema de cadena de valor en su estrategia de RSE.

7. Prácticas responsables con la comunidad.

¿La organización desarrolla actividades que promuevan el desarrollo de la comunidad?

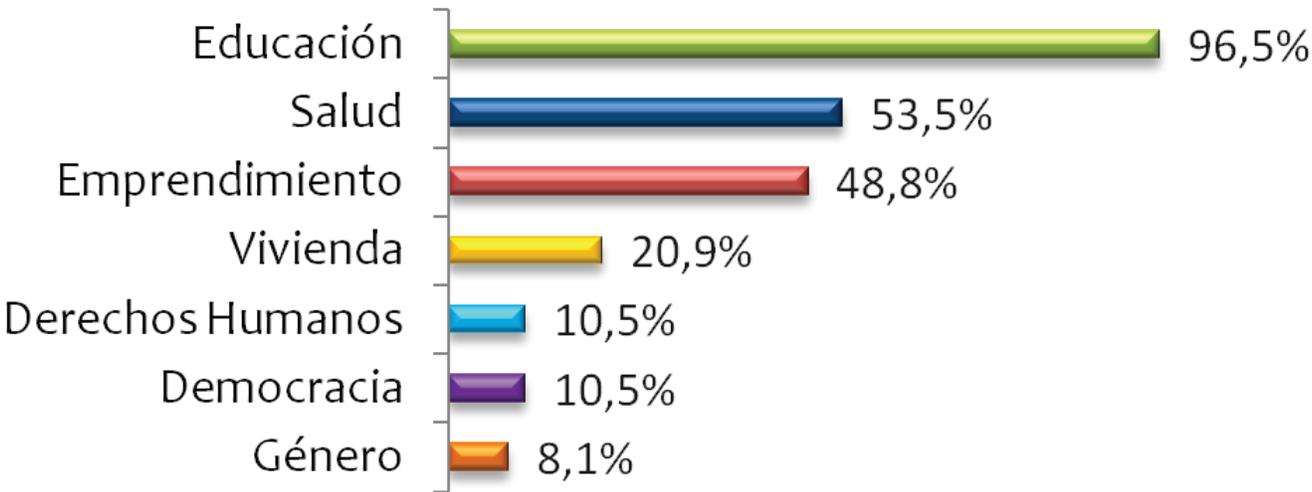
23

Gráfica 8 Formas en que las empresas promueven el desarrollo en la comunidad



- Gran parte de las empresas encuestadas aportan dinero (81.6%), donaciones (75.9%) y tiempo de voluntariado (58.6%) para promover el desarrollo de la comunidad a través de programas de educación (96.5%) y salud (53.5%) principalmente. En la opción “otros”, marcaron tendencia las actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente y actividades formativas y lúdicas para buen provecho del tiempo libre.
- Este hallazgo, sumado al que indica que la educación es la principal prioridad en materia de RSE sugiere pensar que efectivamente el énfasis de la estrategia de RSE de las empresas se centra en aportar al desarrollo educativo de la sociedad, esto sin desconocer los avances en otras áreas. Como se mencionó anteriormente, las empresas hoy en día deben tener una estrategia integral de RSE alineada con la estrategia de negocio y orientada a generar el mayor valor social posible. Por esto es importante recordar que aunque los programas educativos tiene alto valor social, se debe evolucionar de una fase filantrópica hacia la RSE estratégica y que en lo posible integre a todos los grupos de interés de la empresa.

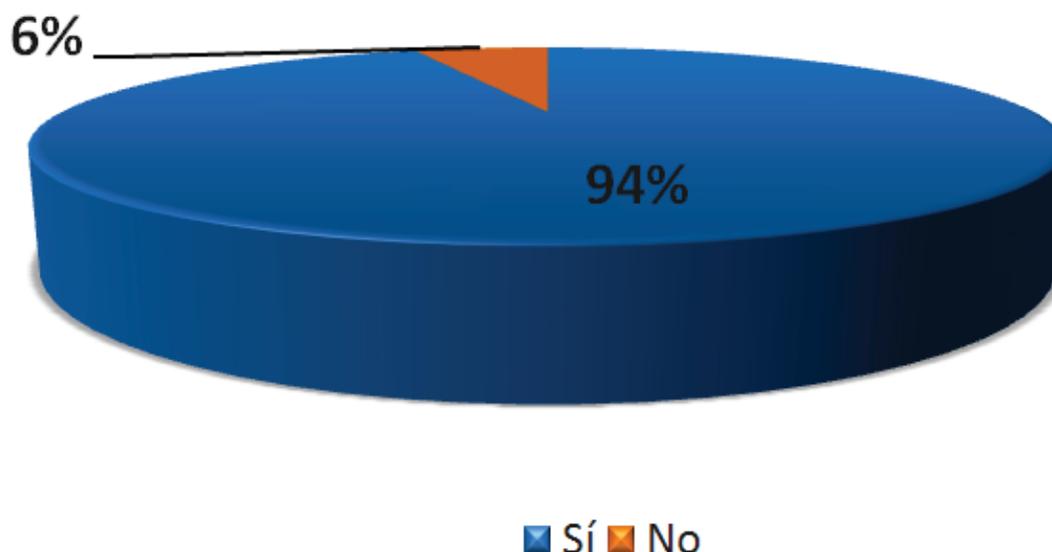
Gráfica 9 Tipos de programas para promover el desarrollo de la comunidad



8. Información sobre grupos de interés.

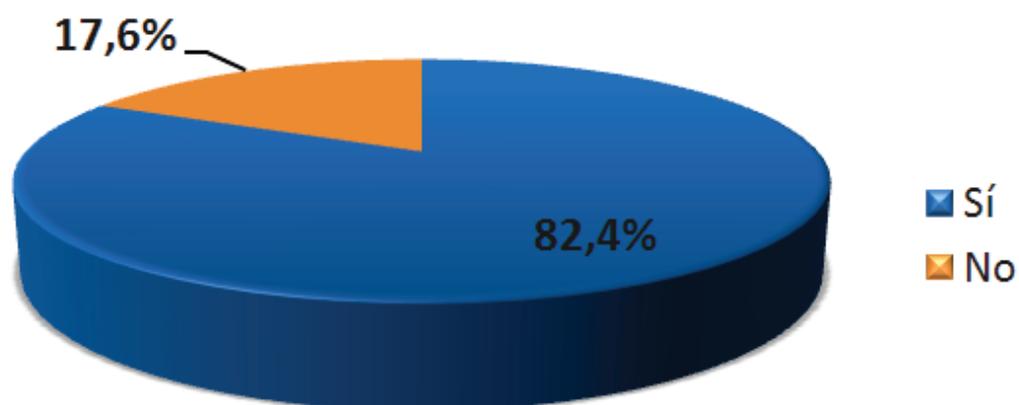
¿La organización tiene identificado sus grupos de interés?

Gráfica 10 Las empresas identifican a sus grupos de interés



- Según el Estudio, **gran parte de las empresas encuestadas tiene identificado a sus grupos de interés** y a su vez, la mayoría dialogan con dichos grupos. Esta tendencia se mantiene en las empresas manufactureras y financieras y disminuye en las comerciales, en donde, 80% tiene identificado a sus grupo de interés y dialoga con ellos. Según tamaño, las grandes empresas también se encuentran dentro de la tendencia general, mientras que las empresas medianas, con un número de empleados aproximado entre 51 y 1.000, indican que 33% de ellas no ha dialogado con sus grupos de interés.
- La identificación de los grupos de interés de la empresa y el diálogo con ellos es fundamental para la responsabilidad social empresarial. Ser socialmente responsables parte de la premisa de que las empresas identifican, conocen y son conscientes de los impactos positivos y negativos que genera su actividad en la sociedad y medio ambiente. A partir de esto y en conjunto con los grupos de interés se establecen acciones que permitan potenciar lo positivo y mitigar lo negativo. El ideal es establecer relaciones de largo plazo con los grupos de interés y de mutuo beneficio, lo cual se logra preservando los principios de respeto, transparencia y rendición de cuentas.

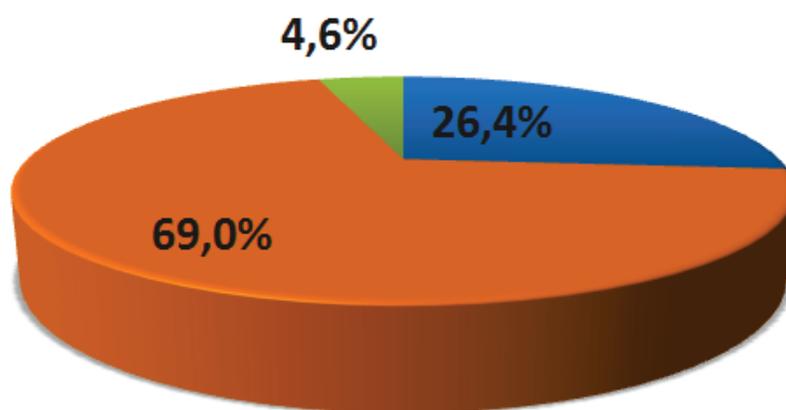
Gráfica 11 Las empresas dialogan con sus grupos de interés



9. Información sobre comunicación de la RSE.

¿La organización comunica interna y externamente su política y acciones de responsabilidad social empresarial?

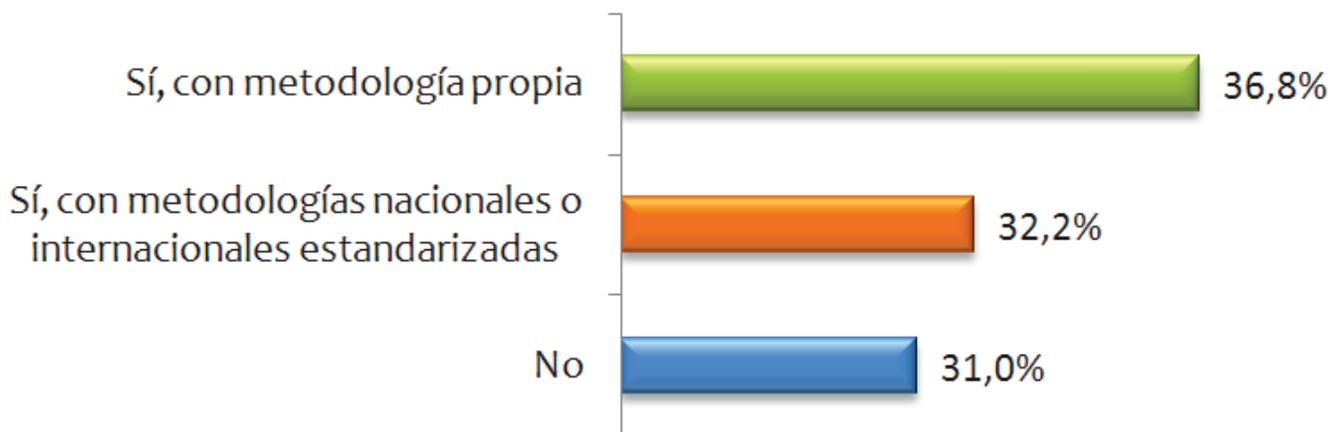
Gráfica 12 Las empresas comunican su política y acciones de RSE



■ Sí, a público Interno ■ Sí, a público interno y externo ■ No

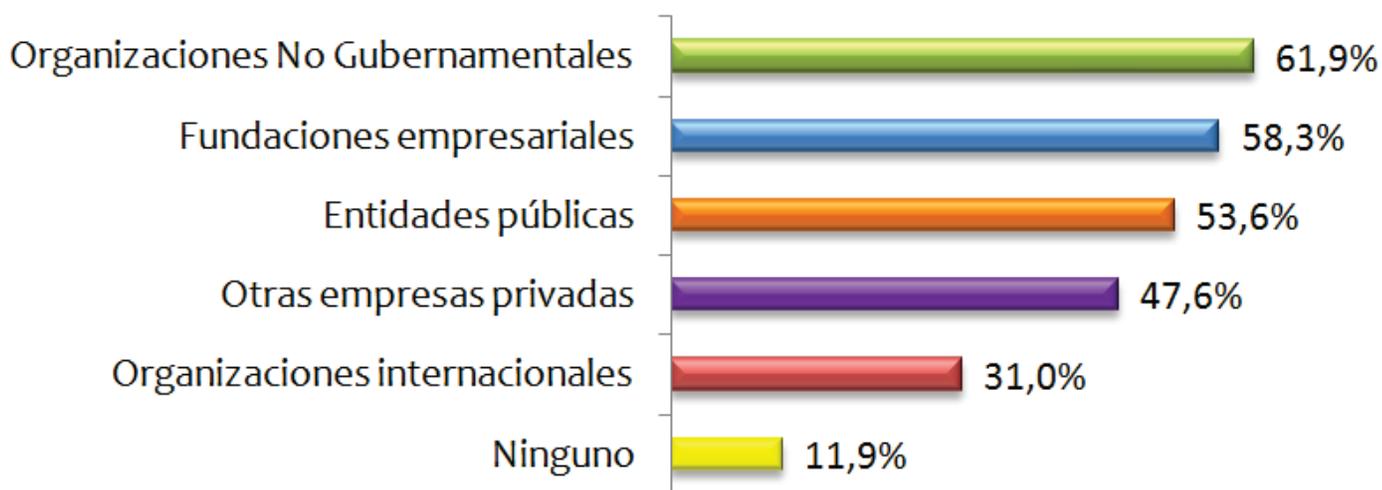
- En general las empresas encuestadas afirman estar comunicando sus actividades y programas de RSE, tanto a público interno y como externo, parte de esta comunicación se realiza a través de los informes anuales de sostenibilidad.
- Los informes de sostenibilidad se han popularizado entre las empresas que buscan presentar sus avances en materia de RSE y ante esto se han desarrollado metodologías para reportar como el Global Reporting Initiative (GRI) o para certificar la veracidad de los informes. Más allá de la forma de estos reportes, lo que se espera es que sean transparentes y que contengan la suficiente información para que los grupos de interés conozcan lo positivo y lo que aún falta por mejorar y en ese sentido también las empresas tengan elementos concretos para la toma de decisiones frente a la estrategia de RSE.

Gráfica 13 Las empresas reportan su avances en RSE



27

Gráfica 14 Aliados o socios de las empresas para implementar programas de RSE



Aprovechando la información obtenida en una encuesta previa al Estudio de este informe sobre acciones de las empresas afiliadas a CEAL que promueven una mejor educación, se presenta a continuación un resumen de los resultados y un breve análisis de los hallazgos de dicha encuesta.

Ficha técnica

- 1. Nombre del Estudio:** Estudio sobre los proyectos de educación de las empresas afiliadas al CEAL
- 2. Cobertura**
Internacional: empresas con operaciones en América y el Caribe.
- 3. Fecha**
Septiembre y Octubre de 2013
- 4. Características de la muestra**
20 pequeñas, medianas y grandes empresas, nacionales, multinacionales y multilaterales, con operaciones en 16 países de América y el Caribe y de diferentes sectores de la economía y miembros activos del CEAL:

Tabla 8 Países de operación de las empresas

País	Total empresas	País	Total empresas
Colombia	2	Costa Rica	1
Honduras	3	Ecuador	4
El Salvador	2	Brasil	1
Guatemala	2	Paraguay	2
Perú	2	Argentina	1
México	1	Estados Unidos	1
Chile	1	Puerto Rico	1
Nicaragua	6	Bolivia	1

Tabla 9 Número de empresas por número de empleados

Número de empresas por número de empleados

Número de empleados	Total empresas*
Menos de 50	5
51 - 250	2
251 - 1.000	4
1.001 - 10.000	7
Más de 10.000	1

**Total Respuestas: 19 – Omitidas 1*

Tabla 10 Número de empresas por nivel de ingresos

Número de empresas por nivel de ingresos

Nivel de ingresos. USD Último año contable	Total empresas*
Menos de 10.000.000	2
10.000.001 – 30.000.000	1
30.000.001 – 50.000.000	0
Más de 50.000.000	16

Total Respuestas: 19 – Omitidas 1

Tabla 11 Número de empresas por actividad económica

Actividad económica	Total empresas*	Actividad económica	Total empresas*
Industria Manufacturera	4	Turismo, hoteles y restaurantes	1
Intermediación financiera y seguros	1	Suministro de electricidad, gas, agua	1
Comercio	1	Transporte y almacenamiento	1
Holding de inversiones	2	Otros	3
Educación	1	Fundación - Ong	3
Agropecuario	1		

**Total Respuestas: 19 – Omitidas 1*

Tabla 12 Número de empresas por extensión de operaciones

Número de empresas según extensión de operaciones

Extensión de operaciones	Total empresas*
Nacional	11
Multilatina	4
Multinacional	4

**Total Respuestas: 19 – Omitidas 1*

5. Técnica de recolección de la información

La encuesta fue diligenciada de manera online, a través de la plataforma SurveyMonkey y, en su mayoría, por presidentes de las empresas, gerentes generales, gerentes de asuntos corporativos, de sostenibilidad y RSE.

Resumen:

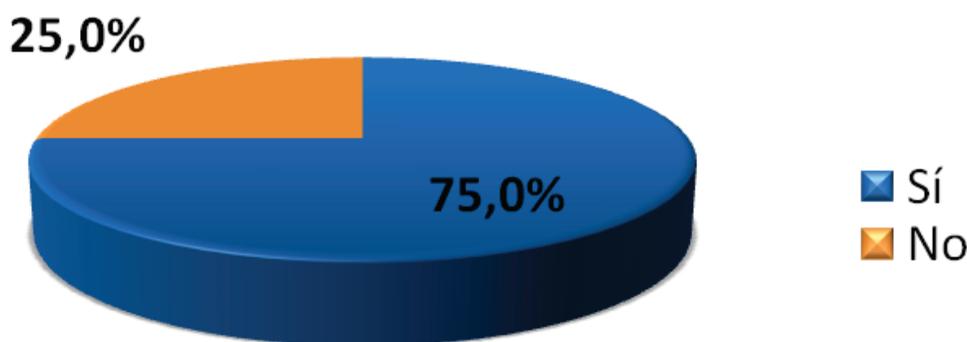
En general, las empresas encuestadas desarrollan programas que promueven la educación con el objetivo de ser socialmente responsables y aportar al desarrollo educativo y de habilidades de futuros colaboradores. Muy pocas empresas lo hacen con el objetivo de mejorar las competencias de sus colaboradores e incrementar sus ingresos. En este sentido, los programas se caracterizan por ser formales y dirigidos a jóvenes, niños y jóvenes adolescentes y enfocados al desarrollo de capacidades y habilidades y a apoyar financieramente programas educativos.

La mayoría de los programas tienen un impacto nacional y demuestran ser estrategias a largo plazo y sostenibles ya que la mayoría lleva implementándolos por más de 10 años. Gran parte de las empresas adelantan los programas en alianzas con otras empresas privada y la mitad de ellas con el sector público. Las empresas realizan inversiones entre US\$ 50.000 y 200.000 o mayores a 500.000 para los programas educativos y las cuales se realizan mediante recursos del presupuesto anual y a través de tiempo de voluntariado de los colaboradores de las empresas.

1. Motivación de las empresas para desarrollar programas de educación

¿La empresa desarrolla programas que tiene por objetivo mejorar la educación?

Gráfica 15 Las empresas desarrollan programas de educación



La mayoría de las empresas desarrolla programas que tienen por objetivo mejorar la educación. Las empresas que no tienen este tipo de programas no lo hacen porque han priorizado entre sus estrategias otro tipo de enfoques, no cuentan con aliados o recursos.

¿Cuál es o ha sido la motivación de la empresa para desarrollar programas que tengan por objetivo mejorar la educación?

Gráfica 16 Motivación para desarrollar programas de educación



La mayoría de empresas invierte en educación por ser socialmente responsable y por invertir en el desarrollo educativo y de habilidades de futuros colaboradores, lo cual puede ser beneficios para el nivel educativo de la fuerza laboral, siempre y cuando los programas estén bien orientados. De otra parte, llama la atención que pocas (26.7%) empresas encuestadas buscan desarrollar programas de educación que favorezca el desarrollo de sus colaboradores, inversión que ayudaría a incrementar productividad, calidad y seguramente los ingresos de la empresa, opción que igualmente marca muy bajo (6.7%).

2. Características de los programas de educación

¿Qué tipo o tipos de educación consideran los programas de la empresa?

Tabla 13 Tipos de educación

Tipos de educación	% de respuestas
Formal	73.3%
No formal	53.3%
Informal	20%

¿Quiénes se benefician de los programas de la empresa que tienen por objetivo mejorar la educación?

Tabla 14 Tipo de beneficiarios de los programas de educación

Beneficiarios	% de respuesta
Jóvenes	73.3%
Niños	66.6%
Jóvenes adolescentes	60%
Adultos	33.3%
Profesores	33.3%
Colaboradores de la empresa	26.6%

Es importante resaltar el hecho de que los programas de educación estén siendo enfocados hacia jóvenes, ya que son quienes son potenciales colaboradores de las empresas y en ese sentido se aporta a mejorar la calidad de sus habilidades y competencias. Sin embargo, nuevamente se observa que las empresas encuestadas poco benefician a sus colaboradores con programas de educación que mejoren sus capacidades y habilidades.

¿Cuál es la orientación de los programas que tienen por objetivo mejorar la educación?

Tabla 15 Orientación de los programas de educación

Orientación	% de respuesta
Desarrollo de capacidades y habilidades	66.7%
Apoyar financieramente programas educativos	60%
Dotación de material didáctico, incluyendo tecnología	53%
Capacitar a profesores	40%
Mejorar la infraestructura física de planteles educativos	33%
Influir en la formulación de política pública educativa	6.7%

¿En dónde se desarrollan los programas de las empresas que tienen por objetivo mejorar la educación?

Tabla 16 Influencia geográfica de los programas de educación

Nivel geográfico	% de respuestas
Nacional	66.7%
Internacional	26%
Local	26%

¿Hace cuánto la empresa viene desarrollando programas de educación?

Tabla 17 Tiempo de antigüedad de los programas de educación

Tiempo	% de respuestas
Menos de 5 años	21.4%
De 6 a 10 años	35.7%
Más de 10 años	42.8%

3. Inversión en educación

¿Cuánto es el monto aproximado de la inversión durante el último año en los programas de la empresa que tienen por objetivo mejorar la educación?

Tabla 18 Inversión promedio en programas de educación

Monto de Inversión US\$	% de respuestas
Menos de US\$ 50.000	21.4%
Entre US\$ 50.001 – 200.000	28.5%
Entre US\$ 200.001 – 500.000	21.4%
Más de 500.000	28.5%

¿Qué tipo de inversión se realiza?

Tabla 19 Tipo de inversión

Tipo de Inversión	% de respuestas
Recursos del presupuesto anual de la empresa	100%
Donaciones provenientes de recursos de la empresa (especie)	42.86%
En tiempo de voluntariado de los colaboradores de la empresa	57,1%
Recursos aportados por los colaboradores de la empresa	21.43%

4. Seguimiento a los programas

¿Su empresa evalúa el impacto de sus programas en educación?

Tabla 20 Tipo de evaluación de los programas

Evaluación	% de respuestas
Sí, de manera formal	64.2%
Sí, de manera informal	28.5%
No	7.14%

5. Alianzas en beneficio de la educación

¿Cuenta con socios o aliados para el desarrollo de los programas?

Tabla 21 Socios o aliados en programas de educación

Socios o aliados	% de respuestas
Entidades públicas	50%
Fundaciones empresariales	42.8%
ONG	35.7%
Organismos internacionales	35.7%
Otras empresas privadas	71.4%
Ninguno	14.2%

Algunas de las empresas que participaron en el Estudio enviaron información de uno o varios de sus programas de RSE en ejecución más representativos. A continuación se describen dos programas, seleccionados de acuerdo a: (i) relación con la educación (Esto a solicitud del CEAL, dado su mandato en estatutos de promover la educación a partir del rol de agente transformador de la empresa privada); (ii) facilidad de réplica a nivel regional y (iii) calidad de la información enviada. Igualmente, se presenta un tercer caso de estudio de una buena práctica internacional relacionada con educación, con el fin de ofrecer información novedosa sobre el tema y que puede ser de interés para las empresas miembro del CEAL.

1. Una computadora por niño. Fundación Zamora Terán. Grupo Lafise

Descripción del Programa

Considerando los difíciles desafíos del sector educativo en Nicaragua relacionados con cobertura y calidad de la educación, así como la deficiencia en la infraestructura escolar y los altos índices de deserción, la Fundación Zamora Terán, miembro del Grupo Lafise, decide implementar en Nicaragua el programa “Una computadora por niño”, aportando su liderazgo así como la gestión administrativa, logística y de sostenibilidad del programa.

Este programa se ha implementado en varios países del mundo y consiste en dotar a niños y niñas de escasos recursos con una “computadora portátil (XO) con conexión a internet y programada con contenidos y software diseñado para el aprendizaje, alegre, colaborativo y autodidáctico”.

El objetivo principal del Programa es “Mejorar la calidad y equidad de la educación a través de la implementación de un programa educativo innovador, transformador y pertinente, dotando de una herramienta de aprendizaje, laptop XO a niños y docentes, y modernas metodologías de aprendizaje a estudiantes y docentes de educación primaria en escuelas de escasos recursos, brindando mejores oportunidades educativas y de promoción social”.

El programa exige que se cumpla con el principio del modelo uno a uno, es decir, cada alumno debe tener asignada una computadora portátil XO, con conexión a internet, que pueda utilizar en cualquier hora y cualquier lugar. El programa también debe desarrollarse de manera concentrada y con intensidad en un solo lugar, a niños entre 6 y 12 años.

Para el éxito del Programa, debe desarrollarse los siguientes componentes: (i) ejecutar una logística de implementación que permitan identificar a los beneficiarios, la compra de las computadoras y su instalación. (ii) Desarrollar alianzas y búsqueda de financiamiento que garanticen las sostenibilidad del programa en el largo plazo; (iii) formar al docente de manera permanente; (iv) facilitar el mantenimiento y soporte técnico; (v) realizar la medición de impacto del programa y (vi) vincular voluntariados al programa.

Implementación e Impacto

En el año 2009, la Fundación Zamora Terán, en una primera etapa, implementó un proyecto piloto en Nicaragua con el apoyo del Grupo Lafise, quien realizó una inversión semilla de más de US \$1.000.000. Hoy en día, se han beneficiado 105 escuelas ubicadas en 11 departamentos y 2 regiones autónomas de Nicaragua, con lo cual se ha logrado impactar a 30.500 niños del país.

Es importante resaltar que la educación de los niños, apoyada en las computadoras, está siempre acompañada por docentes que reciben permanentemente orientación capacitación.

Con el objetivo de ampliar la cobertura e impacto del Programa, se seleccionaron escuelas ubicadas en Honduras y Costa Rica, logrando beneficiar a 1.050 niños y 8.000 niños con sus docentes, respectivamente.

La sostenibilidad del programa ha sido posible gracias a que se han unido al proyecto alrededor de 300 donantes entre empresas, organismos, individuos y familias, aportando al programas una inversión total de más de US\$ 7,500,000. Además, se han logrado firmar nueve convenios de colaboración con instituciones educativas.

Para destacar

- Es un programa basado en una metodología estándar con elementos flexibles que le permiten adecuarse a la realidad de la zona geográfica y en ese sentido facilita su réplica en otras zonas.
- Se incentiva la educación a través del uso de las Tic's.
- Promueve alianzas público - privadas.
- Incentiva el voluntariado.

37

2. Nutriendo el futuro. Cocinas - Bodegas. Cargill

Descripción del Programa

Un grupo de voluntarios de la empresa Cargill identificó la falta de una merienda al día en ciertas escuelas de Honduras, por falta de espacios adecuados donde se preparan y se almacenan los alimentos. Considerando que niños de escasos recursos asisten a la escuela sin un desayuno adecuado, lo cual además de afectar su salud, afecta su rendimiento físico e intelectual, Cargill decidió poner en marcha el programa "Cocinas-Bodegas".

El objetivo del programa es asegurar la merienda escolar que entrega el Gobierno, entregando espacios, a través de la construcción de cocinas y bodegas en escuelas públicas, que permitan la elaboración y almacenamiento de los alimentos de manera segura.

El programa se fundamente en el principio de combinación de recursos y esfuerzos. En este sentido, se han unido al programa, además de Cargill, instituciones educativas, voluntarios, sociedades de padres de familia y maestros, municipalidades locales y otras empresas privadas. Desde su ámbito, cada actor aporta recursos económicos, técnicos, logísticos y de tiempo para garantizar la sostenibilidad del programa.

Implementación e Impacto

Desde su puesta en marcha se ha logrado:

- 15 mil escolares aseguran su merienda escolar cada día.
- A mejor nutrición mayor aprovechamiento educativo.
- Seguridad Alimentaria al contar con espacios adecuados e higiénicos.
- Educación Nutricional para madres niños y maestros. se capacitaron un total de 120 madres y maestros en aspectos básicos de nutrición y preparación de alimentos.
- Empoderamiento de la Comunidad.

Lo anterior se ha logrado a través de la construcción de 51 cocinas-bodegas, con una inversión aproximada de US\$ 550.000

Para destacar

- Promueve alianzas público - privadas.
- Incentiva el voluntariado.
- Es de fácil réplica en países de Latinoamérica.

3. Alianza empresa privada con Universidades. Koncar – Instituto de Ingeniería Eléctrica. Croacia.

Descripción del Programa

Koncar, empresa privada del sector energético y con operaciones en Croacia tiene, entre las prioridades de su estrategia de responsabilidad social, el potencial humano y en ese sentido busca educar y motivar permanentemente a sus empleados de acuerdo a la estrategia de negocio. En el 2008, Koncar decidió formalizar una alianza con la Universidad de Zagreb, en particular con tres facultades de ingeniería con el objetivo de promover investigaciones científicas.

El programa tiene un doble propósito, desarrollar investigaciones relacionadas con soluciones innovadoras y productos relacionados con el negocio de Koncar y, a su vez, incentivar a estudiantes de doctorado a realizar dichas investigaciones mediante su contratación temporal por Koncar.

Implementación e Impacto

Con la alianza se abrió un importante espacio de diálogo e interacción entre la empresa y la academia, facilitando la comprensión de los retos y necesidades de ambas partes, en relación con la preparación y calidad del recurso humano. Además, tanto los estudiantes como Koncar se han beneficiado de los resultados de las investigaciones, las cuales han arrojado como resultado la solución a problemas mediante productos y servicios prácticos y atractivos para ofrecer a los consumidores.

Para destacar

- Promueve alianzas privado - académicas.
- Incentiva la investigación y desarrollo.
- Ayuda a mejorar la calidad del recurso humano.
- El público objetivo son estudiantes universitarios, de maestría y doctorados, es decir, posibles colaboradores de las empresas.
- Es posible sumar otros aliados.

Teniendo en cuenta las características del Estudio, es posible plantear algunas reflexiones que pueden incentivar a indagar más sobre la pertinencia y eficacia de las prácticas de responsabilidad social de las empresas afiliadas al CEAL y ser un punto de partida para avanzar en un enfoque más estratégico de la RSE.

1. Empresas dispuestas y con oportunidades para profundizar las prácticas de responsabilidad social empresarial.

Actualmente, las empresas del CEAL demuestran estar llevando a cabo acciones y prácticas relacionadas con los principales ejes de la RSE. El estar avanzando y estar comprometidos con el tema, es un buen síntoma y demuestra que la red de empresarios que conforma el CEAL está dispuesta y tiene gran potencial para continuar trabajando para alcanzar un nivel más estratégico de la RSE que asegure de manera más efectiva el aporte de las empresas al progreso socio-económico de los países de la región.

2. Se requieren prácticas socialmente responsables mejor alineadas a las nuevas tendencias de RSE.

Una estrategia de RSE debe responder a los retos que imponen la sociedad, el medio ambiente, la economía y la política, así como a los objetivos del negocio. En ese sentido, preocupa el hecho de que las empresas estén priorizando principalmente temas como la educación y relacionamiento con la comunidad, y se estén dejando de lado importantes ejes de la RSE como son derechos humanos y cadena de valor, por ejemplo. Los datos obtenidos arrojan poca evidencia de que las empresas estén dirigiendo sus prácticas hacia temas actuales que generan valor compartido como comercio justo, negocios inclusivos, consumo responsable, carbono cero, derechos humanos, entre otros, lo cual sugiere una revisión o reorientación de los programas y estrategias de RSE.

3. Empresas del CEAL con potencial para liderar acciones socialmente responsables de alto impacto en la región.

Las empresas del CEAL por su tamaño y tipo de operaciones tienen los recursos logísticos, humanos y financieros para diseñar programas de RSE, en conjunto o de tipo regional, que impacten positivamente y profundamente la realidad de ciertos sectores débiles de la sociedad y la economía así como el mismo desarrollo sostenible. Es clave aprovechar el hecho de que las empresas del CEAL tienen operaciones en la mayoría de países de Latinoamérica y en ese sentido cuentan con amplias cadenas de valor, se relacionan con múltiples comunidades, concentran un gran capital humano, seguramente dispuesto a aportar tiempo de voluntariado y conocimiento, desarrollos tecnológicos y procesos innovadores y cuentan también con espacios de diálogo con el gobierno para proponer y colaborar en la formulación de políticas públicas más sostenibles.

4. Empresas del CEAL, comprometidas con la educación de la Región.

La encuesta sobre prácticas de RSE y la encuesta sobre educación evidencian que en las empresas del CEAL hay una importante tendencia hacia el desarrollo de programas que promueven la educación. Esto es consecuente con el mandato que tiene el CEAL de trabajar por el desarrollo de los países de la región a través de la educación, sin embargo, aunque es una acción que genera alto impacto en la sociedad no debe asumirse que el destinar esfuerzos y recursos al tema, una empresa es socialmente responsable. Hay que recordar que la RSE exige el involucramiento de múltiples grupos de interés y el desarrollo de acciones integrales pero de distinta naturaleza que persiguen respaldar tanto los objetivos del negocio como los del desarrollo sostenible.

1. Profundizar la información sobre prácticas de responsabilidad social empresarial.

Se sugiere ampliar o profundizar el estudio sobre prácticas de responsabilidad social empresarial de las empresas del CEAL con el fin de conocer mejor el significado de la RSE para las empresas, su nivel de relacionamiento con la estrategia de negocio y la pertinencia y calidad de las prácticas socialmente responsables de las empresas. Esta información será clave para el CEAL en la formulación de proyectos relacionados con el tema.

2. Crear espacios de formación y discusión en torno a la RSE.

Es fundamental lograr un consenso sobre el significado actual de la RSE, principios y beneficios que esta genera, más aún, si se está buscando replicar regionalmente iniciativas exitosas y novedosas. Sería interesante plantear un plan de trabajo, gestionado por un Comité de RSE, dividido en etapas temáticas, que informe y forme a las empresas en temas estratégicamente seleccionados y lograr así una nueva visión que impulse prácticas de RSE innovadoras, alineadas con el negocio, la sociedad y el medio ambiente, e impulse en el futuro, iniciativas sectoriales o temáticas, de referencia en la región.

3. El CEAL como interlocutor y líder empresarial frente el desarrollo sostenible de América Latina.

El CEAL y su red de empresas cuentan con las condiciones ideales para convertirse en el interlocutor del sector privado ante organismo regionales que apoyan el desarrollo sostenible como el BID, la CAF, Avina. Empezar iniciativas socialmente responsables y sostenibles con el apoyo técnico de dichos organismos puede multiplicar el impacto positivo de las acciones y dotar a las empresas de nuevas herramientas y conocimientos que les permitan convertirse en punto de referencia para otros grupos.

4. Reflexionar sobre la pertinencia de los programas educativos.

La labor del CEAL en la promoción de la educación es muy importante. Actualmente las empresas cuentan con programas de largo plazo y que han demostrado ser positivos para las comunidades. A pesar de los resultados, sería interesante convocar a una reflexión sobre la pertinencia de los programas educativos promovidos por las empresas y preguntarse si ¿están alineados con la estrategia de negocio? ¿aportan a desarrollar las habilidades y competencias que exigen hoy en día a sus colaboradores las empresas de la región? ¿Están respondiendo a la realidad que viven niños y adolescentes? Podría plantearse este ejercicio en alianzas con Universidades y organizaciones que promuevan la educación y facilitar la búsqueda de soluciones conjuntas o alternativas innovadoras a las necesidades identificadas.

Anexo 1

Lista de Tablas

Tabla 1 Países de operación de las empresas	14
Tabla 2 Número de empleados por empresa	14
Tabla 3 Número de empresas por nivel de ingresos	14
Tabla 4 Número de empresas por actividad económica	15
Tabla 5 Número de empresas según extensión de operaciones	15
Tabla 6 Temas prioritarios de RSE según actividad económica	18
Tabla 7 Temas prioritarios de RSE según extensión de operaciones	18
Tabla 8 Países de operación de las empresas	26
Tabla 9 Número de empresas por número de empleados	27
Tabla 10 Número de empresas por nivel de ingresos	27
Tabla 11 Número de empresas por actividad económica	27
Tabla 12 Número de empresas por extensión de operaciones	28
Tabla 13 Tipos de educación	30
Tabla 14 Tipo de beneficiarios de los programas de educación	30
Tabla 15 Orientación de los programas de educación	30
Tabla 16 Influencia geográfica de los programas de educación	31
Tabla 17 Tiempo de antigüedad de los programas de educación	31
Tabla 18 Inversión promedio en programas de educación	31
Tabla 19 Tipo de inversión	31
Tabla 20 Tipo de evaluación de los programas	32
Tabla 21 Socios o aliados en programas de educación	32

Anexo 2

Lista de gráficas

Gráfica 1 Empresas que cuentan con prácticas de RSE	16
Gráfica 2 Temas prioritarios para la organización en materia de RSE	17
Gráfica 3 Empresas que cuentan con política de Buen Gobierno	18
Gráfica 4 Tipo de beneficios adicionales a lo legales que ofrecen las empresas	19
Gráfica 5 Las empresas cuenta con política sobre Derechos Humanos	20
Gráfica 6 Las empresas cuentan con una política que oriente la gestión ambiental	21
Gráfica 7 Las empresas impulsan la RSE entre contratistas y proveedores	22
Gráfica 8 Formas en que las empresas promueven el desarrollo en la comunidad	23
Gráfica 9 Tipos de programas para promover el desarrollo de la comunidad	23
Gráfica 10 Las empresas identifican a sus grupos de interés	24
Gráfica 11 Las empresas dialogan con sus grupos de interés	24
Gráfica 12 Las empresas comunican su política y acciones de RSE	25
Gráfica 13 Las empresas reportan su avances en RSE	25
Gráfica 14 Aliados o socios de las empresas para implementar programas de RSE	26
Gráfica 15 Las empresas desarrollan programas de educación	29
Gráfica 16 Motivación para desarrollar programas de educación	29

Estudio sobre Prácticas de Responsabilidad Social
Empresarial de las empresas afiliadas al Consejo
Empresarial de América Latina (CEAL)

Elaborado por Forum Empresa

29 de noviembre de 2013