

PROTOCOLO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CENTRADA EN LA PERSONA



GUÍA PARA UNA GESTIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL
EDICIÓN ESPECIAL

FORO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
LA RENTABILIDAD DE LOS VALORES

HERMOSILLO, SONORA, 25 DE OCTUBRE, 2012

PROTOCOLO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CENTRADA EN LA PERSONA

ÍNDICE

| | |
|--|---|
| PRESENTACIÓN | A |
| LA RSE, UN MODO DE SER | B |
| EL PROTOCOLO | C |
| LAS HERRAMIENTAS DEL PROTOCOLO DE R.S.E. | D |
| AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD | E |
| CARTA COMPROMISO | F |
| ¿QUÉ ES UNIAPAC? | G |



UNIAPAC 2012

UNIAPAC Latinoamericana
José E. Rodo 2074
C.P. 11200, Montevideo, Uruguay
Tel: (598 2) 408 51 76
Fax: (598 2) 401 21 13
www.uniapacla.org
secuniapacla@acde.org.uy

UNIAPAC International
17, Rue Eugene Delacroix Paris F-75 116, France
Tel: + 33 1 55 73 07 54
www.uniapac.org
gwenola.robin@uniapac.org

ISBN 978-607-95017-1-6

No se permite la reproducción parcial o total de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor.



PROCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROCOLO DE R.S.E.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?



CONTENIDO

Es una aspiración permanente en los empresarios que buscan que sus empresas perduren: gestionarlas adecuadamente en lo económico, en lo social y en lo ambiental, es decir, en toda la dimensión humana, porque están convencidos de que dichos aspectos marchan estrechamente unidos.

PRESENTACIÓN

Con este documento UNIAPAC no ofrece una herramienta más para el “hacer”, sino una metodología práctica que ve la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una forma de “ser” de las organizaciones, y de esta manera impulsa la congruencia con los principios y valores declarados en La Rentabilidad de los Valores, para avanzar continuamente en su implementación.

¡Cfr. La Rentabilidad de los Valores. Declaración mundial de UNIAPAC sobre la Responsabilidad Social Empresarial, mayo 2008, Ed. UNIAPAC.

En el 2008 UNIAPAC Internacional dio a conocer públicamente su visión sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a través del documento “La rentabilidad de los valores”. En este documento se contempló desde su inicio la elaboración de las herramientas para la medición del grado de avance en la materia. El Comité de RSE de UNIAPAC Latinoamericana asumió la tarea encomendada para desarrollar las “herramientas” que pusieran en práctica nuestra visión de la RSE y que sirvieran de base para promover un proceso de RSE que contemplara la puesta en práctica de los principios y valores propios de UNIAPAC. A este proyecto lo llamamos “Protocolo de RSE centrada en la persona”.

No es inquietud de ahora. Es una aspiración permanente en los empresarios que buscan que sus empresas perduren: gestionarlas adecuadamente en lo económico, en lo social y en lo ambiental, es decir, en toda la dimensión humana, porque están convencidos de que dichos aspectos marchan estrechamente unidos. Esta aspiración busca conjugar el crecimiento de las personas que participan en la organización y el de la comunidad a cuyo servicio está, sustentando así de manera continua el desarrollo de la empresa.

Es cierto que en el ámbito administrativo existen numerosos estudios teóricos y prácticos basados en diferentes ideologías, posturas y aproximaciones. La UNIAPAC, inspirada en su pensamiento social, ofrece a través de este manual, principios de reflexión, criterios de juicio y directrices de acción viables para el mejoramiento de la empresa comprometida con su responsabilidad social y apoyada en su valor económico agregado.

Este Protocolo de RSE es fruto de la experiencia y reflexión de los miembros de UNIAPAC, quienes trabajan para crear empresas altamente productivas, plenamente humanas y socialmente responsables.

Durante la última década, la Responsabilidad Social Empresarial está llamando la atención de todo tipo de empresarios que han escuchado el término, y que quizás por su competencia tienen un distintivo de RSE, pero que no saben a profundidad qué es ni mucho menos cómo implementarla.

El objetivo de este Protocolo de RSE es sugerir una manera muy directa y de fácil aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual representa la oportunidad de promover una economía respetuosa de la persona humana, donde ésta permanezca como el principal centro de atención para lograr que las empresas sean de verdad altamente productivas y generadoras de valor económico agregado, más justas y más humanas.

La clave para convertirse en una Empresa Socialmente Responsable está en la manera como se dan las relaciones entre los miembros de la organización y los de su entorno. En este contexto, vale la pena hacer las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los paradigmas (o “paradogmas”) que ya no funcionan en la forma de gestión de la empresa de hoy? ¿Cuáles sí funcionan?

¿Cómo son las relaciones de sus miembros entre sí y con su entorno?

¿Qué oportunidades está creando la empresa para el medio ambiente, la comunidad y sus colaboradores?

¿Está creando oportunidades de crecimiento para cada uno de sus integrantes y quienes la rodean, o sólo está organizada en función de las utilidades, despreocupándose de las personas?

¿Es consciente el empresario de que la solución a los problemas nacionales e internacionales no es sólo cuestión de producción económica o de organización jurídica y social, sino que requiere también de valores y de un cambio de mentalidad, comportamiento y estructuras?

Estas interrogantes nos llevan a la convicción de que siempre hay algo que podemos mejorar, así como a la necesidad de visualizar con claridad cuál es la ruta para ir concretando el ideal que deseamos alcanzar.

Con el propósito de ayudar al empresario a identificar esa meta, UNIAPAC propone este Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial, conjunto de herramientas y metodologías que miden el grado de avance acorde con los principios y valores propuestos por el pensamiento social cristiano, iniciando con un autodiagnóstico que permita evaluar la situación social de la propia empresa en diferentes campos.

Una vez conocido su autodiagnóstico, el empresario –sin importar el credo religioso que profese– podrá diseñar su propia ruta estratégica en

aquellos aspectos que piense transformar, en los caminos a seguir y en las tareas específicas que habrán de llevar a cabo para asegurar la continua relación positiva con su entorno y fortalecer sin cesar la sustentabilidad de su empresa.

Aunque el presente documento sugiere algunas orientaciones generales para la solución de los diversos problemas, la decisión de mejorar la empresa, la velocidad o ritmo del proceso y la implementación de las acciones conducentes le competen especialmente a cada empresario.

UNIAPAC, con todas sus asociaciones que la componen en más de treinta países, asume el compromiso para orientar, acompañar y poner en contacto al interesado, si él así lo desea, con otros empresarios afines y conscientes de la problemática de la competitividad y sustentabilidad empresarial, de manera que se promueva la visión sobre la RSE y se facilite su implementación de acuerdo con las condiciones locales.

Confiamos en que el presente esfuerzo –fruto del conocimiento y las aportaciones de los socios de UNIAPAC, debatido y dialogado con un intercambio de experiencias de una amplia gama de culturas y ambientes en las reuniones mundiales de la asociación– resulte una herramienta valiosa que ayude al empresario a mejorar su empresa al reconocer la importancia del trabajo de las personas involucradas, propiciar el desarrollo de la inteligencia, del talento y capacidad de organización de sus miembros y permitir al hombre trascender y generar valor; en suma, concretar dentro del contexto económico, una empresa que contribuya a la edificación de una sociedad más libre, más justa, más humana y más fraterna.

Septiembre 2011

2Se trata del pensamiento social que la Iglesia ha formulado desde siempre para ofrecer criterios de orientación para el comportamiento humano. Es un derecho y un deber de la Iglesia dada su misión y vocación orientada al cuidado de todo ser humano, insertado en la compleja trama de relaciones de la sociedad moderna. Con la experiencia que tiene de la humanidad, la Iglesia puede comprenderlo en su vocación y en sus aspiraciones, en sus límites y en sus dificultades, en sus derechos y en sus tareas, y tiene para él una palabra de vida que resuena en las vicisitudes históricas y sociales de la existencia humana.



PROCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

LA RSE, UN MODO DE SER

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROCOLO DE R.S.E.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?

B

CONTENIDO

La visión actual de la Responsabilidad Social Empresarial dice que la actuación de la empresa contemporánea no se puede evaluar sólo en unidades monetarias, sino que debe expresar su valor por medio de una triple dimensión: económica, social y medio ambiental.

LA RSE, UN MODO DE SER

Hablar de RESPONSABILIDAD es referirse a esa característica únicamente humana. Es la posibilidad de responder no forzosamente de manera instintiva, sino conforme a unos criterios de decisión que surgen de los principios, valores y convicciones básicas.

Responsabilidad es respuesta acorde con el bien propio del interlocutor y del respondiente. Esta respuesta es imputable a quien la realiza, dado el carácter libre de todo hombre, cuando puede optar entre opciones posibles.

Las consecuencias de la respuesta son “responsabilidad” de quien aportó dicha respuesta, para bien o para mal.

La empresa responde a los que la rodean, por medio de las acciones de sus directivos y de sus colaboradores, guiados por las prácticas vigentes: políticas, costumbres y procedimientos de operar establecidos formal o informalmente. Estas prácticas en una empresa socialmente responsable están diseñadas de acuerdo con los principios, valores y estrategias definidos, aceptados y aplicados por todos sus integrantes.

NUESTRO CONCEPTO DE EMPRESA Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La visión actual de la Responsabilidad Social Empresarial dice que la actuación de la empresa contemporánea no se puede evaluar sólo en unidades monetarias, sino que debe expresar su valor por medio de una triple dimensión: económica, social y medio ambiental. Esta visión refleja ya un alcance más allá de la única tarea económica que prevaleció durante casi dos siglos, desde que se perfilaron las unidades productivas gracias al uso intensivo de la nueva oferta energética (vapor, electricidad...) y al uso muchas veces deshumanizado de la “mano de obra”.

Para la UNIAPAC, esta triple dimensión debe tener una “cuarta dimensión” que aparece en la propia esencia empresarial y en las relaciones con su entorno: la vigencia permanente de la suprema dignidad de la persona humana, tantas veces referida como “el activo más importante”, y tantas

veces menospreciada tanto al interior como al exterior de la empresa. Este principio supremo de cuidar, respetar y buscar siempre el desarrollo integral de la persona es lo que caracteriza el enfoque de la UNIAPAC e ilumina consecuentemente toda la acción empresarial.

El empresario miembro de UNIAPAC trata de gestar la fraternidad y el desarrollo entre todas las personas a través del modo de hacer empresa. Si la construcción del mundo es responsabilidad de todos, entonces, todos los criterios de la economía deben ser leídos a la luz de esta solidaridad universal.

Para que la acción del empresario permita no sólo aumentar las posibilidades productivas, sino también favorecer la sustentabilidad de la empresa, habrá que establecer:

- Relaciones constructivas con los grupos involucrados con la empresa (clientes, colaboradores –trabajadores–, inversionistas, proveedores, gobierno, comunidad local, competidores y generaciones presentes y futuras –sujeto del medio ambiente–);
- Un impulso continuo hacia la competitividad y calidad alcanzada por su compromiso con todo el contexto social y ecológico;
- Una relación de sólida confianza entre el cliente y la organización.

El punto de partida ha sido nuestra concepción de empresa y nuestra visión de la RSE señalados en nuestro documento La Rentabilidad de los Valores.

Congruentes con esta concepción, para los miembros de UNIAPAC:

La empresa es una entidad constituida por personas que se organizan y aportan con sus recursos económicos, tecnológicos y del conocimiento, para la producción de algún bien o servicio que satisfaga necesidades de la sociedad, generando valor agregado y resultados económicos que permitan: la justa remuneración de las partes (los grupos de interés) y la sustentabilidad económica de la empresa en el tiempo, propiciando en este proceso: la realización como personas humanas de todos sus integrantes y el bien común. Especialmente, una empresa permite a estas personas y sus familias llevar una vida respetando su dignidad.

Esta entidad que llamamos empresa, por su intrínseca naturaleza económica, se desenvuelve buscando la aceptación, benevolencia y satisfacción de quienes le rodean: clientes, colaboradores, accionistas, gobiernos, competidores, proveedores, comunidad y generaciones futuras.

De aquí que nuestra visión de la RSE se define de la siguiente manera:

La RSE es una forma de gestión surgida del compromiso personal, moral, consciente y congruente del empresario y de los miembros que integran la empresa y basada en la ética social cristiana, a fin de cumplir íntegramente con los objetivos internos y externos, considerando las expectativas de todos los sectores y grupos de interés involucrados en lo económico, social, humano y ambiental, para el desarrollo sustentable de la empresa y de la sociedad, demostrando el respeto a la dignidad de las personas, a las comunidades y al medio ambiente, coadyuvando así a la construcción del bien común con justicia social.

La empresa debe caracterizarse por su capacidad para servir al bien común gracias al trabajo bien organizado, sus prácticas de investigación y experimentación, su aptitud para detectar y satisfacer necesidades, su valentía para arriesgar inversiones, así como por la creación estable de fuentes de empleo y cadenas de valor agregado que amplíen la capacidad de generar riqueza y distribuirla con justicia. El respeto y promoción de los derechos humanos encuentra así su plena concreción.

Dicho de otro modo, el marco de la RSE es el bien común. Nosotros los empresarios estamos convencidos de que el desarrollo de la sociedad hacia el bien común implica obligadamente la acción responsable de la empresa, por lo que estamos llamados a ser promotores del desarrollo económico y humano tanto en la empresa como en la sociedad. Este requerimiento conlleva un enfoque de cooperación entre todos los que integran la empresa, a fin de mantener el equilibrio en la satisfacción de las expectativas de todos los grupos de interés involucrados, aplicando los valores como una forma de gestión responsable.

Para cumplir con esta responsabilidad, necesitamos crear las condiciones necesarias que permitan y favorezcan un auténtico desarrollo de las personas relacionadas con la empresa, de tal manera que, a través de

saber más y tener más, lleguen a “ser” más. Entre todos los miembros de la sociedad, los empresarios debemos ser, desde nuestras empresas, promotores de un desarrollo integral, dado que contamos con mejores condiciones para ello: relaciones, recursos, conocimientos y formación.

Hemos dicho que es necesario que la empresa tenga un PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO responsable, pertinente, progresivo, medible y alcanzable con relación a cada uno de los ocho grupos de interés, para que sea considerada socialmente responsable y, sobre todo, para que logre un desarrollo económico sostenible y perdurable en el tiempo.

Este Plan Integral surge del planeamiento estratégico de la empresa y favorece su expansión y sustentabilidad en el corto, mediano y largo plazo.

El modelo de RSE UNIAPAC se orienta a las necesidades de todos los empresarios y dirigentes de pequeñas, medianas y grandes empresas, interesados en asegurar la sustentabilidad de sus empresas en el mediano y largo plazo.



PROCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

EL PROCOLO

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROCOLO DE RSE.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?



CONTENIDO

Este Protocolo de la RSE de UNIAPAC parte de los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), e implica un compromiso personal de ser congruente con ellos.

EL PROTOCOLO

La metodología propuesta por la UNIAPAC recomienda un mecanismo de participación funcional y un modelo de implantación a través del proceso de los "Ocho pasos para la RSE".

Este Protocolo de la RSE de UNIAPAC parte de los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), e implica un compromiso personal de ser congruente con ellos. Esta búsqueda de congruencia inicia con el "Autodiagnóstico de Sostenibilidad", para conocer un primer mapa de fortalezas y riesgos y orientar la toma de decisiones y la gestión cotidiana en la propia empresa. Esta herramienta permite, en primer lugar, analizar las áreas críticas y, en un segundo momento, definir indicadores para controlar la acción y el avance en la estrategia de instrumentación diseñada por el equipo de trabajo de la empresa.

El camino sigue con los mecanismos modernos de planeamiento estratégico participativo, la determinación de indicadores de avance y se completa con mecanismos de reconocimiento que existan en la localidad o, incluso, más allá de sus fronteras. El tema del reconocimiento es, obviamente, optativo y dependerá de las circunstancias del lugar y los intereses del dirigente de la empresa. Hay que reconocer también que en este punto las opciones son muy variadas, con modelos muy diferentes y finalidades a veces contrastantes. En esta cuestión se ha avanzado mucho, pero es más lo que nos falta por recorrer. Como UNIAPAC reconocemos esa diversidad de opciones, pero creemos que un proceso para obtener un reconocimiento en RSE no debe imponerse, sino más bien proponerse.

El cuadro siguiente contiene las diversas herramientas y apoyos del protocolo.

LOS COMPONENTES DEL PROTOCOLO DE R.S.E. UNIAPAC

BASES, ESTRATEGIA, METODO: LOS 8 PASOS, HERRAMIENTAS Y APOYOS

| | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|--|--|--|--------------------------|
| FUNDAMENTO: ESI - Etica Social Integral | PRINCIPIOS Y VALORES: OBJETIVO: LA CIVILIZACION DEL AMOR: Libertad + Igualdad + Fraternalidad | | | | | | | | |
| | Dignidad de la Persona Humana | Bien Común | Destino Universal de los Bienes | Subsidiaridad | La Participación | Solidaridad | Valores Fundamentales: Verdad, Libertad, Justicia, Amor, Paz | Vicencia Práctica | |
| ESTRATEGIA | INCREMENTO CONTINUO EN: | | CONCIENCIA, | COHERENCIA, | | COMPROMISO | | | |
| METODOLOGIA: LOS OCHO PASOS | 1 CONOCIMIENTO Y COMPROMISO | 2 DIAGNOSTICO (RAPIDO Y PROFUNDO PERMANENTE) | 3 MARCO NORMATIVO | 4 PLANEACIÓN (OBJETIVOS) | 5 IMPLEMENTACIÓN | 6 MONITOREO | 7 EVALUACIÓN (BALANCE SOCIAL) | 8 RECONOCIMIENTO | |
| HERRAMIENTAS DE UNIAPAC | Contagio Personal: invitación, equipos de trabajo, etc. | Autodiagnóstico de Sostenibilidad | Talleres para establecer Valores y Código de Conducta (Principios y Valores, Código de conducta, Misión Y Visión) | Sistema Integral de Participación | | Auditoría del Cuestionario de Autoevaluación | Balance Social ó Informes de RSE | UNIAPAC | |
| | Cursos de Formación Social | | | Censo Laboral | | | | | Asociación UNIAPAC Local |
| | CISO (Equivalente Mundial) | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS DE OTROS | | Clima Laboral | Planeación Estratégica / Prospectiva | | Coaching | Auditoría ISO | | Internos a Personal de la Empresa | |
| | | Encuestas de Clientes | Sistema de Comunicación Interna | Técnicas de Administración por Objetivos, Administración por Resultados | Fuerza de Tarea | | | CEMEFI, ETHOS, Premios Nacionales de Calidad, etc. | |
| | | Auditoría sobre Leyes Aplicables: Fiscal, ambiental, laboral, comercial, corporativa, etc | | Plan Integral de Desarrollo | Implementación del Plan Integral de Desarrollo | Auditoría de RSE | | Great Place to Work | |
| MACRO PROGRAMAS PERMANENTES | REALIZACIÓN Y MONITOREO: Balanced Scorecard, ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA: Benchmarking, análisis de procesos, ISO's, etc. COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN: Planes de Vida y carrera, DNC (Diagnostico de Necesidades de Capacitación), Cursos, Talleres, Equipos autodirigidos, etc. | | | | | | | | |

UNIAPAC acompañará el camino buscando la congruencia de las decisiones en la empresa con relación a los valores definidos y fundamentados en la Ética Social Integral aplicada a la empresa, con el fin de contribuir para que ésta perdure en el tiempo, siempre centrada en el crecimiento de todas las personas y de toda la persona.

En la actualidad existen diversos sistemas y modelos de medición del grado de avance en RSE, la mayoría centrados en la productividad, la calidad y el control de los procesos. Muchos modelos ya probados reflejan excelentes resultados. Como complemento creemos importante distinguir tres niveles o ámbitos diferentes, a fin de ubicar nuestra propuesta de medición y autoevaluación de la RSE centrada en la persona:

1.- **Ámbito del hacer interno de la empresa.** Por lo regular, las corporaciones y empresas cuentan con sus propios indicadores para controlar la eficiencia de sus procesos y medir el logro de los resultados planeados de acuerdo con su cultura empresarial, su operación diaria y sus riesgos. Estos mecanismos deberán siempre alinearse al planeamiento derivado del "Autodiagnóstico de Sostenibilidad" aquí propuesto (ver Anexo 2).

2.- **Ámbito del hacer externo de la empresa.** Existen en el mercado diversos sistemas y modelos con indicadores de autoevaluación para la medición de la eficiencia y productividad en la empresa, clima o ambiente laboral, ambientales, control de calidad, etcétera.

UNIAPAC no pretende competir con estos sistemas o modelos existentes; en todo caso, lo que se propone ayudará a dinamizarlos.

3.- **Ámbito del ser (visión holística).** UNIAPAC aporta una inédita herramienta estratégica que ayuda al empresario y al dirigente de empresa a medir la RSE basada en el Control de Gestión centrada en la persona humana e inspirada en nuestros principios y valores sociales.

Consideramos que la meta es alcanzar justamente el nivel correspondiente a la razón de ser de la empresa, lo que le da sentido al trabajo humano, al mercado, a la productividad, etc. Una visión que se desprenda lógica y ordenadamente de una serie de principios y lineamientos de acción permitirá a todos los involucrados comprender el sentido y la estrategia de la empresa y situar en su justa dimensión y lugar los esfuerzos de servicio, innovación, productividad, control de resultados, desarrollo de colaboradores y respeto ambiental que, sin un enfoque unificado, pueden generar confusión y dispersión de esfuerzos.

Por ello, lo más importante dentro de una organización y de cara a su futuro

ya no es tanto llevar a cabo reformas o adiciones de carácter estructural u operativo (debido a la calidad y número de los instrumentos existentes).

Nos parece de mayor relevancia la modificación de la representación mental que los dirigentes tienen sobre la propia empresa y la transformación consecuente de sus procesos estratégicos.

Un nuevo sentido institucional hará que la empresa empiece a decir cosas que no diría sin esa construcción estratégica de tercer grado. No hacerlo o no llegar a un acuerdo en este tercer nivel nos expondrá a que cada quien postule lo que quiera de la empresa.

PARA ALCANZAR EL NIVEL 3, UNIAPAC OFRECE CONCIENCIA Y CONGRUENCIA DE LAS DECISIONES

3) Nivel Estratégico

MODO DE SER
Ámbito del Ser (visión holística)
Modelo UNIAPAC.

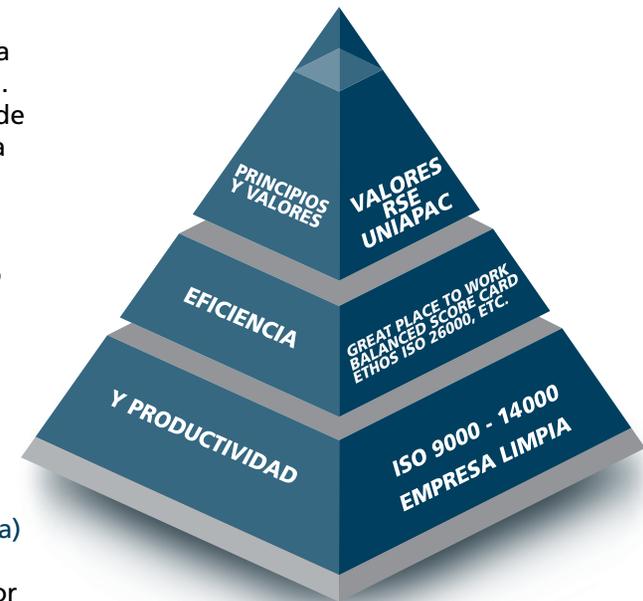
Congruencia con los principios y valores de la organización con la RSE. Controlar la estrategia de la empresa a la luz de la persona y los principios de la RSE.

2) Nivel Programático

Ámbito del Hacer
(externo a la empresa)
Programas, proyectos y procesos de la empresa.

1) Nivel Operativo

Ámbito del Hacer
(al interior de la empresa)
El entorno empresarial está muy enriquecido por la filosofía de calidad, cultura de medición de procesos y necesidad de control con muchos indicadores.





PROCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

LAS HERRAMIENTAS DEL
PROCOLO DE R.S.E.

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROCOLO DE R.S.E.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?

D

CONTENIDO

El "Protocolo de R.S.E. centrada en la persona" está compuesto de herramientas metodológicas que facilitarán la implementación de la visión de UNIAPAC contenida en el libro "La Rentabilidad de los Valores".

LAS HERRAMIENTAS DEL PROTOCOLO DE R.S.E.

INTRODUCCIÓN

El “Protocolo de RSE centrada en la persona” está compuesto por un conjunto de once herramientas metodológicas que facilitarán la implementación de la visión de UNIAPAC sobre la Responsabilidad Social Empresarial contenida en el libro “La Rentabilidad de los Valores”, documento consensuado en 2008 por el conjunto de organizaciones afiliadas a UNIAPAC Internacional.

Estas herramientas, además de facilitar la realización de una visión empresarial práctica, ayudarán al empresario comprometido con la visión que proponemos sobre la base de un modelo de “Ocho pasos”, llegar a una profesionalización de su management con una visión humanista integral.

Los principales impactos esperados por la aplicación del Protocolo son:

- Conocer con precisión las fuerzas y las debilidades de la empresa ante sus stakeholders. Para este modelo de los “8 Pasos” consideramos que por lo menos hay ocho stakeholders o grupos relacionados en toda empresa.
- Obtener los elementos necesarios para establecer prioridades, subsanando lo altamente riesgoso y reforzando lo positivo o fortalezas de la organización.
- Desarrollar guías y metodologías prácticas para cada una de las etapas del proceso de transformación de la empresa.
- Formulación de orientaciones prácticas para una gestión integral del personal.

CONTENIDO Y ESTRUCTURA DEL PROTOCOLO DE RSE CENTRADO EN LA PERSONA, BREVE DESCRIPCIÓN

Las once herramientas fueron desarrolladas por un equipo de especialistas de diferentes países de América Latina, bajo la conducción del Comité de RSE integrado por miembros de UNIAPAC Latinoamericana, presentado y aprobado por el Consejo Mundial de UNIAPAC Internacional en septiembre del 2011, en Guayaquil, Ecuador. A continuación presentamos una breve descripción de cada una de las herramientas.

1.-Guía de captación

Ofrecer un listado de razones y motivaciones suficientes por las que el empresario decida embarcarse en una forma distinta de gestionar la empresa. Más todavía, ofrecemos más que razones una guía práctica y una metodología sencilla de cinco pasos para ayudar al empresario a descubrir sus propios motivos para tomar la responsabilidad social con la firme convicción de que es la mejor forma como puede conseguir lo que él quiere para si, para su empresa y las personas que la componen.

2.-Autodiagnóstico de sostenibilidad y congruencia

Es un conjunto de reactivos que ayudarán a validar el nivel de satisfacción de los stakeholders en la empresa. Contemplamos dos esquemas según se trate de grandes empresas o PYMES.

La herramienta está diseñada sobre la base de la “Matriz de RSE centrada en la Persona” presentada en “La rentabilidad de los valores”. Es decir, se considera la inspiración en los seis grandes principios de esta visión humanista de la RSE (dignidad humana, solidaridad, subsidiariedad, bien común, destino universal de los bienes y participación), buscando satisfacer las tres necesidades básicas de todo ser humano (materiales, del ser y trascendentes) y tomando en cuenta los ocho stakeholders. Al final es posible graficar mediante el software correspondiente el Índice de Sostenibilidad y el Índice de Congruencia, mismos que aportarán las bases para comenzar con un Plan de Trabajo.

3.-Diagnóstico de Desarrollo Integral. El Censo Laboral

Instrumento para que el dirigente pueda conocer las condiciones dadas en su empresa que favorecen o impiden el desarrollo integral de las personas. Se parte de la premisa de que las personas son el origen, centro y fin de todas las instituciones. El diseño de los reactivos se hizo pensando en que sean las mismas personas de la empresa quienes evalúen las condiciones imperantes.

4.-Marco Normativo

Diseñar la misión, visión, valores, código de ética y objetivos de una empresa es hoy prácticamente una necesidad ineludible. Pero sin un proceso de participación real se corre el riesgo de quedarse en una buena y bonita intención. ¿Cómo ha de formularse este marco normativo? ¿Qué elementos debe contener desde la perspectiva de la RSE? Esta herramienta quiere ser una ayuda concreta y dinámica para la definición de estos elementos.

5.-Planeamiento y Estructuración

Conjunto de instrumentos para el involucramiento del personal de la

empresa en la filosofía y planeamiento estratégico con visión de gestión responsable hacia los ocho stakeholders.

6.-Sistema Integral de Participación

Esta herramienta ofrece al dirigente de empresa lineamientos básicos para el ejercicio de un liderazgo con sentido y el cuidado de la dignidad de la persona, en un proceso de transformación de la empresa para lograr una gestión responsable. Con especial atención y cuidado en el diseño e implementación de los sistemas de información, comunicación, capacitación, empoderamiento, participación funcional, de las utilidades o resultados hasta lograr una participación en la gestión.

7.-Alineación a la cadena de valor

Guía práctica para superar una visión de la RSE filantrópica o como mera estrategia de marketing. Son un conjunto de ayudas prácticas para lograr un modo de ser y hacer empresa generando valor humano y social.

8.-Auditoría de RSE

Conjunto de herramientas para generar una auditoría de RSE basado en los principios de una ética social integral que impactarán el sistema de gestión, de tal suerte que se podrán diseñar indicadores que muestren el avance en el cumplimiento de las metas de implantación.

9.-Balance Social / Informe de R.S.E.

Criterios concretos y sugerencias prácticas para la construcción de un "Balance Social" que refleje con toda transparencia y objetividad el grado de compromiso de la empresa en la construcción de bien común.

10.-Acreditación de consultores

Herramienta adicional que busca implementar un procedimiento concreto y detallar la forma como se debe llevar a cabo el proceso de acreditación de consultores/capacitadores en Responsabilidad Social Empresarial con los principios y valores de Uniapac,

11.-ISO 26000 y Protocolo de RSE UNIAPAC

Análisis comparativo entre la ISO 26000 y el Protocolo de RSE centrada en la Persona. Se resaltan aquellos aspectos de coincidencia en razón de la "Matriz de RSE centrada en la persona". Un ejercicio sin duda valioso que ayudará a aprovechar al máximo ambos instrumentos.

CRITERIOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

Cada Asociación UNIAPAC se hará cargo del uso responsable de este "Protocolo de RSE", por lo que las herramientas serán desarrollados bajo

los siguientes criterios:

- Autogestión
- La UNIAPAC local formará un Comité responsable que supervise y acompañe el proceso de implementación del "Protocolo..." en su localidad.
 - Si lo ve necesario y pertinente, hará un proceso de validación y/o acreditación de consultores;
 - Será quien acredite o valide la participación de consultores. El "Protocolo..." cuenta con una Guía Práctica para acreditar y aprovechar la posible intervención de Consultores y/o Facilitadores.
 - Cada consultor encargado del desarrollo de un componente, propondrá al Comité el "temario básico" -mínimo- del Componente del Protocolo de RSE que le corresponda.
- Cada UNIAPAC local cuenta con diferentes herramientas adicionales que podrá incorporar al "Protocolo...", como:
 - Cursos de formación y capacitación
 - Talleres
 - Metodología para formar Grupos de trabajo: diversas empresas apoyándose y aconsejándose unos a otros.
- Antes de desarrollarlo, un Comité de la UNIAPAC regional validará si la propuesta del consultor contiene el mínimo requerido y solicitará los ajustes necesarios que fuera el caso.
- En el caso de que se conforme un equipo multinacional para un componente, el Líder Responsable, deberá coordinar el ensamble de todas las aportaciones, asignar las aportaciones de todos los involucrados y darle integralidad al COMPONENTE en cuestión.

TIPO DE EMPRESA

En cada país existen definiciones de lo que se considera PYMES (pequeñas y medianas empresas) y grandes empresas establecidas generalmente por la autoridad correspondiente. Para el desarrollo de cada etapa, se consideraron empresas chicas, medianas y grandes. Sin embargo, se tuvo en mente una empresa "típica ideal" con las siguientes características:

- En el Componente del Autodiagnóstico se diseñaron dos formularios diferentes, uno para PYMES y otro para las grandes empresas. El resto de los componentes es aplicable para la empresa "típica ideal".
- Su estructura organizacional es formal con algunos gerentes y un nivel de mando debajo del gerente en cada área. También se consideró el hecho de que hay una tendencia a superar la estructura piramidal en la empresa, por una tipo redes, con la participación del trabajo llamado "outsourcing".
- La "empresa tipo" cuenta con las áreas tradicionales de gestión:

Gerencia comercial (con funciones básicas de mercadotecnia, red de distribuidores, administración de ventas y servicio postventa), una gerencia de operaciones (con funciones básicas de almacén, mínima operación de transformación/distribución, suministros y calidad), una gerencia de “recursos humanos” (reclutamiento y selección, desarrollo de talento, desarrollo organizacional), gerencia de administración y finanzas (con funciones de contraloría, crédito y cobranza y sistemas de información).

PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual es de UNIAPAC INTERNACIONAL. Cada UNIAPAC NACIONAL firmará una Carta Compromiso en este sentido.

Los consultores que colaboran en la elaboración de los documentos, firmarán un Contrato de Colaboración para el Desarrollo y aplicación del “Protocolo RSE” de Uniapac, en la que ceden los derechos patrimoniales de la obra, siendo reconocidos en la autoría de la misma.

Estimado empresario, creemos que este “Protocolo...” ayudará a lograr más empresas altamente productivas, plenamente humanas y socialmente responsables.



PROTOCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

AUTODIAGNÓSTICO DE
SOSTENIBILIDAD

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROTOCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROTOCOLO DE R.S.E.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?

E

CONTENIDO

Te servirá para, con tu grupo clave; clarificar y posteriormente decidir tus mejores rumbos de acción y estrategias para reducir el riesgo y vulnerabilidad de tu organización, reforzando su permanencia a largo plazo.

LA RESPUESTA DE MI EMPRESA A LA SOCIEDAD

La visión de UNIAPAC respecto a la empresas, señala que:

- La sustentabilidad de las empresas en el largo plazo, depende de su capacidad para satisfacer continuamente las expectativas y necesidades de los grupos (stakeholders) con los que se relaciona e impacta.
- Esto exige una atención continua a dichas expectativas.
- Este cuestionario es una herramienta única para validar fácilmente dicha satisfacción ya que te dará una visión rápida, completa, estructurada y precisa respecto a la RELACIÓN de los grupos con los que se vincula tu empresa, desde la óptica de la Responsabilidad Social.
- La permanencia de tu empresa en el largo plazo, puede depender de cuán satisfactoria sea la respuesta a las expectativas de dichos grupos relacionados.
- La satisfacción debe incluir a la persona en toda su dimensión.
 - Necesidades trascendentes: ETICA
 - Necesidades humanas: CALIDAD DE VIDA
 - Necesidades materiales: GENERACION Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA
- Independientemente de su tamaño (grande, mediana, pequeña o micro) tu organización es una EMPRESA. Esto es, una entidad formada por personas que aportan algo para lograr el objetivo común.

Con relación al cuestionario:

- El objetivo no es obtener una buena calificación, sino proporcionarte una herramienta que te ayude a comprender la realidad de tu empresa y facilitarte la toma de decisiones.
- Si por alguna razón piensas que alguno de los reactivos no aplica, te sugerimos que consideres cuál es el espíritu de la pregunta y cambies la redacción para que aplique a tu empresa.
- El diagnóstico está enfocado al análisis de comportamientos o formas de actuar, por lo que es aplicable a cualquier empresa independientemente de su tamaño, y busca sobre todo, evaluar lo que se vive en la empresa, más allá de las buenas intenciones o políticas verbales o escritas.

- Da tu apreciación clara y honesta. Te servirá para comentarla con tu grupo clave; clarificar y posteriormente decidir tus mejores rumbos de acción y estrategias para reducir el riesgo y vulnerabilidad de tu organización, reforzando su permanencia a largo plazo.

| | | | |
|----------------------|--|---------------------|--|
| Nombre de la Empresa | | | |
| Fecha de Aplicación | | Lugar de Aplicación | |

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Señala el tamaño de tu empresa según sea el caso y de acuerdo a la siguiente clasificación:

| Tamaño de la empresa | Personas Manufactura | Personas Servicios | Número de empleos directos Manufactura | Número de empleos directos Servicios |
|----------------------|----------------------|--------------------|--|--------------------------------------|
| Micro | 1-10 | 1-10 | | |
| Pequeña | 10-100 | 10-50 | | |
| Mediana | 100-250 | 50-100 | | |
| Grande | + de 250 | + de 100 | | |

1. PLATAFORMA DE GESTIÓN FORMAL

El desarrollo integral de tu organización exige claridad en la visión y objetivos y disciplina en la ejecución. El siguiente cuadro te da unos elementos para evaluar que tan completa e integral es la gestión en tu empresa. Anota el número en la columna que aplique, suma las columnas y saca el porcentaje sobre 40 puntos totales máximo posible.

| ¿Tu empresa tiene por escrito, han sido difundidos y son aplicados los siguientes componentes de un sistema integral de gestión? | 0 No existe | 1 Desarrollo parcial | 2 Redactado y difundido | 3 Práctica cotidiana | 4 Se mide |
|--|----------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------|
| 1.- Visión, Misión, Valores distintivos, Principios y código de conducta | | | | | |
| 2.- Planeación estratégica formal y participativa, que incluye: análisis FODA, objetivos estratégicos, programas, presupuestos, indicadores (Balanced Scorecard o similares), reportes periódicos. | | | | | |
| 3.- Cartas de organización, descripciones de puestos para todos los colaboradores y reglamentos internos. | | | | | |

| ¿Tu empresa tiene por escrito, han sido difundidos y son aplicados los siguientes componentes de un sistema integral de gestión? | 0 No existe | 1 Desarrollo parcial | 2 Redactado y difundido | 3 Práctica cotidiana | 4 Se mide |
|--|----------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------|
| 4.- Programa efectivo de formación y capacitación para todos los colaboradores | | | | | |
| 5.- Sistema formal de impulso a la creatividad, a la innovación y a la calidad. Incluye investigación, control estadístico de proceso y/o Comités de información, participación y solución de problemas. | | | | | |
| 6.- Sistemas de participación en la gestión incluyendo comunicación, grupos de trabajo (tipo círculos de calidad) y llegando hasta bonos por resultados a todo el personal. | | | | | |
| 7.- Sistema de evaluación y retroalimentación de la actuación de todos los colaboradores. | | | | | |
| 8.- Encuestas de clientes y ambiente laboral | | | | | |
| 9.- Balance social difundido ampliamente | | | | | |
| 10. Programas de impulso a la acción social: proveedores, clientes, comunidad, medio ambiente, filantropía con participación de los colaboradores. | | | | | |

Puntos Totales: _____ Porcentaje vs 40 Puntos Posibles: _____%

2. INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL CUESTIONARIO DE AUTODIAGNÓSTICO Y EL RESUMEN DE RESULTADOS:

El objetivo del cuestionario es ayudarte a conocer el estado de las relaciones entre los distintos grupos de interés o stakeholders y la empresa.

1. El cuestionario contiene tres secciones relativas a las tres grandes categorías: ETICA, CALIDAD DE VIDA, GENERACIÓN Y SATISFACCIÓN DE

LAS NECESIDADES MATERIALES.

2. Cada categoría se subdivide en los ocho grupos de interés presentando indicadores para cada uno de ellos.

3. Lee cuidadosamente las preguntas.

4. Elige la opción que consideres más apropiada al grado de cumplimiento y/o conocimiento mencionado en cada uno de los enunciados. (Elige una sola opción para cada enunciado)

5. Anota en el cuadro de la fila, los puntos que aplican (cada columna de opción de respuesta tiene un valor).

| OPCIÓN DE RESPUESTA | Valor | SITUACION EN LA QUE ESTA MI EMPRESA |
|---------------------|-------|--|
| 0 | 0 | No se vive |
| 1 | 25 | Se hace esporádicamente |
| 2 | 50 | Práctica conocida por toda la organización |
| 3 | 80 | Se practica de manera sistemática |
| 4 | 90 | Se vive y está documentado |
| 5 | 100 | Se vive, está documentado y se mide |

6. En La columna derecha de las preguntas relacionadas a cada GRUPO RELACIONADO suma los puntos acumulados para conjunto de preguntas de acuerdo a tus respuestas.

RESUMEN DE RESULTADOS

1. En el cuadro de Resumen de Resultados al final del cuestionario, escribir el resultado de las respuestas del Autodiagnóstico en cada cuadrante (Stakeholder – Línea Estratégica). Los datos que aparecen en gris en cada cuadrante del Resumen de Resultados, son los puntos máximos que pueden aparecer en cada cuadrante.

2. Para cada columna y fila suma los valores correspondientes a cada fila y columna.

3. La Suma "Gran total" debe ser igual a la suma de totales parciales de filas y de columnas.

4. Para ponderar el Índice de Sostenibilidad de cada stakeholder, escribir una "X" en la columna correspondiente del cuadro derecho (Índice de Sostenibilidad) en la columna que corresponda, según los puntos obtenidos.

5. Para ponderar el Índice de Congruencia con cada línea estratégica, escribir una "X" en la fila correspondiente del cuadro inferior (Índice de Congruencia) en la fila que le corresponda, según los puntos obtenidos.

6. Interpretar el resultado del INDICE DE SOSTENIBILIDAD e INDICE DE CONGRUENCIA global de tu empresa en el Semáforo de la Sostenibilidad de la RSE.

I. ÉTICA Y TRANSPARENCIA, Vigencia de Valores

| ¿En tu organización...? | | | | | | | |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| a) Los accionistas e inversionistas (Los dueños) (A & I) | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 1. ¿El código de conducta/ética regula la relación entre los dueños (accionistas e Inversionistas), el manejo de la empresa (Gobierno corporativo), y cómo se vinculan con la organización? | | | | | | | |
| 2. ¿La máxima autoridad de dirección cuenta con mecanismos concretos para medir de qué manera los Accionistas e Inversionistas aplican los valores y principios en determinadas situaciones? | | | | | | | |
| 3. ¿La situación económica, los estados financieros de la organización son informados a los A&I de manera adecuada y periódica? | | | | | | | |
| 4. ¿Se evita facilitar información privilegiada que beneficie a unos accionistas e inversionistas con menoscabo de los intereses de otros, o incluso de la propia empresa? | | | | | | | |
| 5. ¿Se provee a los accionistas de la información que ellos requieran, siempre que no afecte la confidencialidad de la empresa? | | | | | | | |
| 6. ¿Los accionistas e inversionistas participan en la planeación estratégica de la empresa? | | | | | | | |
| 7. ¿Se evita todo abuso de poder en búsqueda de ventajas particulares ? | | | | | | | |
| b) Personas que integran la empresa | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 8. La misión, los valores y el código de ética de la organización son difundidos a todo el personal a través de charlas, inducción de nuevas contrataciones, estrategias y planes de comunicación? | | | | | | | |
| 9. ¿Los directivos y colaboradores ponen en práctica los valores, el código de ética y conducta ante dilemas, situaciones conflictivas? | | | | | | | |
| 10. ¿La empresa cuenta con una política que vela por el respeto de los derechos humanos en la empresa? | | | | | | | |
| 11. ¿La dirección aplica mecanismos de información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores? | | | | | | | |
| 12. ¿La organización cuenta con mecanismos concretos para medir la congruencia entre el decir y hacer del grupo ejecutivo? | | | | | | | |
| 13. ¿La empresa respeta la libertad de credo de sus colaboradores? | | | | | | | |

| b) Personas que integran la empresa | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 14. ¿La organización forma a sus colaboradores en los valores que declara practicar? | | | | | | | |
| 15. La empresa estimula a través de la formación y la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de todos sus colaboradores | | | | | | | |
| 16. ¿El valor "dignidad de la persona" es ampliamente difundido en la declaración de valores, código de ética y documentos de la organización? | | | | | | | |
| 17. ¿Los colaboradores participan en la planeación estratégica de la empresa? | | | | | | | |
| c) Proveedores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 18. ¿La organización cuenta con un programa para difundir los valores y principios de la organización en la cadena de proveedores? | | | | | | | |
| 19. ¿La empresa tiene una política de pago a sus proveedores que obligue al respeto de lo pactado? | | | | | | | |
| 20. ¿Los valores y la conducta empresarial, son tenidos en cuenta a la hora de seleccionar un proveedor? | | | | | | | |
| 21. ¿La organización promueve el respeto de todos los proveedores y genera condiciones de competencia leal y transparente sin importar el poder económico o presencia de mercado de cada uno de ellos? | | | | | | | |
| 22. ¿La empresa cuenta con instrumentos que aseguran el respeto de la propiedad intelectual de los proveedores? | | | | | | | |
| 23. ¿Existen programas de trabajo con proveedores para el mejoramiento mutuo y la congruencia con sus principios y códigos de conducta? | | | | | | | |
| d) Distribuidores, clientes y consumidores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 24. ¿La empresa promueve principios y valores a través de sus productos y/o servicios a distribuidores clientes y consumidores? | | | | | | | |
| 25. ¿Proporcionan de manera transparente la información necesaria sobre sus productos y/o servicios? | | | | | | | |
| 26. ¿Cuenta con sistemas frecuentes de información y retroalimentación hacia este grupo? | | | | | | | |
| 27. ¿Se tiene presente la dignidad de la persona en todas las actividades de venta, publicidad y promoción? | | | | | | | |

| e) Gobiernos | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 28. ¿La empresa cuenta con una política clara que promueve el respeto y cumplimiento de la normativa legal vigente? | | | | | | | |
| 29. ¿La empresa ejerce un liderazgo en su sector en relación a promover sus principios y valores en la elaboración de leyes así como de políticas públicas? | | | | | | | |
| 30. ¿Existe una política clara y aplicada de no participación en actos de corrupción? | | | | | | | |
| 31. ¿Participan miembros de la empresa en los programas de gobierno para el desarrollo y de acción social regionales? | | | | | | | |
| 32. La empresa colabora con las autoridades en todo aquello que es de su competencia para contribuir al bienestar de la sociedad? | | | | | | | |
| f) Comunidad – sociedad | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 33. ¿Se Incluye en la gestión empresarial el desarrollo de la familia de los colaboradores y la comunidad? | | | | | | | |
| 34. ¿Se aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo? | | | | | | | |
| 35. ¿Se analiza el impacto social de las decisiones y se busca reducir las consecuencias negativas? | | | | | | | |
| 36. ¿La empresa desarrolla un programa formal de voluntariado en su comunidad para fomentar los valores y fortalecer el tejido social? | | | | | | | |
| g) Competencia | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 37. ¿La empresa cuenta con una política clara que rechaza y sanciona la piratería, contrabando, evasión fiscal, falsificación y adulteración de marcas y productos en toda su cadena de negocios? | | | | | | | |
| 38. ¿La empresa acepta y fomenta un mejor marco legal para el desarrollo de su sector en beneficio de los consumidores? | | | | | | | |
| 39. ¿La empresa prohíbe cualquier otro tipo de comportamiento desleal, como desacreditar al competidor o a sus productos? | | | | | | | |
| 40. ¿Rechazan acuerdos comerciales de precio y/o territorios para “explotar al mercado” en detrimento de los consumidores? (Prácticas monopólicas) | | | | | | | |

| g) Competencia | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 41. ¿La empresa promueve en conjunto con sus competidores la participación en proyectos de desarrollo social comunitario? | | | | | | | |
| h) Generaciones futuras | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 42. ¿La organización desarrolla programas de formación, internos y externos, para el cuidado del medio ambiente? | | | | | | | |
| 43. ¿La empresa conoce y aplica las leyes y realiza estudios de impacto ambiental de sus productos o actividades según lo exige la normativa vigente? | | | | | | | |
| 44. ¿La empresa tiene un programa de reducción de su impacto ambiental negativo? | | | | | | | |

II. CALIDAD DE VIDA, Necesidades Humanas

| ¿En tu organización..." | | | | | | | |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| a) Accionistas e inversionistas (A&I) | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 45. ¿La Empresa cuenta con una estrategia de vinculación entre los Accionistas e inversionistas y los grupos relacionados de la empresa? | | | | | | | |
| 46. ¿Se tiene establecido un programa de diálogo permanente con Accionistas e inversionistas para involucrarlos y comprometerlos en el proceso de RSE? | | | | | | | |
| 47. ¿Existe un programa de Evaluación del impacto en la calidad de vida de sus grupos relacionados y se informa a los accionistas e inversionistas? | | | | | | | |
| b) Personas que integran la empresa | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 48. ¿Existen programas/eventos, que permitan a su organización estar al tanto y cumplir con la legislación laboral y los cambios que en ésta se presenten? | | | | | | | |
| 49. ¿Existe un Sistema de Evaluación y mejora de las Competencias para el desempeño actual y futuro de los colaboradores? | | | | | | | |
| 50. ¿Se cuenta con un Sistema de Evaluación del Potencial de desarrollo de todos los colaboradores? | | | | | | | |
| 51. ¿La empresa tiene una política de selección y contratación con procesos claros y transparentes? | | | | | | | |
| 52. ¿La empresa cuenta con una política de no discriminación, definida formalmente al interior de la organización, e incluyente de todo tipo de personas? | | | | | | | |
| 53. ¿La empresa cuenta con un plan de desarrollo de carrera en la organización que propicie el auto crecimiento? | | | | | | | |
| 54. ¿La empresa cuenta con un sistema evaluación y reconocimiento del desempeño de sus colaboradores? | | | | | | | |
| 55. ¿Cuentan con mecanismos que permitan incentivar la participación y la productividad de los colaboradores? | | | | | | | |
| 56. ¿La empresa cuenta con políticas que promueven el respeto a la integridad de las personas? | | | | | | | |

| b) Personas que integran la empresa | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 57. ¿Cuentan con programas de apoyo a la maternidad/paternidad y al cuidado de los hijos de los colaboradores? | | | | | | | |
| 58. ¿Cuentan con esquemas que promuevan la participación de sus colaboradores en la gestión de la empresa, y reconoce las iniciativas de los mismos? | | | | | | | |
| 59. ¿La empresa cuenta con espacios y mecanismos de diálogo transparentes entre administración y colaboradores en lo particular, y con la representación sindical, en su caso? | | | | | | | |
| 60. ¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-vida laboral para sus colaboradores? | | | | | | | |
| 61. ¿La empresa realiza evaluaciones de clima laboral, y desarrolla en base a los resultados una estrategia con acciones definidas para promover un clima laboral positivo? | | | | | | | |
| c) Proveedores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 62. ¿Cuentan con mecanismos, transparentes y legales que le permitan conocer las prácticas laborales de sus proveedores? | | | | | | | |
| 63. ¿Existen medidas previstas para el caso en que los proveedores den atenciones o regalos a los funcionarios? | | | | | | | |
| 64. ¿La empresa cuenta con reglas precisas y documentadas para el trato respetuoso con sus proveedores? | | | | | | | |
| 65. ¿Se tienen establecidos mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores? | | | | | | | |
| 66. Existen programas o estrategias que incentiven las buenas prácticas laborales entre sus proveedores? | | | | | | | |
| 67. ¿La organización tiene procesos claros y transparentes de selección, contratación y evaluación de proveedores? | | | | | | | |
| 68. ¿Se rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores que tengan malas prácticas laborales o ambientales? | | | | | | | |

| d) Distribuidores, clientes y consumidores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 69. ¿Cuentan con mecanismos, transparentes y legales que le permitan conocer las prácticas laborales de sus proveedores? | | | | | | | |
| 70. ¿La empresa utiliza insumos que cumplen las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y/o servicios? | | | | | | | |
| 71. ¿La empresa facilita la información necesaria sobre seguridad y salubridad de los productos y sobre instrucciones de uso adecuado? | | | | | | | |
| 72. ¿Cuenta la empresa con reglas precisas para el trato respetuoso con sus clientes, consumidores y distribuidores? | | | | | | | |
| 73. ¿La empresa tiene políticas establecidas sobre reparación y/o canje en caso de suministrar productos o servicios defectuosos? | | | | | | | |
| 74. ¿Cuentan con mecanismos permanentes para la evaluación de la satisfacción de sus clientes, consumidores y distribuidores? | | | | | | | |
| 75. ¿Cuenta la empresa con una política de atención a clientes, incluyendo encuestas de satisfacción y manejo de quejas y reclamaciones? | | | | | | | |
| e) Gobiernos | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 76. ¿Tiene la empresa programas de comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social? | | | | | | | |
| 77. ¿Los directivos participan activamente en organismos intermedios? | | | | | | | |
| 78. ¿La empresa propicia la participación de los colaboradores en organismos intermedios? | | | | | | | |
| 79. ¿La empresa evalúa la efectividad e impacto de su participación político/social? | | | | | | | |
| f) Comunidad – sociedad | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 80. ¿La empresa cuenta con mecanismos documentados que permitan la participación e inversión en proyectos gremiales y sociales? | | | | | | | |
| 81. ¿La empresa participa en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común de la comunidad cercana o, en su caso, de la región? | | | | | | | |

| f) Comunidad – sociedad | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 82. ¿La empresa cuenta con una política de relación y cooperación con las ONG's para colaborar en proyectos comunes? | | | | | | | |
| 83. ¿La organización evalúa el impacto de su participación social y gremial? | | | | | | | |
| 84. ¿Existe un informe específico de las causas sociales y gremiales apoyadas por la empresa? | | | | | | | |
| g) Competencia | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 85. ¿Tiene la empresa establecidos mecanismos de acercamiento sanos con sus competidores y las autoridades para evitar prácticas monopólicas? | | | | | | | |
| 86. ¿La empresa cuenta con estudios comparativos de sus prácticas laborales, respecto a sus competidores? | | | | | | | |
| h) Generaciones futuras | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 87. ¿Tiene la empresa establecidos mecanismos de aseguramiento del cuidado del medio ambiente? | | | | | | | |
| 88. ¿La organización realiza un adecuado manejo de residuos y/o desperdicios provenientes de su operación? | | | | | | | |
| 89. ¿Participa la empresa en programas comunitarios locales y regionales de mejora del medio ambiente? | | | | | | | |
| 90. ¿Incorporan en sus políticas y prácticas el reconocimiento del impacto negativo de sus operaciones en las generaciones futuras y se ocupa de reducirlo? | | | | | | | |

III. SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES MATERIALES, Generación y Distribución de la Riqueza

| ¿En tu organización..." | | | | | | | |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| a) Accionistas e inversionistas (A&I) | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 91. ¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren la formación/concientización de los accionistas e inversionistas respecto de la responsabilidad de reducir la concentración de la riqueza? | | | | | | | |
| 92. ¿Cuentan con programas de Inducción a los objetivos económicos, sociales y ambientales? | | | | | | | |
| 93. ¿Retribuyen a los inversionistas según lo acordado? | | | | | | | |
| 94. ¿Realizan reuniones frecuentes durante el año, para informar a los inversionistas de los resultados? | | | | | | | |
| 95. ¿Existen mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores? | | | | | | | |
| b) Personas que integran la empresa | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 96. ¿La dirección desarrolla programas para formar en economía y finanzas a las personas y familias que integran la empresa? | | | | | | | |
| 97. ¿La empresa posee una política integral de remuneraciones clara y transparente que mejora año a año? | | | | | | | |
| 98. ¿La empresa cuenta con un sistema de bonos por cumplimiento de metas/productividad/participación de utilidades? | | | | | | | |
| 99. ¿La empresa cuenta con un sistema de beneficios al personal más allá de lo legal que sea aplicado con justicia y equidad para todos y no discriminatorio? | | | | | | | |
| 100. ¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-vida laboral para sus colaboradores? | | | | | | | |
| 101. ¿Existe algún tablero de control y seguimiento con indicadores sobre el avance en la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores? | | | | | | | |
| c) Proveedores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 102. ¿La empresa cuenta con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus proveedores? | | | | | | | |

| c) Proveedores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 103. ¿La empresa posee y cumple una política de pago a sus proveedores que les permita su sustentabilidad económica en el tiempo? | | | | | | | |
| 104. ¿La empresa tiene programas y/o eventos que involucren el desarrollo de sus proveedores? | | | | | | | |
| 105. ¿La empresa privilegia la contratación de proveedores locales con el fin de contribuir al desarrollo de la misma comunidad? | | | | | | | |
| 106. ¿Se desarrollan sistemáticamente acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo? | | | | | | | |
| 107. ¿Existen mecanismos que le permitan a la empresa conocer como es evaluada por sus proveedores? | | | | | | | |
| d) Distribuidores, clientes y consumidores | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 108. ¿La empresa cuenta con mecanismos, documentados, de negociación justa y equilibrada con sus distribuidores, que tengan impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales? | | | | | | | |
| 109. ¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo empresarial de sus Distribuidores y clientes? | | | | | | | |
| 110. ¿Implementan planes de venta transparentes y veraces para sus productos y servicios? | | | | | | | |
| 111. ¿La empresa cuenta con una política de ventas que sanciona/impide el uso de pagos indebidos o beneficios implícitos para concretar ventas? | | | | | | | |
| 112. ¿La empresa desarrolla programas de capacitación y formación en ética al personal en general para que brinde un óptimo servicio al cliente? | | | | | | | |
| 113. ¿La empresa realiza sistemáticamente estudios de mercado para tomar en cuenta las necesidades de diferentes sectores para diseñar y diversificar sus productos y servicios? | | | | | | | |
| 114. ¿Existe un mecanismo que le permita a la empresa conocer como la evalúan sus Distribuidores Clientes y Consumidores? | | | | | | | |

| e) Gobiernos | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 115.¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de cumplir con sus obligaciones fiscales? | | | | | | | |
| 116. ¿La empresa tiene y aplica una política de no evasión fiscal? | | | | | | | |
| 117. ¿Se cuenta con una política que prohíba expresamente la compra de voluntades con la finalidad de conseguir ventajas, servicios, contratos, autorizaciones, permisos, etc.? | | | | | | | |
| 118. ¿La empresa cuenta con informes específicos de su cumplimiento de las leyes vigentes? | | | | | | | |
| f) Comunidad - sociedad | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 119.¿La organización cuenta con información relacionada a las necesidades materiales y sociales de la(s) comunidad(es) en la(s) que está(n) insertos? | | | | | | | |
| 120. ¿La empresa realiza sus actividades en condiciones y ambiente de trabajo que respete y mejore el entorno social y cultural de la comunidad? | | | | | | | |
| 121.¿La empresa implementa una política que contribuye al desarrollo de nuevas empresas y la mejora del ambiente empresarial en la comunidad? | | | | | | | |
| 122.¿Pone la empresa al servicio de la comunidad bienes propios? | | | | | | | |
| 123.¿Existe en la empresa un mecanismo que le permita conocer como la evalúa la comunidad? | | | | | | | |
| 124.¿Han realizado un censo del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad? | | | | | | | |
| g) Competencia | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 125.¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren el desarrollo de una legal y sana competencia? | | | | | | | |
| 126.¿Tiene y aplica la empresa una política de competencia justa? | | | | | | | |
| 127.¿Rechazan los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector? | | | | | | | |

| g) Competencia | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------|
| 128.¿Existe un mecanismo que permita conocer como los evalúa su competencia? | | | | | | | |
| 129.¿Cuenta la empresa con informes específicos de su relación con sus competidores? | | | | | | | |
| h) Generaciones Futuras | 0 (0) | 1 (25) | 2 (50) | 3 (80) | 4 (90) | 5 (100) | Total |
| 130.¿La organización cuenta con políticas que apoyen la investigación y el desarrollo como un factor para mejorar su competitividad? | | | | | | | |
| 131.¿La empresa desarrolla programas que difunden la importancia de la conservación del medio ambiente? | | | | | | | |
| 132.¿Diseñan procesos, productos y servicios amables con el medio ambiente? | | | | | | | |
| 133.¿Cuentan con un programa de inversión para mejorar su grado de reuso y reciclaje? | | | | | | | |
| 134.¿Cuentan con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad? | | | | | | | |
| 135. ¿Cuentan con informes específicos del impacto ambiental de su actividad? | | | | | | | |

EL SEMÁFORO DE LA SOSTENIBILIDAD

Los resultados obtenidos en la autoevaluación indican el grado de congruencia de la responsabilidad social en tu empresa, medido como la respuesta que tu empresa da a las expectativas de los grupos con los que se relaciona. Identifica el índice de sostenibilidad global de tu empresa en el cuadro siguiente:

| GRADO DE SOLIDEZ Y SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA | |
|---|---|
| Verde | Tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo |
| Amarillo | Ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable. Existen áreas de riesgo importante |
| Rojo | Cumplimiento mínimo: cuidado, puede haber grupos relacionados que rechacen activamente a su empresa |

RESUMEN DE RESULTADOS ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD E ÍNDICE DE CONGRUENCIA

| Líneas Estratégicas Stakeholders | I. Ética y transparencia | II. Calidad de vida | III. Generación y distribución de la riqueza | TOTAL PUNTOS por stakeholder | ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD (Stakeholders) (poner "X" en donde corresponda) | | |
|--|--------------------------|---------------------|--|-------------------------------------|---|------------------------|----------------------|
| | | | | | Riesgo 0 a 40% | Inestable 41% a 75% | Sólido MAS DE 75% |
| a) Accionistas e inversionistas | Max:700 | Max:300 | Max:500 | Max:1500 | - 600 | 601 -1125 | +1126 |
| b) Personas que integran la empresa | Max:1000 | Max:1400 | Max:600 | Max:3000 | - 1200 | 1201 -2250 | +2251 |
| c) Proveedores | Max:600 | Max:700 | Max:600 | Max:1900 | - 760 | 761 -1425 | +1426 |
| d) Distribuidores, clientes y consumidores | Max:400 | Max:700 | Max:700 | Max:1800 | - 720 | 720 -1350 | +1351 |
| e) Gobiernos | Max: 500 | Max:400 | Max:400 | Max:1300 | - 520 | 521 - 975 | +976 |
| f) Comunidad - sociedad | Max: 400 | Max:500 | Max:600 | Max:1500 | - 600 | 601 - 1125 | +1126 |
| g) Competencia | Max:500 | Max:200 | Max:500 | Max:1200 | - 480 | 480 - 900 | +901 |
| h) Generaciones Futuras | Max:300 | Max:400 | Max:600 | Max:1300 | - 520 | 521 - 975 | +976 |
| TOTAL PUNTOS por línea estratégica | Max:4400 | Max:4600 | Max:4500 | GRAN TOTAL MÁXIMO: 13500 | 0 - 5400 | 5401 - 10125 | 10126 - 13500 |
| ÍNDICE DE CONGRUENCIA (Líneas Estratégicas) (poner "X" en donde corresponda) | | | | | | | |
| Bajo 0% a 40% | | | | | | | |
| Mínimo 41% a 75% | | | | | | | |
| Sólido 76% a 100% | | | | | | | |



PROCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

CARTA COMPROMISO

PRESENTACIÓN

LA RSE, UN MODO DE SER

EL PROCOLO

LAS HERRAMIENTAS DEL PROCOLO DE RSE.

AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD

CARTA COMPROMISO

¿QUÉ ES UNIAPAC?

F

CONTENIDO

En aras de maximizar el valor, desarrollar a la personas y permitir la sostenibilidad de mi empresa, todas las decisiones que se tomen a partir de este momento deberán tener un impacto en el bienestar, en el bien ser y en el bien común.

CARTA COMPROMISO

Recomendación de redacción para ser ajustada al contexto de la empresa

MI COMPROMISO Y PLAN DE ACCIÓN RSE

Después de haber obtenido mi PERFIL de RSE, puedo conocer los puntos críticos de mi empresa en los que cumplo con los parámetros de la RSE, o bien lograr implementar mejoras.

La transformación a la RSE de mi empresa no depende únicamente de mis decisiones, y solamente la voy a lograr con la participación entusiasta de todos los colaboradores (trabajadores), pasando de la firme convicción a la realización constante de acciones tendientes a que mi empresa viva plenamente el sentido económico, social, ambiental y personal.

Mi empresa está orientada a la creación de riqueza, motor de desarrollo económico para la justa distribución de los bienes y servicios, en virtud del crecimiento y perfeccionamiento integral del hombre, por lo que debo procurar que la brecha económica de mis colaboradores (trabajadores) se acorte para asegurar un digno nivel de vida familiar y, al mismo tiempo, buscar el desarrollo pleno de su persona.

El recto uso de los bienes puestos al cuidado de mi empresa conlleva la obligación de la optimización de su uso en beneficio de la sociedad, para preservar el ambiente de toda contaminación física y/o moral degradante, logrando así su desarrollo pleno, pues la prosperidad de mi empresa en un ambiente ético y de competencia, con fines sociales, es condición indispensable del crecimiento de mi país.

En aras de maximizar el valor, desarrollar a la personas y permitir la sostenibilidad de mi empresa, todas las decisiones que se tomen a partir de este momento deberán tener un impacto en el bienestar, en el bien Ser y en el bien común

Nombre, empresa, fecha

(INCLUIR FORMATO YA DEFINIDO)



PROTOCOLO DE RSE
Centrada en la Persona

¿QUÉ ES UNIAPAC?

PRESENTACIÓN
LA RSE, UN MODO DE SER
EL PROTOCOLO
LAS HERRAMIENTAS DEL PROTOCOLO DE R.S.E.
AUTODIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD
CARTA COMPROMISO
¿QUÉ ES UNIAPAC?

G

CONTENIDO

UNIAPAC es una federación de asociaciones, así como un lugar internacional de encuentro para empresarios cristianos

¿QUÉ ES UNIAPAC?

Un lugar internacional de encuentro de Dirigentes de Empresa Cristianos para promover el Pensamiento Social Cristiano dentro del mundo empresarial.

UNIAPAC es una federación internacional de asociaciones nacionales cristianas de dirigentes de empresas. Su nombre completo es Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresa. Es una asociación sin fines de lucro cuya casa central se encuentra en París, Francia y está activa con entidades corresponsales en más de 31 países.

UN POCO DE HISTORIA

UNIAPAC fue creada en 1931 bajo el nombre de “Conférences Internationales des Associations de Patrons Catholiques”, por federaciones de empleadores católicos holandeses, belgas y franceses (y por observadores provenientes de Italia, Alemania y Checoslovaquia) en ocasión del 40 aniversario de la Encíclica “Rerum Novarum” en Roma.

Después de la Segunda Guerra Mundial, UNIAPAC se amplió para incluir otros países europeos y latinoamericanos y cambió su nombre original por uno en francés, la ‘Union Internationale des Associations Patronales Catholiques’, con las iniciales UNIAPAC (1949).

En 1962, UNIAPAC se convirtió en una asociación ecuménica bajo la nueva denominación “Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas”, conservando sus iniciales. Para ese entonces, UNIAPAC ganaba miembros en Asia y África.

SU MISIÓN

A la luz del Pensamiento Social Cristiano, su objetivo es promover entre los dirigentes de empresa la visión e implementación de una economía que sirva a la persona y al bien común de toda la humanidad. Ellos se comprometen a:

- Su FORMACIÓN personal
- FORMAR y CAPACITAR a su personal,
- TRANSFORMAR sus empresas, su entorno laboral y empresarial, y

- contribuir en la CONSTRUCCIÓN de una sociedad más justa, más humana y más fraterna.

Principales líneas de acción:

- A través de sus asociaciones nacionales, pero también a escala global, iniciar y apoyar todas las acciones que ayuden a respetar al hombre y colocarlo en el centro de las empresas y la economía.
- Promover la difusión y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona.
- Para UNIAPAC los valores son la base de nuestro modelo de R.S.E., plasmado en nuestro libro “La Rentabilidad de los Valores” –una forma de gestión para empresas que perduran- Para su aplicación UNIAPAC ofrece una inédita herramienta estratégica: “El Protocolo de R.S.E. centrada en la persona”
- Servir como vínculo entre sus asociaciones nacionales en todo el mundo y promover y facilitar intercambios internacionales, proyectos y acciones entre los miembros de las asociaciones nacionales.

PRESENCIA INTERNACIONAL DE UNIAPAC

Desde su creación en Europa en 1931, UNIAPAC se ha expandido a todo el mundo. Hoy en día, UNIAPAC federa a una red de asociaciones locales, así como a contactos individuales en todo el mundo, que reúnen a unos 30,000 Dirigentes de Empresas desde los siguientes países:

Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Benin, Bolivia, Brasil, Burkina Faso, Cameroun, Chile, Congo-RDC, Ecuador, España, Francia, Gabón, Honduras, Hungría, Italia, México, Países Bajos, Paraguay, Polonia, Portugal, Reino Unido, República de Eslovaquia, República Dominicana, Eslovenia, Senegal, Suiza, Tailandia, Tchad, Togo y Uruguay.

Hay Asociaciones tramitando su pertenencia en los siguientes países: Ghana, Indonesia, Corea, Malasia, Mauricio, Singapur, los EE.UU.

y Asociaciones en el proceso de creación en otras, tales como:

Australia, Colombia, Costa de Marfil, Costa Rica, Guatemala, Haití, Hong-Kong, India, Japón, Panamá, Perú, Uganda, Venezuela.

COMISIÓN EJECUTIVA UNIAPAC LATINOAMERICANA

Juan Manuel López Valdivia
Presidente

José María Simone
Primer Vicepresidente y
Coordinador de la Comisión
de R.S.E.

Sergio Cavalieri
Segundo Vicepresidente

Padre Alejandro Llorente
Asesor Espiritual

María José Orellano
Secretaria General

José Alfonso Lozano Irazábal
Coordinador de la Comisión de la R.S.E.

José E. Rodó 2074
c.p. 11200, Montevideo, Uruguay
Tel. (598) 2408 5176
E-mail: secuniapacla@acde.org.uy
www.uniapacla.org

UNIAPAC INTERNATIONAL

Pierre Lecocq
Presidente

Burkhard Leffers
Vicepresidente
Presidente UNIAPAC Europa

Jean Baptiste Homs
Vicepresidente
Presidente UNIAPAC Africa

Juan Manuel López Valdivia
Vicepresidente
Presidente UNIAPAC Latinamericana

Padre Edouard Herr
Asesor Espiritual

Gwenola Robin
Asistente

17, Rue Eugene Delacroix
Paris F-75 116, Francia
Tel. (33) 01557 30754
E-mail: gwenola.robin@uniapac.org
www.uniapac.org

1. ANGOLA
- ACGD
President Zeferino Estevao
www.acgd.com
acgdangola@yahoo.com.br
Tel. (office): + 244 91 25 00 278
Secretary Maria de Fatima Saiundo

ADCE (Associação de Dirigentes
Cristãos de Empresa)-Minas Gerais
President: Sergio Cavalieri
E-mail: scavalieri@asamar.com.br
Tel. 55 31 32 81 07 10
www.adce.org.br

2. ARGENTINA
ACDE - UNIAPAC ARGENTINA
(Asociación Cristiana de Dirigentes de
Empresa)
President : Pablo Taussig
presidencia@acde.org.ar
Tel. (office): + 54 11 4331 0251
www.acde.org.ar

ADCE (Associação de Dirigentes
Cristãos de Empresa)-Río Grande do
Sul
President: Antonio D'Amico
E-mail: damico@ajurem.com.br

3. BELGIUM
-ADIC (Association Chrétienne des
Dirigeants et Cadres)
President: Xavier Deleval
xd@mobilexpense.com
Tel. (office): + 32 2 771 47 31
www.adic.info

7. BURKINA FASO
ACATHA B
President: R. Théophile YAMEOGO
theophileyam@rocketmail.com
Secrétaire Général: R. Tchapidieu
tangueritchatan@yahoo.fr
Secrétaire Général Mr Denis KABRE
sidekab@yahoo.fr
Tel (office): 226 50 30 54 02

4. BENIN
ACEB President Albin FELIHO
ÉvènementCiel
105,Av Mgr Steinmetz 01 BP 22
RP Cotonou, Bénin
info@evenemenciel.com
Tel 22921311936

8. CAMEROUN
PADIC
President: Jean Baptiste Homs
Tel (office): + 237 99 99 69 44
molige_sarl@yahoo.fr

5. BOLIVIA
UNIAPAC COCHABAMBA
President: Lic. Pablo Artero
pabloartero@hotmail.com
Asistente General:
Lic. Vanessa Delgadillo P.
vanedelgadillo@gmail.com

9. CHILE
USEC (Unión Social de Empresarios y
Ejecutivos Cristianos)
President: Ricardo de Tezanos Pinto
Dominguez rdetezanos@mainfund.cl
Tel. (office): 56 22 33 77 90
Executive Director: Soledad NEUMANN
sneumann@usec.cl www.usec.cl

6. BRASIL
ADCE (Associação de Dirigentes
Cristãos de Empresa)-Sao Paulo
President: Maria-Virginia Cavalieri
gigicavalieri@adcesp.org.br adcesp@
adcesp.org.br
Tel. (office):55 11 3726 8292

10. CONGO-RDC
CADICEC Uniapac-Congo
(Centre Chrétien d'Action pour les
Dirigeants et Cadres des Entreprises
du Congo) 81, avenue Roi Baudouin
(ex. 3 Z) B.P. 3417 Kinshasa/Gombe
Tel. + 243 81 81 26 512, Fax: +243 81
33 30 175 cadicec@hotmail.com
President Justin OKANA
General Secretary Père Paulin MANWELO
Tel. : 243 81 54 85 595
manwelop@yahoo.fr

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>11. ECUADOR – ACE Guayaquil Ecuador President: Elena ARIAS Email: earias@ecutel.net General Secretary: Raquel Paz raquelpaz10@hotmail.com Tel. (office): 593 4 23 50 996 www.aceecuador.org</p> | <p>- BKU (Bund Katholischer Unternehmer e.V.) President: Marie-Luise DÖTT service@bku.de Tel. (office): 49 221 27 23 70 Delegate to Uniapac: Martin Wilde wilde@bku.de www.bku.de</p> | <p>19. THE NETHERLANDS Vereniging VNO-NCW Delegate to Uniapac: Jan-Willem van den BRAAK braak@vno-ncw.nl Tel. (office): 31 70 349 03 93 www.vno-ncw.nl</p> | <p>- VENITE President: Josef Vanco vanco@sakbs.sk Tel. (office): 42 19 05 60 02 30/ 42 19 05 38 95 91 www.sakbs.sk</p> |
| <p>ANDE (Asociación Nacional de Empresarios) Quito President: René Ortíz re.ortiz@uio.satnet.net Tel. (office): 5932 252 4700 www.ande.org.ec</p> | <p>15. HONDURAS GEPROCA (Grupo de Empresarios y Profesionales Católicos) President: Mirko Cuculiza Blvd. Morazan Edificio JS No. 201 Tegucigalpa, Honduras E'mail: mcuculiza@hotmail.com Tel. 00 504 22391819</p> | <p>20. PARAGUAY ADEC President: Luis Fretes Schinini lfretes@protek.com.py Tel (office): 595 21 20 22 30 www.adec.org.py</p> | <p>25. SLOVENIA ZKPS (Slovene Christian Union of Business Executives) President: Dr. Drago RUDEL, El. Eng. drago.rudel@mks.si Tel. (office): 386 1 256 22 43 www.zkps.si</p> |
| <p>12. FRANCE - Les EDC (Les Entrepreneurs et Dirigeants Chrétiens) President: Robert Leblanc r.leblanc.btw@orange.fr Tel. (office): 01 45 53 23 05 www.lesedc.org</p> | <p>16. HUNGARY KERME Kereztény Ertékgörző Egyesület HUNGARY/ KERME H-1125 Budapest, Kútvölgyi út 24/A President Botond SZALMA Tel.: 36 20 44 40 765 szbotond@plimsoll.hu Delegate to Uniapac: Liliane TURIET titkar@ermee.hu www.ermee.hu</p> | <p>21. POLAND PSChP / PACE (Polish Association of Christian Entrepreneurs) President: Ireneusz MARCZYCK IMarczyk@yahoo.com Tel. (office): 48 50 06 95 647 www.pschnp.pl</p> | <p>26. SPAIN ASE (Acción Social Empresarial) Calle José Marañón 3 E - 28010 Madrid Tel. +34 91 593 27 58 - Fax +34 91 593 28 21 ase@planalfa.es President Carlos ALVAREZ JIMENEZ General Secretary Pedro MURGA ULIBARRI</p> |
| <p>13. GABON MCC Gabon President: M. et Mme Nadège et Jean Noel Eya Ndong BP 13130, Libreville, Gabon E mail jnoeleya@yahoo.fr Tel 241 0794 20 55</p> | <p>17. ITALY UCID (Unione Cristiana Imprenditori Dirigenti) President: On. Ing. Angelo FERRO ferro@iperv.it Tel. (office): +39 06 86323058 Delegate to Uniapac: Giovanni FACCHINI MARTINI giovanni.facchinimartini@ pioneerinvestments.com Tel.: 30 (02) 7622 3451 www.ucid.it</p> | <p>22. PORTUGAL ACEGE (Associação Cristão de Empresarios e Gestores) President: João Alberto PINTO BASTO acege@sapo.pt Tel. (office): 351 917 81 58 54 Delegate to Uniapac: Nuno FERNANDES-THOMAZ n.fernandesthomaz@nutrinveste.pt Tel.: 351 12 10 40 08 00 www.acege.org</p> | <p>27. SWITZERLAND VCU (Vereinigung Christlicher Unternehmer der Schweiz) President: Dr. Reto Battaglia Delegate to UNIAPAC: Roman Kuhn info@vcu.ch Tel. (office): 0041 55 286 14 80</p> |
| <p>14. GERMANY - AEU (Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer in Deutschland e.V.) President: Michael FREIHERR info@aeu-online.de Delegate to Uniapac: Bodo LIESENFELD b.liesenfeld@liesenfeld-international.com Tel. (office): 33 1 42 22 18 56 www.aeu-online.de</p> | <p>18. MÉXICO CONFEDERACION USEM (Confederación de Uniones Sociales de Empresarios de México, A.C.) President: Roberto Quintero presidencia.confederacion@usem.org Tel. (office): 52 55 56 69 47 90 www.usem.org</p> | <p>23. REPÚBLICA DOMINICANA -ACES Santiago (Asociación Católica de Empresarios de Santiago) Calle Duvergé No. 14 Santiago de los Caballeros, Rep. Dom. President: Miguel Ángel Tallaj matallaj@claro.net.do Tel. (Office): 809 583-4300</p> | <p>28. TCHAD UCCT M. Laring Baou Paroisse Atrone 1 - B.P. 456 N'Djaména Tchad edisao_baou@yahoo.fr</p> |
| | | <p>24. SLOVAKIA - ACEM - SR(Association of Christian Entrepreneurs and Managers of Slovak Republic) ZKPM SR President: Ing. Pavol FAKTOR office@zkpmsr.sk Tel. (office): 421 41 763 18 89</p> | <p>29. THAILAND CBEG (Catholic Business Executives Group) President Prachuab TRINIKORN Foreign Affairs Committee Dr. Theresa V. Phromsuntorn Tel. +66 2 234 17 30 / 237 73 15 ptrinikorn@gmail.com</p> |

30. TOGO

EDCT
 President Mr Jean Daniel SETHO
 Centre "Christ Rédempteur"
 11 BP 45 Lomé, TOGO
 Tel. 22 26 76 41.
 jdsetho@isafric.com

32. URUGUAY

ACDE (Asociación Cristiana de
 Dirigentes de Empresa)
 President: Eduardo Perez Muniz
 José Enrique Rodo, 2074
 C.P. 11 200 Montevideo (Uruguay)
 Tel:598 4085 176
 epm.strat@gmail.com.com
 www.acde.org.uy

31. UNITED KINGDOM

CABE (Christian Association of
 Business Executives).
 Director: Jackie NELSON
 info@principlesforbusiness.com
 Tel. (office): 44 (0) 1892 515 248/
 07774 98 2294
 www.cabe-online.org

LA RENTABILIDAD DE LOS VALORES

Uniapac

Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial
 Una forma de gestión para empresas que perduran



Uniapac

El libro "La Rentabilidad de los Valores" está disponible en cualquier
 Asociación de UNIAPAC

PROTOCOLO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CENTRADA EN LA PERSONA



Argentina



Bolivia



Brasil



Chile



Ecuador



Ecuador



Honduras



México



Paraguay



Santiago
República Dominicana



Uruguay