

“LA UNIVERSIDAD INTERNA 2013”

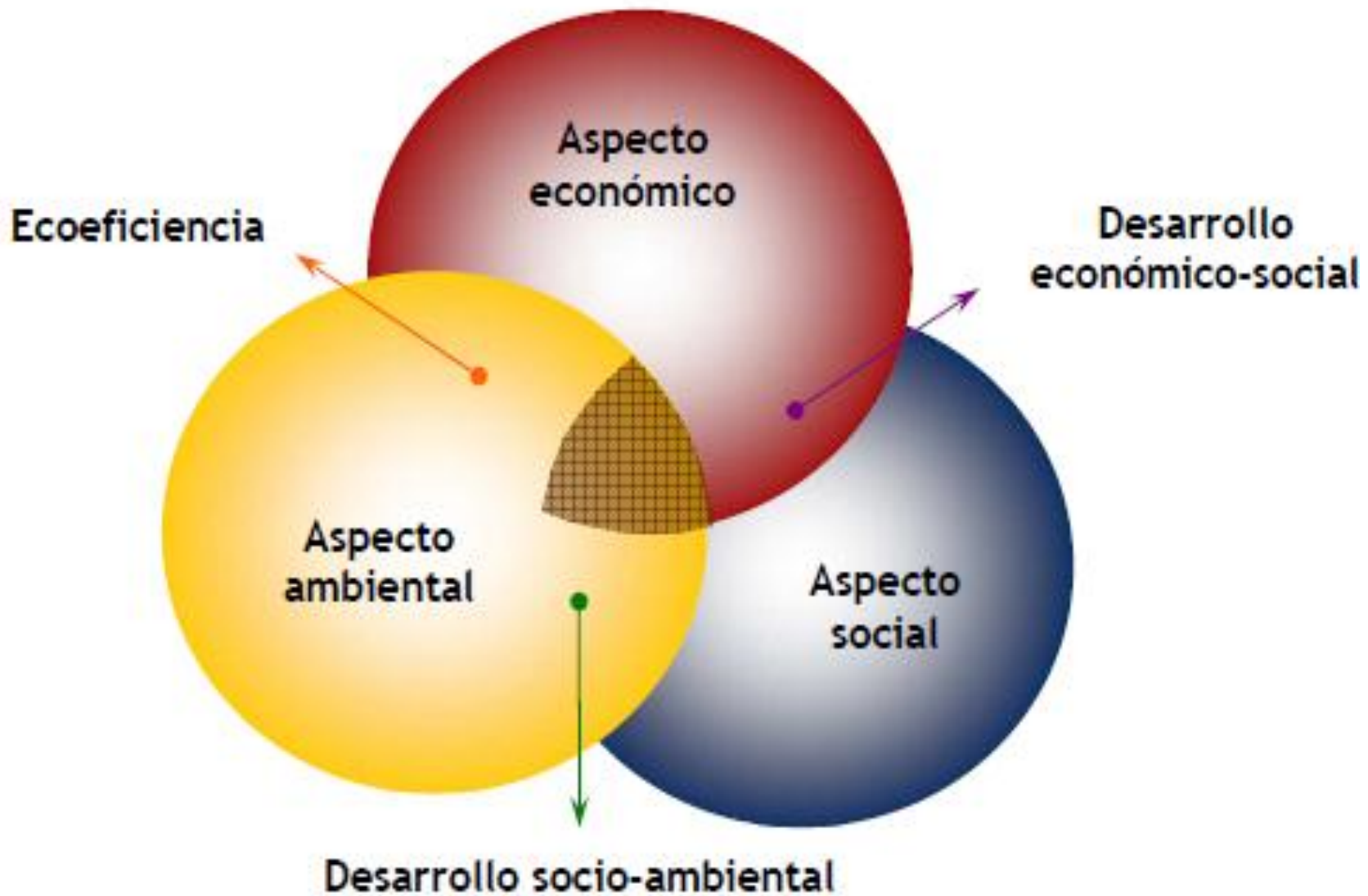
Gestión Ambiental y Responsabilidad Social



USMP | UNIVERSIDAD
UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES | INTERNA

Ecoeficiencia

Se logra produciendo bienes y servicios a precios competitivos que satisfagan las necesidades humanas y mejoren la calidad de vida, mientras se reducen progresivamente impactos ambientales.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

UNIVERSIDAD
INTERNA

¿Cuál es la relación entre Responsabilidad Social y Ecoeficiencia?

¿Promueve la equidad social?

¿Fomenta la mejora de la calidad de vida?.

¿Está determinada por la forma cómo hacemos las cosas?

¿Considera a la naturaleza/ambiente como una prioridad?

¿Reduce costos de producción?

~~¿Una oportunidad de negocios?~~

A través de la **Ecoeficiencia**,
los empresarios contribuyen
con el **desarrollo sustentable**,
mejoran su **competitividad** y
fortalecen su **responsabilidad social**

SESION IV

Responsabilidad Social en el Perú

4.1.- Fundamentos de responsabilidad social.

4.2.- Modelos de responsabilidad social.

4.3.- Responsabilidad social externa e interna.

4.4.- Indicadores de responsabilidad Social.

4.5.- Generación de oportunidades corporativas con la implementación de programas y estándares de responsabilidad social empresarial.

4.6.- Taller de aplicación 2.

¿QUE ES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

- es filantropía, inversión social?
- es una gestión ética del negocio que genera valor a la empresa
- es una estrategia independiente de la empresa?
- es una herramienta estratégica transversal a todas las áreas del negocio
- es un costo o una partida para donaciones?
- es una inversión a mediano y largo plazo
- reemplaza al gobierno y a las organizaciones civiles?
- es un complemento al desarrollo sostenible de la sociedad
- es una moda?
- es una visión global del negocio a nivel mundial

CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS
SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO

ORIENTACIÓN SOBRE LOS INDICADORES DE LA RESPONSABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN LOS INFORMES ANUALES



NACIONES UNIDAS

INDICADORES DE RSE Perú 2021

- Indicadores Cualitativos de RSE – es una adaptación de los indicadores de Ethos y otros de la región a la realidad peruana
- Indicadores Cuantitativos de RSE – es una lista de indicadores de desempeño para facilitar la selección de los indicadores cuantitativos para cada empresa (basado en los indicadores del GRI)

www.peru2021.org

Accionistas

1. Desarrollo de Principios Éticos
2. Cultura Organizacional
3. Gobierno Corporativo
4. Dialogo con las partes interesadas
5. Relaciones con la Competencia
6. Balance Social



ACCIONISTAS

- Posee un Código de Ética o de Conducta formal de manera escrita
 - Orienta la relación con el personal
 - Orienta la relación con los proveedores

- Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales

- Conduce al diálogo con sus colaboradores a fin de revisar periódicamente la visión, misión y principios y estimular su adopción

- Aplica los Principios del BGC en lo referido a :
 - La Comunicación y Transparencia Informativa
 - La Precisión de las Responsabilidades de su Directorio

- Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros

Colaboradores

1. Valorización y Respeto de la Diversidad
2. Gestión Participativa
3. Relaciones con Sindicatos / Agrupaciones
4. Política de Remuneración, Beneficios y Carrera
5. Desarrollo Profesional y Empleabilidad
6. Cuidado de la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
7. Desarrollo Personal y Familia
8. Jubilación y Despido
9. Personal Subcontratado

COLABORADORES

Indicadores	Unidad
Sueldo máximo y mínimo que se paga en la empresa	S/.
Porcentaje de colaboradores satisfechos de trabajar en la empresa	%
Número de colaboradores de origen local	personas
Gastos en contratación de servicios a terceros	S/.
Monto anual invertido en capacitaciones para cada línea de colaboradores	S/.
Monto invertido en diversos programas de educación, salud, etc. para los colaboradores y/o sus familias	S/.
Número de trabajadores que están representados por un sindicato independiente o están cubiertos por acuerdos colectivos	personas

Cientes

1. Desarrollo de Productos
2. Política de Marketing y Publicidad
3. Ventas Éticas
4. Respeto al Consumidor
5. Excelencia en la Atención al Cliente



CLIENTES

- Realiza estudios e investigaciones técnicas sobre sus productos
- Adopta medidas preventivas o correctivas con agilidad
- Es transparente en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece
- Monitorea que el servicio de sus clientes intermediarios esté alineado con los principios éticos de la empresa
- Registra los reclamos de sus consumidores o clientes
- Se preocupa de que los directivos de la empresa estén involucrados directamente con los programas de atención al consumidor

CLIENTES

	Unidad
Ventas netas totales	S/.
Porcentaje de satisfacción del cliente por producto	%
Ventas netas por ubicación geográfica	S/.
Inversión anual en modernización de equipos	S/.
Porcentaje de participación de mercado por producto	%

Proveedores

1. Selección y Evaluación de proveedores
2. Valores en la Cadena Productiva
3. Apoyo al Desarrollo de Proveedores

PROVEEDORES

- Posee normas transparentes y políticas formales para la selección de proveedores y las difunde
- Cumple con los acuerdos establecidos con sus proveedores en lo relacionado a plazos de pago
- Tiene mecanismos formales que comunican a la cadena de proveedores los valores y principios de la empresa
- Tiene garantía de que en esos orígenes no se violan principios de respeto universal ni leyes locales
- Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios locales
- Posee un plan de consulta de satisfacción con los proveedores
- Desarrolla alianzas estratégicas con proveedores para el desarrollo de ambas empresas



PROVEEDORES

Indicadores	Unidad
Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas	S/.
Inversión en desarrollo de proveedores	S/.
Porcentaje de compras a proveedores locales	%
Ahorros logrados a través de establecimiento de contratos con proveedores	S/.
Inversión en integración hacia atrás	S/.
Porcentaje de satisfacción de los proveedores	%

Comunidad

1. Impacto de la Empresa en la Comunidad
2. Relaciones con Organizaciones Comunitarias
3. Apoyo a Proyectos Sociales
4. Participación de la Empresa en la Acción Social



COMUNIDAD

- Tiene reuniones sistemáticas para informar a líderes locales sobre las medidas tomadas en relación a la comunidad
- Contribuye a la mejora de la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad
- Entrena a sus empleados para que respeten los valores y tradiciones de la comunidad donde actúa
- Tiene programas para el desarrollo de capacidades de organizaciones locales
- Controla que la organización beneficiada entregue la mejor calidad de atención asistencial a sus usuarios
- Apoya programas / iniciativas personales de sus empleados en acciones sociales

COMUNIDAD

Indicadores	Unidad
Monto invertido en programas para la comunidad	S/.
Resultados de cada tipo de programa realizado para la comunidad:	otros indicadores
Porcentaje de aprobación de la comunidad sobre las actividades de la empresa	%
Porcentaje de participación de los colaboradores en las actividades programadas para la comunidad	%
Número de alianzas con organizaciones de la sociedad civil o gobierno para programas con la comunidad	número



Medio Ambiente

1. El Impacto en el Medio Ambiente
2. Responsabilidad Ambiental a través del Ciclo Productivo
3. Cuidado en la incorporación de insumos y Tratamiento de Desechos
4. Compromiso de la Empresa y Educación Ambiental

MEDIO AMBIENTE

- Realiza regularmente control y monitoreo del impacto ambiental causado por sus actividades y servicios desarrollados
- La tecnología utilizada es la óptima para la reducción del consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas
- Mantiene acciones de control de polución causada por vehículos propios o de terceros
- Desarrolla campañas de educación ambiental a empleados, familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa
- Realiza campañas internas para el uso controlado del agua y energía
- Busca ser mas eficiente en el uso de materias primas, insumos y/o recursos

MEDIO AMBIENTE

Indicadores	Unidad
Montos incurridos en energía	S/.
Porcentaje de las materias primas que son recicladas o reusadas	%
Consumo total de agua	litros cúbicos
Emisiones de gases de efecto invernadero (Ejemplos: CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, etc.)	toneladas
Impactos ambientales significativos del transporte utilizado con fines logísticos	impactos
Incidentes y multas o sanciones no monetarias motivadas por incumplimiento de la normativa aplicable en materia ambiental	S/.

Gobierno y Sociedad

1. Legalidad y Transparencia
2. Transparencia Política
3. Participación en Proyectos Gubernamentales
4. Liderazgo e Influencia Social

GOBIERNO Y SOCIEDAD

- Realiza auditorias internas regularmente
- Cumple y respeta las leyes y convenios internacionales de su industria
- Promueve campañas de concientización política, ciudadanía e importancia del voto responsable, involucrando a sus empleados y otras partes interesadas
- Contribuye con recursos humanos o técnicos para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por el gobierno local o regional
- Participa, dentro de agrupaciones de su sector, en políticas públicas y de gobierno
- Interactúa con la comunidad académica y científica
- Adopta o desarrolla asociación con empresas del gremio para la mejora de los servicios y niveles de calidad de la industria

GOBIERNO Y SOCIEDAD

Indicadores	Unidad
Monto pagado por Impuesto a la Renta	S/.
Donaciones realizadas al gobierno local	S/.
Resultados de las donaciones realizadas	otros indicadores
Alianzas con el gobierno local para el desarrollo de programas o actividades	número
Resultados de los programas realizados con las alianzas	otros indicadores

CONCLUSIONES RSE

- La RSE es una visión de negocio a largo plazo : eleva la competitividad, reduce riesgos y mejora la reputación de la empresa
- Los beneficios son mutuos : empresa – stakeholder
- La RSE debe ser entendida como un concepto completo y no solamente como una actividad aislada
- No hay empresa socialmente responsable si sus empleados y sus líderes no lo son
- La RSE no es un costo, es una inversión de retorno a mediano y largo plazo

Muchas Gracias.

Félix González-Polar Berenz
felix@iidel.net