

# BUSINESS

Edición 2 - 2019



## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: TRANSFORMANDO NEGOCIOS, PERSONAS Y EL ENTORNO.

LA RSE360:

8


RSE Y SOSTENIBILIDAD  
¿Son lo mismo?

20

MARKETING SOCIAL  
Un cambio para la humanidad

22





## LA CIUDADANÍA CORPORATIVA COMO ESTRATEGIA PARA LA SOSTENIBILIDAD

### **VIRGINIA TRUJILLO**

DIRECTORA DE COMUNICACIONES  
Y RELACIONES EXTERNAS  
AES EL SALVADOR.

Las empresas, al igual que las personas, deben asumir códigos de conducta y ética que les permitan convivir de forma responsable y comprometida con su entorno, contribuyendo además con el desarrollo. De ahí que es primordial que las mismas identifiquen claramente cuáles son los impactos que su actividad productiva genera en lo económico, social y ambiental en el medio donde se desenvuelven.

Para mitigar o eliminar los impactos negativos y potenciar los positivos, se hace necesario propiciar un diálogo franco y fluido entre las empresas y sus públicos de interés, para generar acciones o programas de responsabilidad social que les permitan hacer contribuciones sostenibles a la sociedad.

Así como ejercen sus derechos, las empresas hoy día están sujetas al escrutinio de los diferentes actores de la sociedad para asegurar que cumplan con sus deberes, y esto en todos sus ámbitos de impacto como lo son sus clientes, empleados, proveedores y contratistas, los grupos vulnerables, el medio ambiente, la comunidad.

Ser parte de las soluciones es esencial, y es legítimamente apreciado y demandado por sus públicos de interés, por eso se espera que las empresas asuman conductas transparentes y constructivas. Por ejemplo, los empleados esperan ser tratados con equidad y respeto, asegurándoles oportunidades sin discriminación. Asimismo, valoran que la empresa donde trabajan se preocupe por ejercer su actividad productiva con responsabilidad, que garantice procesos administrativos éticos y que sea un actor activo en la búsqueda del bienestar de la sociedad.

Los clientes, por su parte, aprecian la calidad de los productos o servicios, valoran que la empresa fundamente sus operaciones en estrictas normas de calidad, esperan que la innovación les propicie valor agregado, exigen un mercadeo responsable y honesto donde se cumpla con lo ofrecido y se les informe sobre los riesgos y peligros asociados al producto o servicio al cual están accediendo.

Asimismo, la sociedad espera que la empresa forme parte activa en los diversos espacios asociados a la naturaleza de su negocio, tales como cámaras y asociaciones, organizaciones no gubernamentales, entidades de gobierno, comunidades organizadas, gobiernos locales, y que fomente y participe activamente en la creación de alianzas que permitan mejorar la vida de las personas y la protección del medio ambiente.

Alinear efectivamente a las empresas u organizaciones con una política corporativa de responsabilidad social empresarial concebida de manera estratégica se traduce, sin lugar a dudas, en un mejor clima organizacional y en el fortalecimiento de la credibilidad y la confianza entre la sociedad y la empresa. La consistencia entre el discurso y las acciones, la protección efectiva del medio ambiente, la implementación de programas en beneficio de las comunidades en materia de salud o inclusión de los más vulnerables, son ejemplo de las acciones que convierten a una organización en un ciudadano corporativo responsable a favor de la sociedad y el país y en pro de su propia sostenibilidad.

"Impulsamos  
EL DESARROLLO



AES  
ENERGÍA RURAL



AES  
MEDIO AMBIENTE

SOSTENIBLE E INCLUSIVO  
de las comunidades

a las que  
SERVIMOS"



AES  
EDUCACIÓN



AES  
MUJER

[www.aeselsalvador.com](http://www.aeselsalvador.com)



LLEVAMOS  
**LWZ**  
PARA QUE TU FUTURO  
**BRILLE**

 **AES**  
El Salvador



## THE CORPORATIVE CITIZENSHIP AS A STRATEGY FOR SUSTAINABILITY

### **VIRGINIA TRUJILLO**

DIRECTOR OF COMMUNICATIONS  
AND EXTERNAL AFFAIRS,  
AES EL SALVADOR

The companies, like people, must assume conduct and ethic codes that allow them to coexist in a responsible and committed to their environment, also contributing with development. It is primordial that they identify clearly what are the impacts that their productive activity generates in the economic, social and environmental in the environment where they operate.

To mitigate or eliminate negative impacts and enhance positive ones, it is necessary to open a frank and fluid dialogue among the companies and their public of interest, to generate actions or programs of social responsibility that allow to make sustainable contributions to society.

As they exercise their rights, companies nowadays are subject to the scrutiny from the different actors of society to ensure that they comply with their duties, in all their areas of impact such as their customers, employees, suppliers and contractors, vulnerable groups, the environment, and the community.

To be part of the solution is essential, and it is legitimately appreciated and demanded by their stakeholders, that is why companies are expected to assume constructive and transparent behaviors. For example, employees expect to be treated equally and with respect, assuring them opportunities without discrimination. Likewise, they value that the company where they work care for exercising their productive activity with responsibility, that guarantees ethical administrative processes and that is an active actor looking for the welfare of the society.

Customers, for their part, appreciate the quality of the products and services, value that the company bases its operations under strict quality norms, they expect that innovation will sponsor added value, they demand a responsible and honest marketing where the offer is fulfilled, and be informed about the risks and dangers associated with the product or service to which they are accessing.

Likewise, society expects the company to take an active part in the diverse spaces associated to the nature of its business, such as chambers and associations, non-governmental organizations, government entities, organized communities, local governments, and that it actively promotes and participates in the creation of alliances that allow improving the lives of people and the protection of the environment.

Effectively aligning companies or organizations with a corporate social responsibility policy strategically conceived translate, without a doubt, in a better organization climate and the strengthening of credibility and trust between society and the company. The consistence between speech and actions, the effective protection of the environment, the implementation of programs for the benefit of communities in terms of health or inclusion of the most vulnerable, are examples of the actions that turn an organization into a corporate citizen responsible in favor of society, and the country and in favor of its own sustainability.