



La Revista Oficial del DirCom 

Imagen y Comunicación

Doce historias
publicadas de DirCom
Vivencias que llegan a
Harvard

Twitter en la Policía de
España
Caso de éxito

Reflexiones sobre la
responsabilidad social en el
Perú
Experiencias que lo grafican

EDICIÓN
Nº 43
Julio 2013

TOTTO

**Talento humano calificado
y alineado con el enfoque
del negocio**

El caso Tutto

La Revista Oficial del DirCom 

Imagen

y Comunicación

Patrocinador :



En esta edición REPSOL comparte nuestra misión:

"Contribuir a la formación y al conocimiento de nuestros públicos"

La dirección de la revista agradece la confianza y el respaldo de esta marca.

CONTENIDO Julio 2013

Publicación producida por
LZC Imagen y Comunicación

5

Doce historias
publicadas de dircom

Vivencias que llegan a
Harvard

10

Talento humano calificado
y alineado con el enfoque
del negocio

El caso Tutto

17

Lo que la sociedad espera y a la
empresa le cuesta comprender

Una organización socialmente responsable

24

Reflexiones sobre la
responsabilidad social en el Perú

Experiencias que lo grafican

30

Twitter en la Policía
de España

Caso de éxito

Prohibido reproducir parcial o
totalmente los artículos periodísticos o
fotografías de la presente edición sin
autorización de la dirección.

Una revista de
LZC Imagen y Comunicación
Juan de la Fuente 836, Miraflores
T. (511) 241-8521
e-mail: comunicacionlzc@lzcperu.com

Directora General
Lillian Zapata

Miembro Honorario
Joan Costa

Participan en esta edición
Sebastián Cebrian
Milagros Laura
Ítalo Pizzolante
Juliana Ramirez
Martín Sotelo

Diseño y
Diagramación
Jorge Sandoval

REFLEXIONES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL PERÚ

Experiencias que lo grafican

Como bien se conoce, la responsabilidad social en el Perú va dejando de ser un tema de interés solamente para las empresas privadas, pues como bien se conoce toda organización cualquiera sea su tamaño o razón de ser está llamada a ser socialmente responsable. De esta manera, las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector, pueden llegar a ser socialmente responsables desarrollando políticas y prácticas desde un enfoque del triple balance y sostenibilidad.



Escribe:
Juliana Ramírez
Docente e investigadora de la
Universidad de LIMA



La responsabilidad social como modelo de gestión de las empresas públicas, privadas y del tercer sector

El punto de inicio para que las empresas privadas, públicas y del tercer sector puedan convertirse en organizaciones socialmente responsables la encontramos en el enfoque de su misión, visión, principios y valores de la propia organización. Es decir, la responsabilidad social debe entenderse desde el interior, como una filosofía, como una manifestación de hacer bien las cosas y de retribuir al entorno.

Para conocer más en detalle del tema, nos acercamos a tres organizaciones de diferente modelo económico, esto es: Petroperú- empresa pública, BBVA- empresa privada y Caritas- organización del tercer sector, para conocer las motivaciones que llevan a estas tres organizaciones a convertirse en instituciones socialmente responsables con sus stakeholders y con su entorno. Revisemos el caso de cada una de ellas:

Petroperú: empresa pública que describe la definición de la responsabilidad social del concepto del Consejo Mundial para el desarrollo sostenible, que dice: “Es el conjunto de prácticas, principios y valores que implican un compromiso de la empresa de tener un comportamiento ético y contribuir al desarrollo y calidad de vida de los grupos de interés”. Petroperú manifiesta que su desarrollo sostenible y la responsabilidad social se basa en cinco pilares desde los cuales ponen en práctica sus acciones. Los cinco pilares son: social (promovemos la equidad social y la participación de nuestros grupos de interés), ambiental (implementamos sistemas de gestión ambiental y remediamos nuestros pasivos), económico (fortalecemos capacidades locales para que la comunidad crezca junto con la empresa), cultural (respetamos la diversidad cultural de nuestros pueblos y la fortalecemos la identidad nacional), ética de producción (modernizamos nuestros procesos buscando las mejores tecnologías, con transparencia y ética en nuestras acciones, procesos y comportamiento). Petroperú ha desarrollado e implementado diversas acciones en los siguientes temas: medio ambiente, proyecto de modernización de la refinería de Talara, educación, salud, cultura, fortalecimiento de capacidades.

Revisemos el proyecto de responsabilidad propio que tienen en la refinería de Talara, donde han realizado una serie de acciones, entre ellas la adopción del colegio público, Institución Educativa Politécnico Alejandro Taboada, en Talara, Piura.



El punto de inicio para que las empresas privadas, públicas y del tercer sector puedan convertirse en organizaciones socialmente responsables la encontramos en el enfoque de su misión, visión, principios y valores de la propia organización. Es decir, la responsabilidad social debe entenderse desde el interior, como una filosofía, como una manifestación de hacer bien las cosas y de retribuir al entorno.

El objetivo de este programa es dotar de nuevas herramientas y programas de capacitación y una mejor infraestructura educativa, de tal forma que los alumnos mejoren su preparación y se constituyan en fuente de mano de obra potencial para la empresa y para otras que existen en la región. Actualmente, la I.E. Taboada cuenta con 1,023 alumnos y 62 profesores. Con este proyecto se ha logrado resultados positivos para los alumnos, ya que el 71% estudia una carrera técnica o profesional y disminuyó en 41 el porcentaje de alumnos egresados desempleados o sin estudiar.

Unido al tema educativo podemos mencionar la promoción de la comprensión lectora y los logros de aprendizaje en matemáticas. Para la puesta en marcha de estas acciones se establecieron alianzas con la Fundación BBVA Banco Continental, con el programa “Leer es ir adelante” que busca mejorar la comprensión lectora en niños de escuelas públicas. Asimismo se tiene una alianza con el Grupo Apoyo, para la implementación del programa “Matemáticas para Todos” a través del cual se promueve una novedosa metodología de enseñanza de las matemáticas. Así mismo, Petroperú promueve cada año el concurso escolar “Leyendo con Petroperú”.

Finalmente, alineado a promover el voluntariado interno de los trabajadores de Petroperú, los colaboradores de la empresa pueden capacitar a docentes de las instituciones educativas en las que se tienen implementadas diversas acciones antes mencionadas. También, Petroperú cierra la cadena de acciones de responsabilidad social otorgando becas para los hijos de trabajadores – operarios.

A modo de análisis, Petroperú es una de las pioneras en la ejecución de este tipo de trabajo en el sector público en el Perú. Su compromiso se basa en la elaboración de diversas políticas que nacen desde su misión y visión y sobre todo en el deseo de entablar buenas relaciones con su entorno. Es decir con sus grupos de interés y particularmente en sus zonas de operaciones como son Conchán, Talara, Oleoducto, Selva, Callao.

BBVA - Continental: por su lado, este banco de capitales españoles y peruanos define corporativamente la responsabilidad social como una “Aportación del máximo valor posible y equilibrado a todos sus grupos de interés directos y al conjunto de las sociedades en las que opera”. En el caso del BBVA- Continental, los lineamientos de su responsabilidad social se basan en 5 dimensiones: dimensión legal (respeto a la legalidad y a las recomendaciones de los reguladores), dimensión económica (generación del valor sostenido), dimensión humana (respeto a los derechos humanos y a las personas con las que trabaja), dimensión social (apoyo a las sociedades donde el Grupo está presente) y dimensión ambiental (respeto al medio ambiente).

Desde estas dimensiones se desprenden diversas políticas en las que la empresa implementa acciones que responden a sus intereses y a su búsqueda de tener buenas relaciones con su entorno. El BBVA Continental desde su dimensión social comprende que tiene que trabajar en un tema país, es así que surge la iniciativa de realizar un programa que ayude a mejorar las cifras país, como es la comprensión lectora. De esta manera el programa “Leer es estar adelante” es desarrollado gracias al apoyo técnico del Instituto de estudios peruanos- IEP que busca contribuir en la mejora de la comprensión lectora de los menores peruanos en diversas instituciones educativas públicas a nivel nacional. El programa “Leer es estar adelante” con más de cinco

años de ejecución se ha visto notablemente fortalecido gracias a las alianzas con diversas empresas privadas que han decidido aportar económicamente como parte de sus propios programas de responsabilidad social, entre los cuales están las empresas: AFP Horizonte, Minera Barrick, Exsa, IMPALA, Fundación Telefónica, Grupo Breca, Petroperú Conchán, Petroperú descentralizado, Petroperú Talara, Gerdau Siderperú y SEAL.

Este programa ha logrado tener un impacto positivo a nivel nacional. Este es un caso interesante de cómo un organismo bancario se compromete con un tema que ayuda a mejorar los niveles educativos de menores de edad entre 3er y 6to grado de primaria del país, pero que también es entendido como un programa que ayudará a tener mejores jóvenes y potenciales trabajadores más preparados en el futuro.

Caritas del Perú: es una asociación civil católica sin fines de lucro creada por la Conferencia Episcopal peruana en el año 1955. Para esta organización la responsabilidad social es un tema holístico que refleja de la siguiente manera: “La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente”, esto tomando de la ISO 26000. Asimismo, como toda organización inspirada por la iglesia católica su accionar está basado en la Doctrina Social de la Iglesia que busca ante todo el bien común.

En este sentido, tomando las palabras del pontífice emérito Benedicto XVI “la gestión de la empresa no puede tener en cuenta únicamente los intereses de sus propietarios, sino el de todos los sujetos que contribuyen a la vida de la empresa”, es que Caritas desarrolla una serie de acciones enfocadas desde la responsabilidad social pero buscando siempre cumplir con su razón de ser como organización, promover el desarrollo social y ser intermediario entre las empresas y los sectores económicos más vulnerables. De esta manera Caritas del Perú desarrolla e implementa diversos programas y proyectos en temas básicos como nutrición infantil, salud, educación básica, desarrollo de capacidades, etc. en las zonas más recónditas de nuestro país.



El BBVA Continental desde su dimensión social comprende que tiene que trabajar en un tema país, es así que surge la iniciativa de realizar un programa que ayude a mejorar las cifras país, como es la comprensión lectora.

Un organismo del tercer sector, tiene como razón de ser generar desarrollo, este es el caso de Caritas del Perú que maneja dos tipos de proyecto: los de dignidad de la persona humana y desarrollo integral social y los proyectos de desarrollo económico productivo, promoción del trabajo digno y asociatividad. Cabe resaltar que los primeros están orientados a temas de nutrición infantil, educación básica, protección e inclusión social. Mientras que los segundos están dirigidos a mejorar los ingresos económicos de las familias y consolidar las actividades generadoras de empleo sostenible y autoempleo.

Entre los proyectos más exitosos que gestiona Caritas encontramos el proyecto “Ally Micuy” creado para mejorar las condiciones de nutrición infantil con un financiamiento mayor a los siete millones de soles otorgado por la empresa minera Antamina, puesto en marcha en las 11 provincias de la región Ancash- zona de influencia directa de la empresa minera- ha logrado cifras de mejora de la desnutrición crónica en niños menores de tres años de 37% a 27% y en niños menores de 5 años la disminución de la desnutrición crónica se ha dado del 42% al 34%, entre los años 2007 y 2010, según lo señalan sus propios estudios. Un mérito adicional a este proyecto, es que el mismo impacta directamente en una de las políticas del Estado desde hace varios gobiernos, el descenso de las cifras de desnutrición crónica en el Perú en los menores de 5 años.

En el caso de Caritas es importante mencionar que sus proyectos se implementan en cualquier parte el Perú, sobre todo en las zonas más pobres y su financiamiento puede ser de tres tipos, el de cooperación internacional que cada vez es el menor, el de concursos a fondos públicos y finalmente en alianzas –socios con empresas privadas, que necesitan de Caritas para la implementación del proyecto. En este caso, queda claro que las organizaciones del tercer sector necesitan crear alianzas con el sector privado y público para la implementación de sus acciones. Además es importante



mencionar la capacidad logística y de llegada que tiene Caritas en todo el Perú. Concluyendo el análisis de estos tres casos y sus principales proyectos podemos mencionar que la gestión de la responsabilidad social, independientemente del modelo de gestión económica de la organización, puede implementarse en cualquier organización. Esta sin embargo debe nacer en sus políticas y lineamientos e implementarse siguiendo algunas premisas para el cumplimiento efectivo de la responsabilidad social que a continuación señalamos:

1	Desarrollo de políticas de responsabilidad social, que partan de la misión y visión de la organización y que vaya relacionada al core business de la organización.
2	Mapeo, conocimiento y diálogo permanente con los todos los grupos de interés.
3	Cumplimiento de las normas éticas y legales. Esto es básico, pues no existe responsabilidad social que primero no cumpla con la ley. Toda acción de responsabilidad social debe ir por encima de ley.
4	Involucramiento de los colaboradores en la gestión de responsabilidad social. Lo cual se debe manifestar en la preocupación de la organización por trabajar políticas de responsabilidad social interna. Esto termina siendo la clave para la gestión de la responsabilidad social al exterior de la organización. Primero comenzar por casa.
5	Desarrollo de acciones que mantengan buenas relaciones con el entorno, entendido como el medio ambiente pero también con todos los grupos de interés. Cumplimiento de los lineamientos del nuevo triple balance: social, medio ambiente y de gobierno corporativo.
6	Acciones que sean sostenibles en el tiempo, a largo plazo y sobre todo tengan como premisa "el ganar- ganar" de la organización y de los grupos de interés. Es decir, las organizaciones realizan acciones que impacten positivamente en los grupos de interés pero a su vez a la misma organización.
7	Valorar la importancia de la comunicación como una herramienta clave en el proceso de puesta en marcha de la responsabilidad social en la organización en el antes, durante y después de la implementación de la misma. No es posible hablar de gestión de la responsabilidad social si antes no hablamos de la gestión de la comunicación, entendida de manera general.
8	La importancia de las alianzas con las organizaciones de diversos sectores: públicas, privadas y del tercer sector para la puesta en marcha de diversas acciones en temas educativos, salud, ambiental, desarrollo de capacidades, etc. Hoy todas las organizaciones necesitan implementar alianzas en el sentido del ganar – ganar. Estas alianzas pueden ser técnicas, económicas, académicas, etc.
9	La gestión de la responsabilidad social siempre traerá buenos resultados en el aspecto de imagen y reputación en las organizaciones, lo cual es bien recibido y valorado por las organizaciones. Sin embargo, hay que tener claro que la buena imagen y reputación debe entenderse como un resultado, más no como un objetivo de las acciones de responsabilidad social. De lo contrario, el impacto puede ser negativo en la imagen de la propia organización.

Podemos concluir que el camino a la responsabilidad social tan anhelada en las organizaciones peruanas sólo tiene como punto de partida, la voluntad de las mismas organizaciones y en especial de sus líderes y cabezas que deben entender el tema como crucial y estratégico para sus entidades. En el caso particular de Perú, existen organizaciones que están marcando la diferencia con respecto a otras.