- Guía introductoria

Conceptos y primeros pasos en RSE

URSE
Unidad de Responsabilidad Social Empresarial

CEPB
Confederación de Empresarios Privados de Bolivia

ACT/EMP

OIT
Organización Internacional del Trabajo

- **Guía introductoria**

Conceptos y primeros pasos en RSE

URSE
Unidad de Responsabilidad Social Empresarial

CEPB
Confederación de Empresarios Privados de Bolivia

ACT/EMP

OIT
Organización Internacional del Trabajo

Esta publicación y su contenido fueron producidos por la Unidad de Responsabilidad Social Empresarial de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB), con la asistencia técnica de la Oficina de Actividades para los Empleadores (ACT/EMP) de la Organización Internacional del Trabajo

ACT/EMP

Organización Internacional del Trabajo

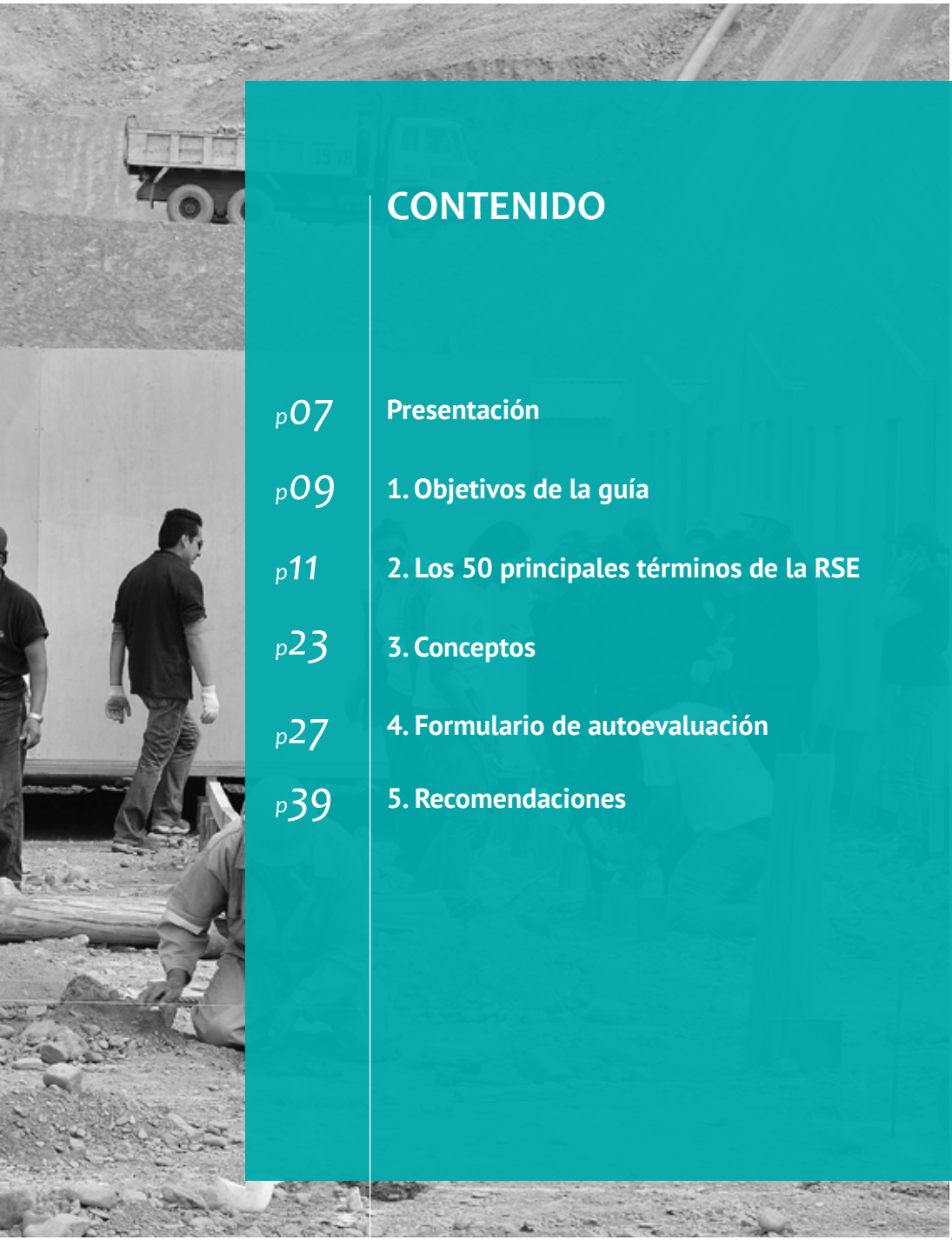
Calle Méndez Arcos #117
+591 2 2420999
La Paz, Boliva.

Copyright © URSE

Coordinación de Publicación: URSE
Edición: Dirección de Comunicación CEPB
Diseño y diagramación: www.sinmotivo.com
Fotografías: Archivo CEPB, APG, Colectivo Sinmotivo
Impresión: Quatro Hnos.

Febrero de 2015

www.urse.org.bo



CONTENIDO

p07 Presentación

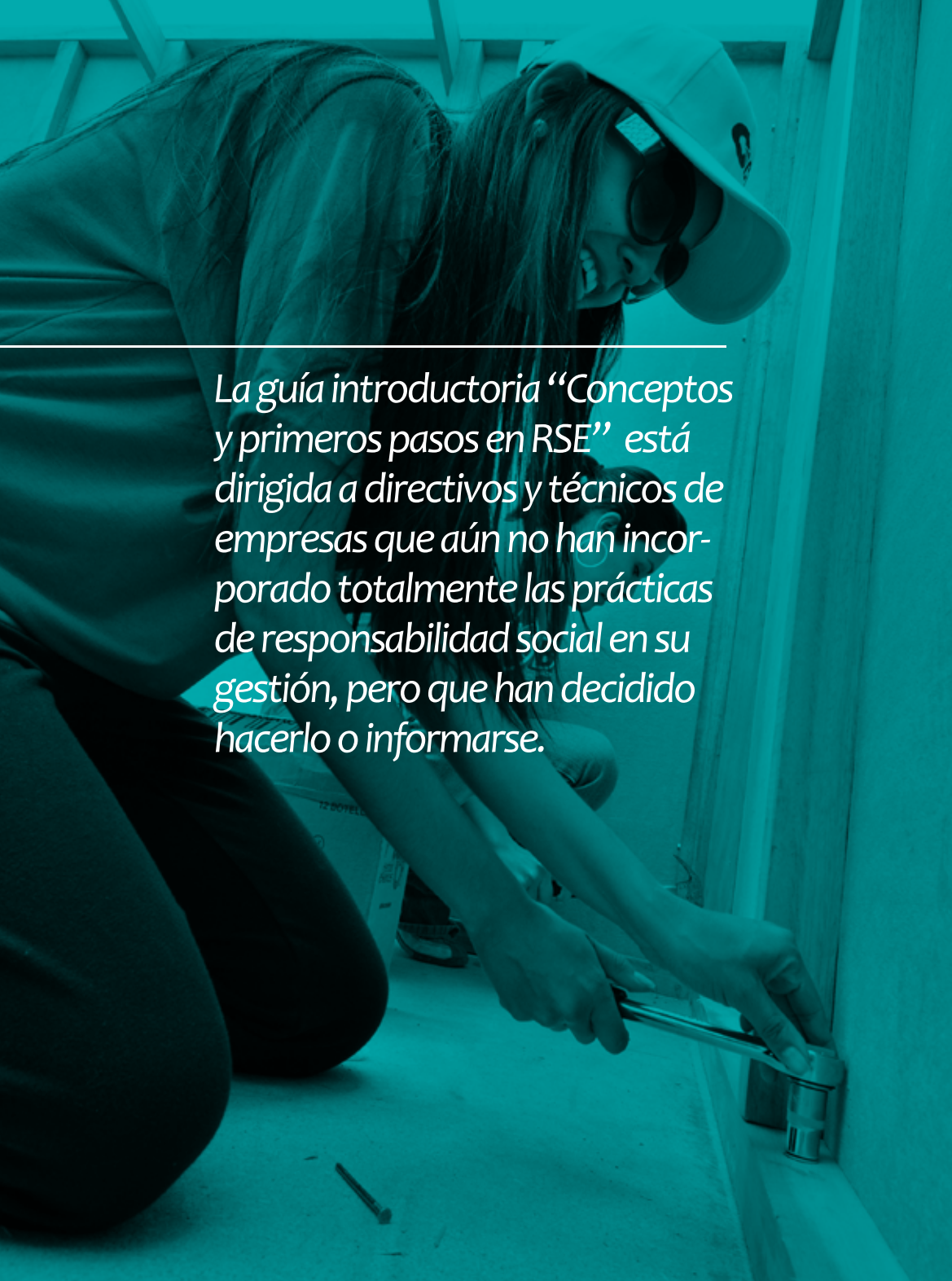
p09 1. Objetivos de la guía

p11 2. Los 50 principales términos de la RSE

p23 3. Conceptos

p27 4. Formulario de autoevaluación

p39 5. Recomendaciones



La guía introductoria "Conceptos y primeros pasos en RSE" está dirigida a directivos y técnicos de empresas que aún no han incorporado totalmente las prácticas de responsabilidad social en su gestión, pero que han decidido hacerlo o informarse.

Presentación

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un compromiso voluntario de las empresas con su sociedad. Implica incorporar a sus objetivos estrictamente económicos los intereses de los trabajadores, de la comunidad, la dimensión medioambiental y la preocupación por el entorno, como los aspectos más importantes.

Las empresas que practican la RSE en Bolivia han dejado muchas enseñanzas sobre la importancia ética de esta práctica para la sociedad, en particular, su pertinencia para visibilizar las acciones empresariales y para incluir a los grupos de interés en su esfera de preocupación.

La guía introductoria "Conceptos y primeros pasos en RSE" está dirigida a directivos y técnicos de empresas que aún no han incorporado totalmente las prácticas de responsabilidad social en su gestión, pero que han decidido hacerlo o informarse.

Dichas empresas requieren, inicialmente, un conjunto de categorías tecnocráticas con las cuales familiarizarse, una aproximación conceptual cercana a su realidad y una metodología de autodiagnóstico sobre su actual responsabilidad social. Esta guía provee esas herramientas y recomienda los primeros pasos para la implementación de la práctica.

Las empresas que recurran a este documento encontrarán respuestas a sus inquietudes y reflexiones sobre las implicancias del compromiso social de largo plazo que pretenden asumir.

1.
SAMSUNG
cuentas SM excel Nov.xls

Objetivos de la guía

Los objetivos de la guía introductoria "Conceptos y primeros pasos en RSE" son los siguientes:

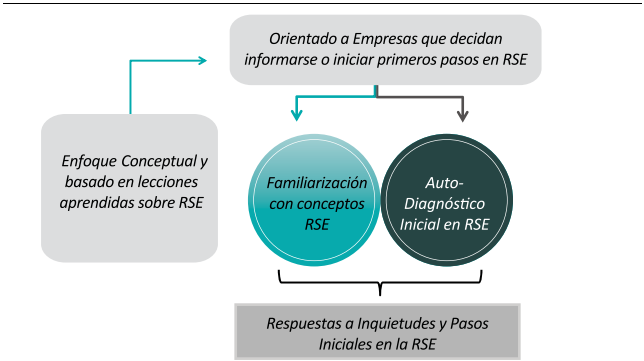
» **Responder a las inquietudes empresariales sobre la RSE y sus alcances, con repuestas técnicas oportunas, concretas y operativas.**

» **Proporcionar a las empresas privadas bolivianas herramientas sencillas de autodiagnóstico en RSE y de identificación y diálogo con sus grupos de interés.**

La introducción a la responsabilidad social y los usos que las empresas pueden dar a esta guía se muestra en el siguiente esquema:

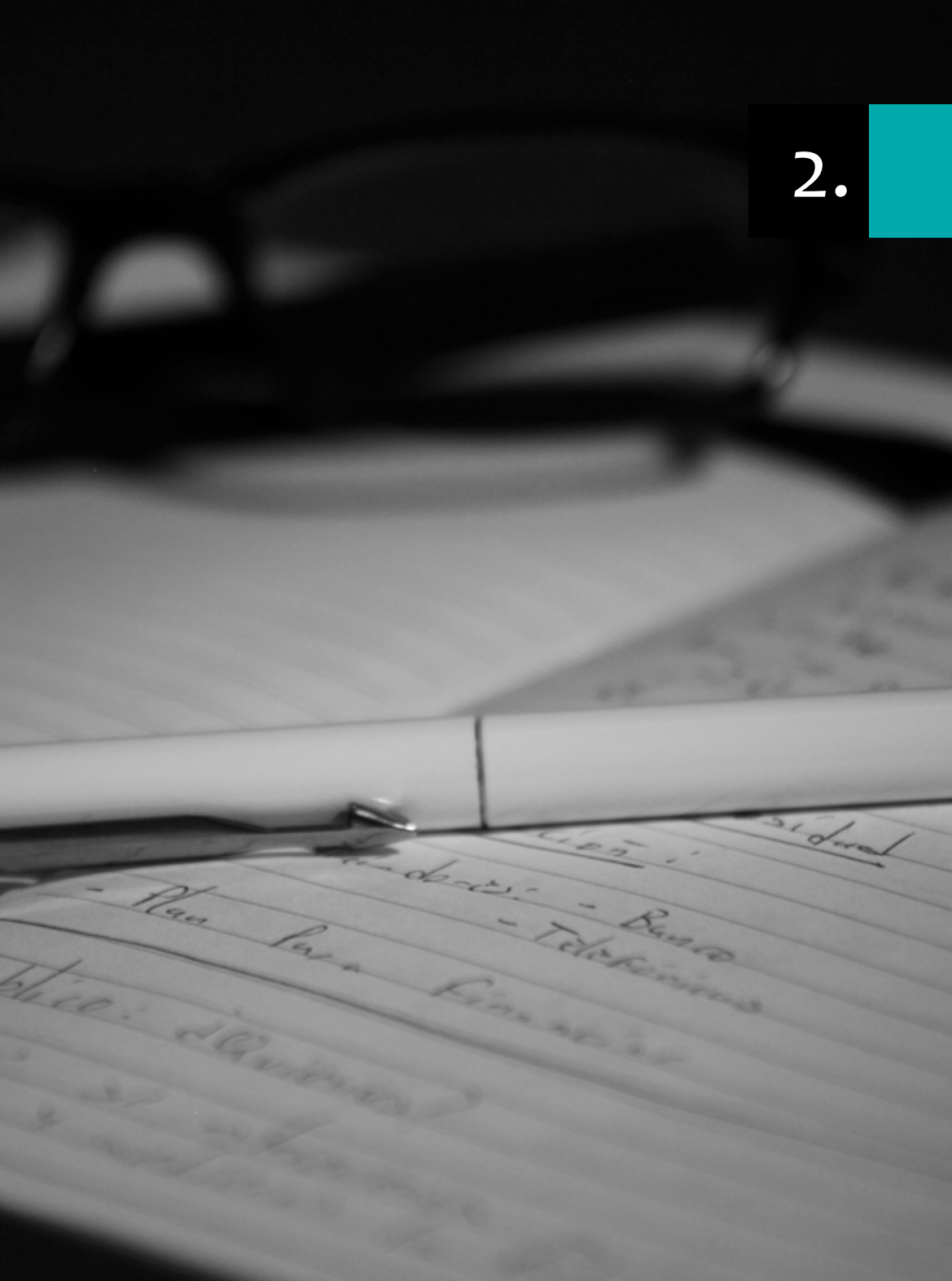
Esquema 1

» ***ENFOQUE, USOS Y RESULTADOS DE LA GUÍA***



Fuente: Elaboración propia CEPB

La idea central es clara: la RSE es un desafío de largo plazo, por ello, las empresas que se decidan por esta "filosofía de gestión" deben reflexionar sus implicancias. La guía, desarrollada en los siguientes capítulos, proporciona conceptos y categorías técnicas relacionadas con la RSE que facilitará las decisiones de las empresas.


2.

Los 50 principales términos de la RSE

La RSE, como nueva forma de gestionar las empresas privadas, de todos los sectores de la economía, ha generado un conjunto de términos y categorías conceptuales que constituyen el acervo teórico de esta subdisciplina administrativa.

Estos son los 50 términos centrales de la RSE:

1) Acción social de la empresa: Cuando hablamos de "acción social", nos referimos a la utilización de recursos humanos, técnicos o financieros para ayudar a los colectivos menos favorecidos en la sociedad, tales como discapacitados, habitantes de países subdesarrollados, ancianos, drogodependientes, jóvenes. La acción social no debe ser confundida ni considerada como parte fundamental de la Responsabilidad Social de las Empresas.

Fuente: (http://www.responsabilidadsocialempresarial.com/?p=217)

2) Accionista: Es aquella persona natural (física) o jurídica propietaria de acciones de los distintos tipos de sociedades anónimas o comanditarias en el marco jurídico de cada país.

El accionista es un socio capitalista que participa de la gestión de la sociedad en la misma medida en que aporta capital. Por lo tanto, dentro de la sociedad tiene más votos quien más acciones posee.

Fuente: (http://es.wikipedia.org/wiki/Accionista)

3) Actores sociales: Son grupos, organizaciones o instituciones que interactúan en la sociedad y que, por iniciativa propia, lanzan acciones y propuestas que tienen incidencia social.

Fuente: (http://www.eumed.net/rev/oidles/12/vdhc.pdf)

4) Autodiagnóstico: También llamado "autoevaluación", consiste en promover el análisis necesario para tomar conciencia de intereses fundamentales de la empresa (cuál es su fin, cómo se puede definir su misión, qué es lo que busca,

que es lo que más le conviene), identificar cuáles son los objetivos estratégicos que satisfacen estos propósitos, los problemas u obstáculos que se interponen en el logro de los puntos estratégicos y las fuerzas y potencialidades coyunturales.
Fuente: Redacción CEPB

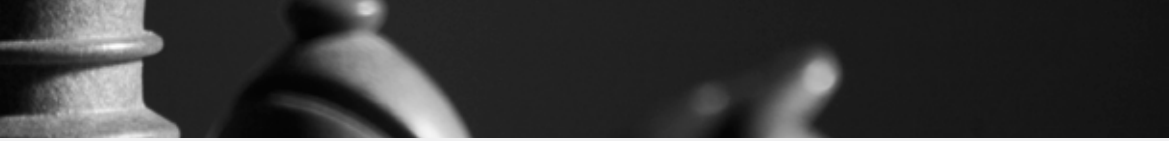
5) Buenas prácticas: Se refiere a toda experiencia que se realiza considerando principios, objetivos y procedimientos apropiados o pautas aconsejables y adecuadas a una determinada perspectiva normativa o a un parámetro consensuado. También se entiende como la experiencia que ha arrojado resultados positivos, demostrando eficacia y utilidad en un contexto concreto.
Fuente: (http://www.planandino.org/bancoBP/node/3)

6) Calidad: Es un concepto que está relacionado con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con otra de su misma especie, y con diversos factores como la cultura, el producto o servicio. Las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición. La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas en cumplimiento de requisitos. La calidad es medible y se puede estandarizar.
Fuente: (https://es.scribd.com/doc/237174254/Que-Es-Calidad)

7) Capital social: Como término contable, el capital social es el valor de los bienes o el dinero que los socios aportan a una empresa sin derecho a devolución. Desde el punto de vista sociológico, se refiere a la percepción que tiene la sociedad sobre la empresa y su prestigio. El capital social es un concepto utilizado por la contabilidad y por la sociología, según se refieran al primer o segundo sentido.
Fuente: (http://definicion.de/capital-social/)

8) Cliente: En economía, se refiere a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Hay clientes constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, que lo hacen en un determinado momento y por una necesidad puntual. Los clientes, junto con los proveedores, conforman una de las dimensiones externas de la RSE.
Fuente: (http://definicion.de/cliente/)

9) Comunicación RSE: Son acciones que generan valor para la empresa y su reputación. Se supone que a mayor reputación, mayor valor y a mayor responsabilidad social, mayor valor de las empresas. Las estrategias de comunicación deben reflejarse, también, en productos comunicacionales agradables para los grupos de interés, quienes deciden de forma subjetiva



si la organización es responsable socialmente. De ahí la importancia de la comunicación, ya que "el hecho de que una empresa sea catalogada como responsable en el ámbito social, por ejemplo mediante su inclusión en un índice de valores éticos, puede favorecer su cotización y aportarle beneficios financieros".
Fuente: (www.academia.edu/1456794/Comunicación_y_responsabilidad_social)

10) Comercio justo: Es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos.
Fuente: (http://www.desenvolupamentsostenible.org/index.php?option=com_content&view=article&id=460&Itemid=494&lang=es)

11) Competencia: Son las capacidades que tienen los seres humanos para enfrentar la vida en el ámbito personal, social y laboral. La persona las adquiere a través de diferentes procesos de formación y desempeño. En la empresa las competencias de las personas se combinan bajo una dirección y objetivos comunes, para un mejor desempeño grupal y, a la vez, se desarrollan y fomentan como parte de la responsabilidad de la empresa con sus trabajadores.
Fuente: Redacción CEPB.

12) Consumidor: En economía, un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

En el ámbito de los negocios o la administración, cuando se habla de consumidor en realidad se hace referencia a la persona como consumidor. El consumidor es la persona u organización a la que el marketing dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra, estudiando el proceso de toma de decisiones del comprador.
Fuente: (http://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor)

13) Desarrollo Sostenible: Es aquel que se puede lograr gracias a una buena gestión de las políticas económicas. Es decir, es un proceso mediante el que se trata de satisfacer las necesidades económicas, sociales y medioambientales de una generación sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.
Fuente: (https://foresamb.wordpress.com/2014/06/09/existe-una-diferencia-entre-sustentable-y-sostenible-te-lo-mostramos/)

14) Directrices: Es una norma o una instrucción que se tiene en cuenta para realizar algo y que fija cómo se producirá esto. Sientan las bases para el desarrollo de una actividad o de un proyecto.

Fuente: (www.definicion.de/directrices)

15) Empresa: Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial y sus inversiones.

Fuente: (http://es.wikiquote.org/wiki/Empresa)

16) Estado: Es un concepto político que se refiere a una forma de organización social, económica, política soberana y coercitiva, formada por un conjunto de instituciones no voluntarias, que tiene el poder de regular la vida comunitaria nacional, generalmente en un territorio.

Fuente: (http://www.academia.edu/9300156/1)

17) Estilo: Es el sello personal de un ser humano que permite diferenciarlo del resto. Todas las personas tienen una imagen de sí mismas que intentan transmitir a través de diversos aspectos que van desde la ropa, hasta formas de hablar o productos que consumen. Las empresas como las personas, tienen también un sello en su accionar frente a la sociedad.

Fuente: Redacción CEPB

18) Estrategia de RSE: Son líneas directrices que generan un marco para la gestión de los asuntos relevantes para la empresa en temas sociales, ambientales y económicos. En ella se expone la visión, principios y políticas de una organización y se define su enfoque respecto a la gobernanza, la participación de los grupos de interés y a la comunicación. La gestión de RSE puede ser reactiva si no se planifican las actividades considerando la misión y visión empresariales o, por el contrario, estratégica si se toman en cuenta las expectativas de los grupos de interés en el marco de los fines últimos de la empresa.

Fuente: (http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80117/EOI_Wikilibro_RSC_2012.pdf)

19) Ética Empresarial: La ética empresarial es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios. La gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, etc.

La ética empresarial como disciplina académica suele abarcar uno o más de los siguientes temas: el estudio de los principios morales aplicables a la vida económica y empresarial; el estudio y crítica de los valores efectivamente dominantes en el ámbito económico en general y en cada una de las organizaciones, el análisis de casos reales que ejemplifican la responsabilidad de las organizaciones y de sus diversos constituyentes; el desarrollo de cuerpos normativos voluntarios o procedimientos estandarizados de gestión basados en principios y valores éticos; el seguimiento y descripción de la importancia de estos códigos y procedimientos en organizaciones concretas, así como la observación de sus efectos en las propias organizaciones y su entorno.

Fuente: (http://www.losrecursoshumanos.com/definicion-y-enfoque-de-la-etica-empresarial/)

20) Filantropía: Significa humanitarismo o altruismo y hace referencia a un sentimiento (simpatía o empatía) que hace que los individuos ayuden a otras personas de forma desinteresada. Es amor incondicional hacia el ser humano, es decir, sin intereses, sin fines de lucro y sin requerir nada a cambio. Es la actitud de ayudar al prójimo, el voluntariado o la acción social, a través de la caridad y donaciones

Fuente: Redacción CEPB.

21) Gestión Empresarial: La gestión empresarial hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente. Se entiende también como la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Fuente: (http://definicion.mx/gestion-empresarial/#ixzz3MCI1tVzM)

22) Gerencia: Es el conjunto de empleados de alta calificación que se encarga de dirigir y gestionar los asuntos de una empresa. El término también permite referirse al cargo que ocupa el director general o gerente de la compañía, que desempeña distintas funciones como dirigir y coordinar los recursos internos, representar a la firma frente a terceros y controlar las metas y objetivos.

Fuente: (http://es.calameo.com/books/0040669298f573fd6d6cc)

23) Global Reporting Initiative: Es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de compañías que deseaban evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Colabora con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Fuente: (http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36193698)

24) Grupos de interés: Conocidos como los "stakeholders", término que hace referencia a accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y organizaciones sociales, entre los principales actores claves, que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Es fundamental, para el desarrollo de una organización, generar confianza en estos.

Fuente: Redacción CEPB

25) Imagen corporativa: Es el conjunto de cualidades y atributos que la empresa desea transmitir a los consumidores, con la finalidad de influir positivamente en su percepción y, consecuentemente, en el posicionamiento de la empresa. La imagen corporativa es una síntesis de argumentos que la empresa tiene sobre ella misma y que trata de representarla en la mente de los clientes.

Fuente: Redacción CEPB

26) Información: Es un conjunto de datos con un significado que permite reducir la incertidumbre o aumentar el conocimiento sobre algo. La información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a las decisiones.

Fuente: (http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/que-es-informacion.html)

27) Inversiones sociales: Es una manera en la cual organizaciones pueden contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operan. Por lo general, las inversiones sociales son actividades que no están vinculadas ni buscan directamente mejorar las operaciones principales de una organización, sino que mantienen y fortalecen sus relaciones con la comunidad.

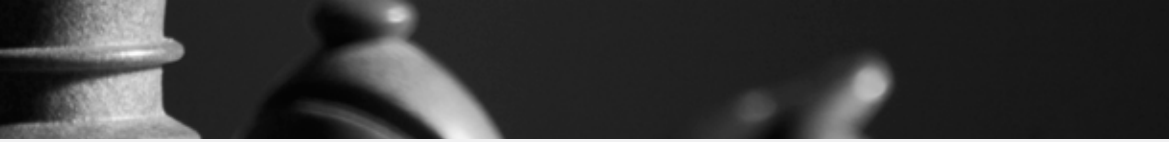
Fuente: Redacción CEPB

28) ISO 26000: Es la norma de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés) referida a la responsabilidad social. Establece pautas a seguir para aplicar líneas de acción en este tema.

Fuente: (http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf)

29) Medioambiente: Es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos y culturales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos. Desde el punto de vista humano, se refiere al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su conjunto.

Fuente: (http://www.cepal.org/deype/noticias/noticias/2/37052/2009_09_MA_ID_37052_Sabalian_Cristina_ppt.pdf)



30) Marketing con causa: Es una manera que tiene cualquier empresa o marca de contribuir a una causa social concreta, a la que asocia su imagen, productos, o filosofía. Se podría decir que se trata de una fórmula en la que todos ganan, tanto la asociación o institución que necesita la ayuda, la empresa que realiza la campaña y, en último lugar, el consumidor que decide prestar ayuda.

Fuente: (http://gradomarketing.uma.es/index.php?option=com_content&view=article&id=139:marketing-con-causa&catid=43:blog&Itemid=62)

31) Mecenazgo: Es un tipo de patrocinio que se otorga a artistas, literatos o científicos a fin de permitirles desarrollar su obra. Este apoyo, aunque se presente como desinteresado (el que lo otorga no exige a sus beneficiarios ningún tipo de devolución o réditos económicos a corto plazo) proporciona una remuneración de carácter íntimo (el placer estético, moral o intelectual, o la satisfacción de la vanidad), además de una operación de relaciones públicas que puede llegar a ser muy útil, por cuanto justifica su posición social y mejora su reputación.

Fuente: (http://es.wikipedia.org/wiki/Mecenazgo)

32) Norma: Es una regla, ley, pauta, principios o un conjunto de estos que se impone, se adopta y se debe seguir para realizar correctamente una acción o para guiar, dirigir o ajustar la conducta o el comportamiento de los individuos.
Una norma social es el conjunto de reglas o leyes que componen la parte moral o ética de la cultura de una sociedad y orientan las conductas, acciones, tareas y actividades de los individuos en una determinada sociedad. No son impuestas, pero socialmente supuestas y reconocidas para la mayoría.

Fuente: (http://www.significados.com/norma/)

33) Organización: Como entidad, es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, en forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas logren los fines propuestos.

Fuente: (http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html)

34) Pacto Global de las Naciones Unidas: Es un acuerdo internacional que hace un llamado a las empresas en el mundo para que de forma voluntaria alineen sus operaciones y estrategias con 10 principios universalmente aceptados en áreas de enfoque como los derechos humanos y laborales, la protección ambiental y la anticorrupción y para que además tomen acción en apoyo a los objetivos de la ONU incluyendo los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Post Milenio. Al hacer esto, las empresas pueden asegurar que sus operaciones se desarrollen

de forma que beneficien tanto a las economías como a las sociedades en todo el mundo. El Pacto Global de las Naciones Unidas es también una plataforma para el desarrollo, la implementación y la apertura a las políticas de Responsabilidad Social Empresarial y sus prácticas. Lanzado en 2000, es la iniciativa más grande en responsabilidad corporativa en el mundo con más de 12.000 firmantes en más de 150 países y redes locales en más de 90 países.

Fuente: (https://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/)

35) Patrocinio: Una de las formas más comunes en las cuales se usa este concepto es cuando se hace referencia a algún tipo de protección o acompañamiento que una persona o institución puede hacer a otra para que la segunda alcance objetivos que por su cuenta no podría lograr tan fácilmente.

Fuente: (http://www.definicionabc.com/general/patrocinio.php)

36) Producción más limpia: La Producción Más Limpia (PML) es una estrategia de carácter preventivo que consiste en examinar y ajustar los procedimientos operativos de una empresa a fin de mejorar su desempeño ambiental e incrementar la productividad mediante el uso óptimo de materias primas, agua, energía y otros insumos.

Fuente: (http://www.cpts.org/)

37) Proveedores: Es la persona o empresa que abastece con algún bien o servicio a otra empresa o persona. Considerado como uno de los grupos de interés de la empresa socialmente responsable.

Fuente: Redacción CEPB.

38) Reputación: La reputación corporativa o empresarial es el reconocimiento que los grupos de interés o stakeholders de una compañía (cualquier persona o entidad afectada por las actividades de la empresa, ya sea porque forma parte de los grupos internos de la misma, como propietarios, accionistas, directivos o trabajadores, o de los externos, como clientes, proveedores, competidores y sociedad en general) hacen del comportamiento corporativo de esa compañía, a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas –si los tuviera- y la sociedad en general. En síntesis, la reputación es la percepción que los públicos, ya sean interesados y afectados directamente o no, tienen de la empresa.

Fuente: (http://originalcommunitymanager.com/2012/01/10/reputacion-corporativa-el-intangible-mas-estrategico-hoy/)

39) Responsabilidad Social Empresarial: La RSE es una forma ética de gestión integral y voluntaria de la empresa que busca la creación de valores económicos, sociales y medioambientales en su desempeño en los mercados, tomando en cuenta el interés de los accionistas, de los trabajadores, proveedores y clientes y el bienestar de la sociedad y otros grupos de interés, para la construcción del desarrollo sostenible de Bolivia.

Fuente: Redacción CEPB

40) Salud ocupacional: Para la OIT y la OMS, la salud ocupacional es la rama de la salud pública que busca mantener el máximo estado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores en todas las ocupaciones, protegerlos de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales. En suma, adaptar el trabajo al hombre.

Fuente: (http://ambientessupar.blogspot.com/2011/03/definicion-de-salud-ocupacional-segun.html)

41) Seguridad Industrial: Es un área multidisciplinaria que se encarga de minimizar los riesgos en la industria. Parte del supuesto de que toda actividad industrial tiene peligros inherentes que necesitan de una correcta gestión. Los principales riesgos en la industria están vinculados a los accidentes, que pueden tener un importante impacto ambiental y perjudicar a regiones enteras, aún más allá de la empresa donde ocurre el siniestro.

Fuente: (http://definicion.de/seguridad-industrial/)

42) Sistema: Es módulo ordenado de elementos que se encuentran interrelacionados y que interactúan entre sí. El concepto se utiliza tanto para definir a un conjunto de conceptos como a objetos reales dotados de organización.

Fuente: (http://definicion.de/sistema/#ixzz3MHOQgT7T)

43) Sociedad: Es un grupo de seres que viven de una manera organizada. Las sociedades humanas son el objeto de estudio de la Sociología y de la Antropología. El concepto de sociedad supone la convivencia y la actividad conjunta del hombre, conscientemente organizado u ordenado, e implica un cierto grado de comunicación y cooperación. Es el objeto general del estudio de las antiguas Ciencias del Estado, hoy llamadas Ciencias Sociales.

Fuente: (http://www.significados.com/sociedad/)

44) Desarrollo Sustentable: Es el proceso por el cual se preservan, conservan y protegen los recursos naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin tener en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano.

Fuente: (http://educacion.uncomo.com/articulo/cual-es-la-diferencia-entre-sustentable-y-sostenible-21657.html)

45) Territorio: Es el espacio físico apropiado por los actores sociales. En el contexto de esta guía utilizaremos territorio de la empresa como el espacio que ocupa la empresa y su entorno en la comunidad local en la que se ha asentado. Por tanto, el compromiso de la empresa con su territorio abarca tanto su propiedad como la vecindad local.

Fuente: Elaboración propia CEPB

46) Trabajadores: Es la persona física que, con la edad legal suficiente, presta sus servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución.

Fuente: (http://es.wikipedia.org/wiki/Trabajador)

47) Transparencia: En sentido figurado, el término es utilizado para caracterizar una práctica social guiada por la sinceridad y por la perfecta o casi perfecta accesibilidad a toda la información vinculada que concierne e interesa a la opinión pública, a un sector de la misma o incluso a un solo individuo. Es la preocupación por explicar, por hacer comprender, por reconocer errores o mala praxis, por abrir archivos y apuntes y recuerdos, por describir fielmente hechos y circunstancias.

El objetivo primero de la transparencia, es de establecer una relación de confianza entre quien pide o exige la transparencia y quien la da, y se opone al concepto de opacidad.

Fuente:(http://es.wikipedia.org/wiki/Transparencia_pol%C3%ADtica)

48) Triple Bottom: En español significa "Triple resultado" y hace referencia a un término relativo a los negocios sustentables para mencionar el desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: económica, ambiental y estado de resultados. Las evidencias de desempeño se manifiestan en los informes de sustentabilidad o responsabilidad social corporativa. Hasta 2009 la elaboración y publicación de estos seguían siendo de carácter voluntario y evolutivo en todo el mundo.

Fuente: (http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36193698)

49) Valores: En un sentido genérico, son las propiedades, cualidades o características de una acción, una persona o un objeto considerados típicamente positivos o de gran importancia.

Cuando se atañe a la persona se suele hablar de valores humanos y cuando están influidos y/o determinados por una sociedad y una cultura se suelen denominar valores sociales y valores culturales. Aquellos que están considerados desde el punto de vista de la ética y de la moral son los valores éticos y los valores morales.

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.
Fuente: (http://www.planning.com.co/bd/archivos/Abril2004.pdf)

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.
Fuente: (http://www.trabajo.com.mx/valores_de_una_empresa.htm)

50) Vocación: El término ha tomado diversos significados en la cultura contemporánea, poniendo siempre a la persona en el centro. Por vocación se entiende en primer lugar el "proyecto de vida" que elabora cada ser humano sobre la base de sus múltiples experiencias y en la confrontación con un sistema coherente de valores que dan sentido y dirección a la vida del individuo.

El término vocación, en sentido más amplio, puede significar la inclinación hacia una profesión determinada, un conjunto de aptitudes o cualidades que llevan hacia opciones concretas, o también el papel, la tarea y la misión que una persona se siente llamada a desempeñar en beneficio de los demás. Este mismo concepto se utiliza en este texto como la inclinación de la empresa hacia determinadas áreas de intervención en la Responsabilidad Social Empresarial.
Fuente: (http://www.mercaba.org/VocTEO/V/vocacion.htm)

3.

Conceptos de RSE

La RSE es un concepto y una forma gerencial en evolución. Esta sección busca orientar a las empresas en su adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

La Confederación de Empresarios Privados de Bolivia (CEPB) propone un abordaje conceptual que recoge las experiencias de las empresas e instituciones bolivianas en esta temática:

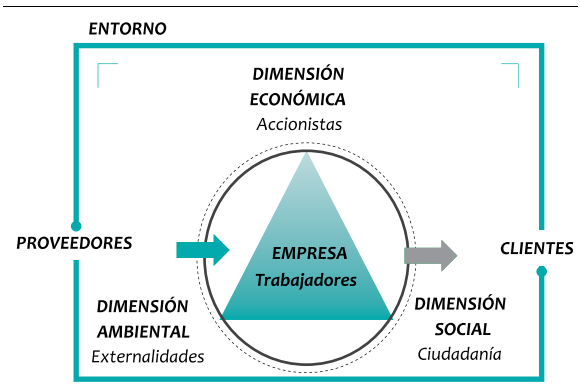
» ***La RSE es una forma ética de gestión integral y voluntaria de la empresa que busca la creación de valores económicos, sociales y medioambientales en su desempeño en los mercados, tomando en cuenta el interés de los accionistas, de los trabajadores, proveedores y clientes y el bienestar de la sociedad y otros grupos de interés, para la construcción del desarrollo sostenible de Bolivia.***

(CEPB)

El esquema 2 (abajo) presenta las cinco dimensiones interrelacionadas de la RSE: dimensión económica, dimensión ambiental, dimensión social, dimensión interna (trabajadores) y dimensión externa (proveedores y clientes) que propone el concepto recomendado por la CEPB:

Esquema 2

» DIMENSIONES DE LA RSE



Fuente: Elaboración propia CEPB

A continuación se citan otras concepciones sobre la RSE:

» *"La RSE es la forma en que las empresas consideran el impacto de sus operaciones en la sociedad y consolidan sus principios y valores, ambos en métodos y procesos internos y en las interacciones con otros actores. La RSE es voluntaria, las empresas manejan la iniciativa y las encaminan a las actividades que son consideradas como más allá del cumplimiento a la ley".*

» (OIT, 2003)

» *"La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes de cada país, la integración voluntaria de cada gobierno y gestión en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los Derechos Humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan en sus acciones".*

» (Foro de Expertos de la Comisión Europea, 2000)

» *"La Responsabilidad Social es en verdad un nuevo modelo de gestión organizacional, aplicable a cualquier tipo de organización, y que se centra en el tema de la gestión de los impactos que una organización genera, a corto y largo plazo, en el campo social y medioambiental, y que afectan a un sinnúmero de grupos de interés (stakeholders) internos y externos de dicha organización".*

» (ISO 26000, 2010)

» *"Es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida".*

» (Instituto Ethos Brasil, 2008)

» *"La RSE como una forma de conducir los negocios, definida por relaciones éticas y transparentes con todos los grupos de interés y el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad (social, ambiental y económico)." Así mismo, la ANDI cree "firmemente en que la RSE es una iniciativa voluntaria del empresariado, que nace de sus convicciones y prioridades estratégicas."*

» (ANDI, 2002)

» *"Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad costarricense mediante acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país".*

» (Empresarios Privados de Costa Rica, 2004)

» *"La responsabilidad social de la empresa tiene cuatro caras: la empresa debe ser rentable (cumplir con sus obligaciones económicas), debe obedecer la ley (cumplir con sus obligaciones legales), mantener un comportamiento ético (cumplir con las obligaciones éticas), y devolver a la sociedad parte de lo que ésta le entrega a través de la filantropía o acción social"*

» (Carroll, 1999)

La tabla que sigue sintetiza los principios de la gerencia que practica la RSE, y los valores que respetan las empresas que la asumen, según las distintas concepciones revisadas:

Principios de gestión de la RSE	*Valores de las empresas RSE*
Voluntariedad de las decisiones RSE	*Cumplimiento de las leyes*
Sostenibilidad de las programas RSE	*Compromiso con la sociedad*
Integralidad de la visión RSE	*Transparencia de los actos*
Calidad de las intervenciones RSE	*Respeto al medioambiente*
Rentabilidad de las empresas RSE	*Aporte al desarrollo*

4.

Formulario de autoevaluación

La autoevaluación es un primer paso que nos muestra la situación de la empresa en el camino de la RSE, es decir, el diagnóstico del estado de avance de la responsabilidad social en la empresa. Para facilitar esta aproximación se recomienda responder las tablas de las cinco dimensiones que se proponen y que tienen las siguientes características:

- Evalúan exclusivamente la existencia y el grado de sistematización de políticas, instrumentos y acciones relacionados con las vocaciones de RSE. No se utiliza para calificar el nivel o grado de profundidad con que se desarrollan esas vocaciones, ya que esto es muy subjetivo y depende del concepto que cada persona, empresa, institución tiene sobre la RSE.

- El formulario incluye 43 vocaciones que hay que calificar de 0 a 100%.

- Estas vocaciones se organizan en función de los grupos de interés a los que están dirigidas. El cuestionario se divide en cinco secciones, cada una de las cuales corresponde a diferentes grupos.

- Las vocaciones se evalúan en función de la existencia de acciones y/o de políticas referidas a ellas. Las acciones hacen mención a la aplicación de cada práctica (¿se aplican?)y las políticas incluyen las definiciones (criterios, normas) sobre lo que hay que hacer y los mecanismos o herramientas para su puesta en práctica.

- Para evaluar cada práctica se utilizan cinco categorías de valoración: 0%; 25%; 50%; 75% y 100%. Cada categoría de valoración constituye un nivel de avance superior respecto del anterior.

Tomando en consideración los cinco ejes de RSE descritos y priorizados en el concepto propuesto por la CEPB como pertinentes para la realidad y el desarrollo de Bolivia, así como la experiencia desarrollada por las empresas, a continuación se describen las dimensiones y vocaciones contenidas en las tablas del autodiagnóstico:

» Gobernabilidad y ética empresarial

La gobernabilidad, el código de ética y los valores de una compañía son el soporte para el cumplimiento de su misión y visión, ya que guían y hacen explícita su posición con quienes mantiene relaciones.

Los valores y principios de una empresa deben ser códigos vivos de conducta, que normen el proceder diario de los accionistas y colaboradores a todo nivel, antes que simples enunciados. Para alcanzar este objetivo es necesario, además de contar con mecanismos de comunicación y canales de discusión accesibles y efectivos, tener un sistema de gobernabilidad empresarial transparente que permita evitar situaciones que involucren trato preferencial por parte de agentes del gobierno o privados, lo que puede derivar en malas prácticas. La tabla que sigue, sirve para valorar las primeras 7 vocaciones referidas a la gobernabilidad y la ética empresariales:

N°	Gobernalidad y ética empresarial	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
1	*Compromisos éticos y comunicación de los valores de la empresa*						
2	*Relación transparente con los públicos de interés*						
3	*Prácticas anti-corrupción y anti-soborno*						
4	*Buen Gobierno Corporativo*						
5	*Directorio independiente*						
6	*Códigos de conducta*						
7	*Libre acceso a la información e informes*						

Por ejemplo, una empresa industrial grande que comunica sus valores a la sociedad mediante publicaciones periódicas, que mantiene reuniones semestrales con sus grupos de interés, que denuncia prácticas corruptas e intentos de soborno, tendrá los mayores puntajes en las tres primeras vocaciones de esta dimensión. Si a la vez, esta empresa no respeta completamente la realización del número de asambleas anuales que hacen a un buen gobierno corporativo, ni ha hecho esfuerzos por constituir un directorio independiente, aunque sí ha formalizado un código de conducta interna y alguna vez ha permitido acceso de la prensa a su información, mostrará valores entre 50% y 75% en las siguientes cuatro vocaciones, tal como muestra la tabla que sigue:

N°	Gobernalidad y ética empresarial	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
1	Compromisos éticos y comunicación de los valores de la empresa					✓	100
2	Relación transparente con los públicos de interés					✓	100
3	Prácticas anti-corrupción y anti-soborno					✓	100
4	Buen Gobierno Corporativo			✓			50
5	Directorio independiente			✓			50
6	Códigos de conducta				✓		75
7	Libre acceso a la información e informes				✓		75

» Trabajadores

El éxito de toda organización depende de la calidad y compromiso de su recurso humano y de las condiciones en las que este desempeña sus funciones. Asegurar la salud y seguridad ocupacional de sus colaboradores, promover la igualdad de oportunidades, permitir la libre asociación, fomentar el desarrollo profesional y la gerencia participativa y asegurar una remuneración justa, entre otros asuntos, constituyen los pilares principales para el desarrollo de una cultura organizacional óptima que asegure la satisfacción integral de todos los colaboradores al interior de una empresa. La tabla de valores que sigue, incluye las vocaciones 8 a 18, referidas a la dimensión de los trabajadores de una empresa que ha decidido asumir la RSE:

N°	Trabajadores	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
8	Gerencia participativa y aprendizaje organizacional						
9	Prácticas de igualdad de oportunidades y equidad						
10	Atracción del talento y desarrollo profesional (capacitaciones y formación)						
11	Promoción del uso de mano de obra local						
12	Remuneración y jornada laboral justas						
13	Asociaciones laborales						
14	Manejo de despidos						

N°	Trabajadores	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
15	Salud y seguridad ocupacional						
16	Prácticas disciplinarias						
17	Erradicación del trabajo infantil						
18	Información y prevención contra el sida						

Para ejemplificar el uso de la anterior tabla supongamos la existencia de una empresa agrícola que se gestiona según su propio estilo gerencial. Las empresas medianas y grandes normalmente cumplen con algunas de las vocaciones de RSE, sobre todo si están referidas al bienestar de los trabajadores. En este caso supongamos que se trata de un estilo gerencial autoritario, con un sistema poco formalizado de tratamiento de las inequidades y pocas oportunidades de desarrollo profesional. Las vocaciones 8, 9 y 10, tendrían valoraciones de 0%, 50% y 50%, respectivamente. Pero a la vez, supongamos que la empresa contrata un porcentaje de mano de obra local, que remunera justamente a sus trabajadores, promueve buenas relaciones con el sindicato y respeta la Ley del Trabajo en cuanto a despidos; las vocaciones 11, 12, 13 y 14, pudiesen ser valoradas en 75%, 0%, 100% y 75%, respectivamente.

Finalmente, es posible que en las vocaciones 15 a 18, la empresa agrícola tenga un comportamiento dispar: si bien la gestión de la seguridad y la erradicación del trabajo infantil son impecables (100%), muestra escasa preocupación por las prácticas disciplinarias internas (50%) y nula preocupación por la prevención del VIH Sida (0%).

N°	Trabajadores	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
8	Gerencia participativa y aprendizaje organizacional	✓					0
9	Prácticas de igualdad de oportunidades y equidad			✓			50
10	Atracción del talento y desarrollo profesional (capacitaciones y formación)			✓			50
11	Promoción del uso de mano de obra local				✓		75
12	Remuneración y jornada laboral justas					✓	100
13	Asociaciones laborales					✓	100
14	Manejo de despidos				✓		75
15	Salud y seguridad ocupacional					✓	100
16	Prácticas disciplinarias			✓			50
17	Erradicación del trabajo infantil					✓	100
18	Información y prevención contra el sida	✓					0

» Grupos de Interés

Los grupos de interés de una empresa (o stakeholders) son, después de los colaboradores o trabajadores, el conjunto de personas más cercanas a la organización, ya sea en calidad de consumidores, proveedores o comunidad local y, por ello importa identificarlos claramente y entender sus expectativas con relación a la empresa y a las vocaciones de RSE.

- **Consumidores**

Los clientes son la razón de ser de toda empresa. Bajo esta premisa la responsabilidad de las compañías va desde el rol primigenio de ofrecer productos y servicios que generen valor a los consumidores, hasta proveerles de información clara y precisa sobre sus características y calidad. Asimismo, los productos y servicios deben cumplir con estándares de salud y seguridad para quien los consume. También se debe atender las solicitudes y los reclamos y dar garantía de una competencia justa, evitando prácticas desleales que vayan en detrimento del consumidor.

- **Proveedores**

Uno de los componentes de la responsabilidad de las empresas es la contribución al desarrollo de los proveedores –en especial de las micro y pequeñas empresas-, mediante asistencia técnica, entrenamiento y transferencia de conocimientos y

tecnología. También se deben tomar en cuenta los criterios de selección de los ofertantes para que se consideren aspectos referidos a la RSE. El concepto de cadena de custodia es el referente en este aspecto, pues apela a eslabones que se concatenan en un proceso productivo.

- **Comunidad**

La responsabilidad de la compañía con la comunidad se traduce en el respeto de las normas y costumbres locales, así como en su contribución a mejorar la calidad de vida de sus miembros, mediante aportes, programas de trabajo voluntario y participación en proyectos de desarrollo o urbanismo junto con organizaciones locales, con el fin de alcanzar el desarrollo sostenible de la comunidad donde opera.

La matriz que sigue recoge los tres sub grupos y propone una escala porcentual para evaluar las vocaciones 19 a 31:

N°	Consumidores	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
19	Prácticas de mercadeo y publicidad						
20	Seguridad y calidad de los productos y servicios						
21	Atención al cliente y garantías						
22	Información sobre el producto y uso						
23	Etiquetado claro con información relevante						
	Proveedores						
24	Criterios de selección de proveedores						
25	Apoyo al desarrollo sostenible de sus proveedores						
26	Asistencia para el mejoramiento de la calidad y cantidad del Producto (s) sin imponer poder de mercado						
27	Negocios inclusivos como locomotora de empresas						
	Comunidad						
28	Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales						
29	Implementación de proyectos sociales, educativos, deportivos						
30	Trabajo voluntario promovido por la empresa						
31	Patrimonio socio-cultural						

Supongamos ahora una industria farmacéutica que decide autodiagnosticarse para evaluar su compromiso con la RSE. Claramente, la dimensión de los consumidores o clientes de la farmacia y las vocaciones 19 al 23 que la describen, son importantes para su negocio; por ello, aceptemos que su valoración en estas 5 vocaciones es impecable (100%).

N°	Consumidores	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
19	Prácticas de mercadeo y publicidad					✓	100
20	Seguridad y calidad de los productos y servicios					✓	100
21	Atención al cliente y garantías					✓	100
22	Información sobre el producto y uso					✓	100
23	Etiquetado claro con información relevante					✓	100
	Proveedores						
24	Criterios de selección de proveedores					✓	100
25	Apoyo al desarrollo sostenible de sus proveedores					✓	100
26	Asistencia para el mejoramiento de la calidad y cantidad del Producto (s) sin imponer poder de mercado					✓	100
27	Negocios inclusivos como locomotora de empresas					✓	100
	Comunidad						
28	Inversiones, donaciones y participación en proyectos sociales	✓					0
29	Implementación de proyectos sociales, educativos, deportivos	✓					0
30	Trabajo voluntario promovido por la empresa			✓			50
31	Patrimonio socio-cultural	✓					0

Supongamos también que la empresa viene trabajando en el desarrollo de proveedores asistiéndolos técnicamente, seleccionándolos por su calidad y cumplimiento de normas ambientales y preparándolos para emprender operaciones de mayor compromiso que los de simples proveedores de materia prima, hasta la posibilidad de convertirlos en socios de la industria. Nuevamente, sus calificaciones serían las máximas (100%) en las vocaciones 24 a 27.

Finalmente, supongamos que la industria farmacéutica no realiza ningún trabajo con su comunidad, que únicamente ha apoyado (un par de años y de manera discontinua), una campaña de vacunación con el concurso de trabajadores voluntarios; en esta dimensión, las valoraciones estarán entre 0 y 50%.

» Medioambiente

La responsabilidad de la empresa con el cuidado del medioambiente y la conservación del planeta comienza por el compromiso de la compañía con la causa ambiental, lo que se manifiesta en acciones concretas en las áreas de evaluación del impacto de las actividades productivas en el ecosistema, en la responsabilidad por el ciclo de vida del producto, en la formación de asociaciones y alianzas para llevar a cabo iniciativas ambientales, en la promoción del uso de tecnologías amigables con la naturaleza y educación ambiental.

La tabla que sigue propone 9 vocaciones (desde la 32 a la 40), para valorar la dimensión ambiental de las empresas que han decidido asumir la RSE:

N°	Medioambiente	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
32	Compromiso con el medioambiente						
33	Educación ambiental						
34	PML en las actividades productivas						
35	Desarrollo de tecnologías ambientalmente amigables						
36	Disposición final de residuos						
37	Apoyo a la disposición final de productos después del consumo						
38	Apoyo al reciclaje						
39	Limpieza del pasivo ambiental						
40	Reforestaciones						

Para este ejemplo, tomemos el caso de una empresa que industrializa pinturas para construcciones (paredes exteriores y paredes interiores), que ha recibido asistencia técnica en producción más limpia, innovación tecnológica y disposición de residuos finales y que considera que se encuentra preparada para visibilizar sus acciones de RSE.

Supongamos también que la industria, a pesar de sus notables avances en producción más limpia, no ha incursionado en la educación ambiental de la comunidad, que no se preocupa por la disposición final de los envases de pinturas (no recicla ni recoge los tachos) y que no le interesan las campañas de reforestación de los bosques aledaños a su comunidad.

Con esa información, las valoraciones de las vocaciones 32 a la 40, de la dimensión ambiental, se presentan en la siguiente tabla:

N°	Medioambiente	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
32	Compromiso con el medioambiente				✓		75
33	Educación ambiental			✓			50
34	PML en las actividades productivas					✓	100
35	Desarrollo de tecnologías ambientalmente amigables					✓	100
36	Disposición final de residuos					✓	100
37	Apoyo a la disposición final de productos después del consumo	✓					0
38	Apoyo al reciclaje	✓					0
39	Limpieza del pasivo ambiental			✓			50
40	Reforestaciones	✓					0

» Fortalecimiento Institucional

Dado el contexto macroeconómico y político del país, caracterizado por una institucionalidad débil y vulnerable, la contribución del sector privado para mejorar tal situación se hace imperativa. Bajo esta premisa, es recomendable que las empresas privadas puedan contribuir al fortalecimiento de las instituciones públicas o privadas que participen en programas de RSE.

La tabla que sigue propone las últimas 3 vocaciones (desde la 41 a la 43) del autodiagnóstico referidas, precisamente, al fortalecimiento institucional para promover y apoyar a las empresas en su evolución a la RSE:

N°	Fortalecimiento Institucional	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
41	Participación de la empresa en instituciones que promueven la RSE						
42	Transparencia en el rol de la empresa						
43	Visibilidad de los programas de RSE						

Para ejemplificar la valoración de esta última dimensión y sus vocaciones, supongamos que una empresa de servicios (una empresa comercial por poner el caso) ha decidido asumir la RSE como forma gerencial, pero que no coordina con ninguna institución privada, ni dispone de instrumentos de comunicación para visibilizar sus acciones. Es decir, que no recurre a sus gremios ni a la CEPB para asesorarse y coordinar sus acciones de RSE. Supongamos, adicionalmente, que la empresa es transparente en cuanto a sus intenciones de apoyo a la comunidad y en la asunción de sus desafíos de RSE. La tabla siguiente muestra los valores de 0%, 100% y 0%, para las vocaciones 41, 42 y 43, respectivamente que esta empresa mostraría:

N°	Fortalecimiento Institucional	0%	25%	50%	75%	100%	TOTAL
41	Participación de la empresa en instituciones que promueven la RSE	✓					0
42	Transparencia en el rol de la empresa					✓	100
43	Visibilidad de los programas de RSE	✓					0

El llenado de las tablas de evaluación de la RSE empresarial debe ser realizado por el Gerente General o por el directivo que posea la información suficiente para valorar las vocaciones que se consignan en cada una de las cinco dimensiones. La valoración y sus resultados sirven no solamente para "ubicar" a la empresa respecto de la frontera de RSE en Bolivia, sino que permiten también una primera identificación de las vocaciones a las que se orientaría la empresa de confirmar su decisión de adoptar la RSE como forma gerencial.

Los resultados que arroja la autoevaluación deben ser considerados críticamente por el gerente y los directivos de la empresa. Si las calificaciones de los ámbitos internos de la empresa (seguridad, salud, clima, capacitación) superan el 75%, se puede ir a temas más externos a la empresa.

Esta decisión debe suponer que otras actividades externas o de otros grupos de interés generarán mayores réditos, tanto a la empresa como para la sociedad, o fortalecerán fuertemente a la reputación de la compañía. Es, sin embargo, muy importante tener en cuenta que siempre será beneficioso impulsar el clima organizacional que permita el mayor compromiso de los recursos humanos con la empresa, la fidelización de los clientes y su expansión , así como mayores niveles de productividad por prácticas medio ambientales y de desarrollo de proveedores.

Posiblemente sea mejor, antes de invertir en otros campos hacia afuera de la Responsabilidad Social Empresarial obtener certificaciones o por lo menos seguir las rutas de calidad de procesos o productos como las Organización Internacional para la Estandarización (ISO) o también otras como las Occupational Health and Safety Assessment Series (OSHAS), para los recursos humanos o, finalmente, las de ecoeficiencia y PML o la ISO 14000, en el tema medio ambiental.

5.

Recomendaciones

Se reitera que la RSE en Bolivia debe empezar por considerar como vitales los aspectos de planeamiento estratégico, seguimiento al desempeño económico y financiero, crecimiento comercial, difusión de ciencia y tecnología y políticas de reinversión de utilidades, que aseguren o busquen asegurar la sostenibilidad económica que, a su vez, garantizará el soporte monetario de todos las vocaciones de RSE que se deseen implementar.

La pirámide que sigue muestra que la base de la RSE es la responsabilidad económica, que además de garantizar los recursos para financiar las vocaciones de RSE, es la dimensión más relevante de la empresa:

Esquema 3

» CEPB: PIRÁMIDE DE LA RSE

Fuente: Elaboración propia CEPB

CEPB

URSE
Unidad de Responsabilidad Social Empresarial

Calle Méndez Arcos #117
+591 2 2420999
+591 2 2421272
info@urse.org.bo
www.urse.org.bo

CEPB
Confederación de Empresarios
Privados de Bolivia

www.urse.org.bo