

39ª Reunión de la Comisión Técnica de CINTERFOR

Sustentabilidad de la empresa y entorno de crisis

Brasilia, 29-10-2009

Dagoberto Lima Godoy



Premisas (Informe VI, OIT, 2007)

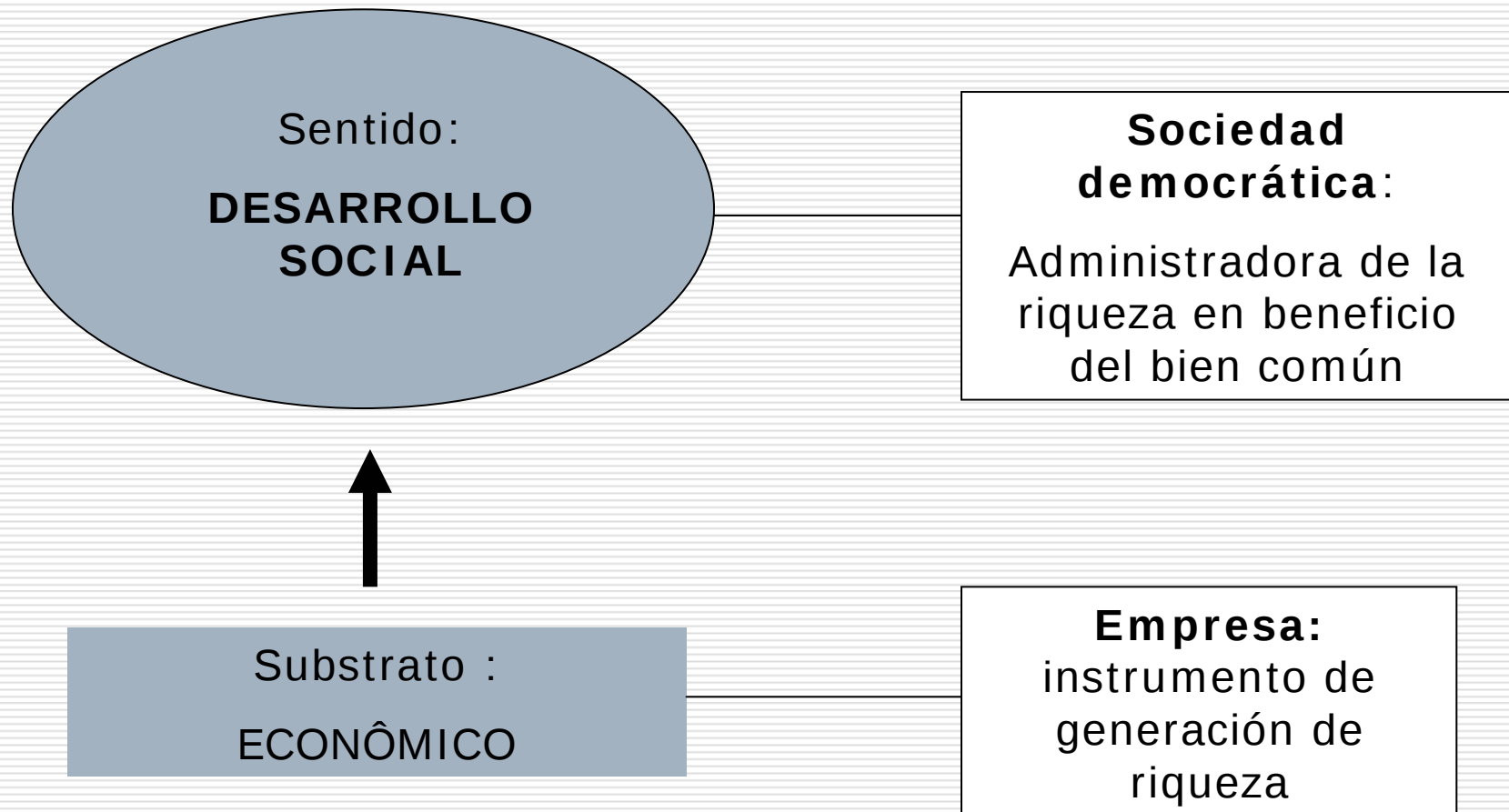
“La empresa sustentable se insiere en la “forma de progreso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas”.

“Un principio fundamental del pilar social del desarrollo sostenible es la generación de medios de vida seguros, mediante un empleo productivo, libremente elegido”.

“Nunca será demasiado resaltar la importancia de la empresa como principal fuente de crecimiento y empleo. Lo que impuliona el crecimiento económico es, antes e más que todo, la creatividad y el duro labor de los empresarios y de los trabajadores. Movidas por la búsqueda de ganancias, las empresas innovan, invierten y generan empleos y rentas derivadas del trabajo.”

(Informe VI – OIT, 2007)

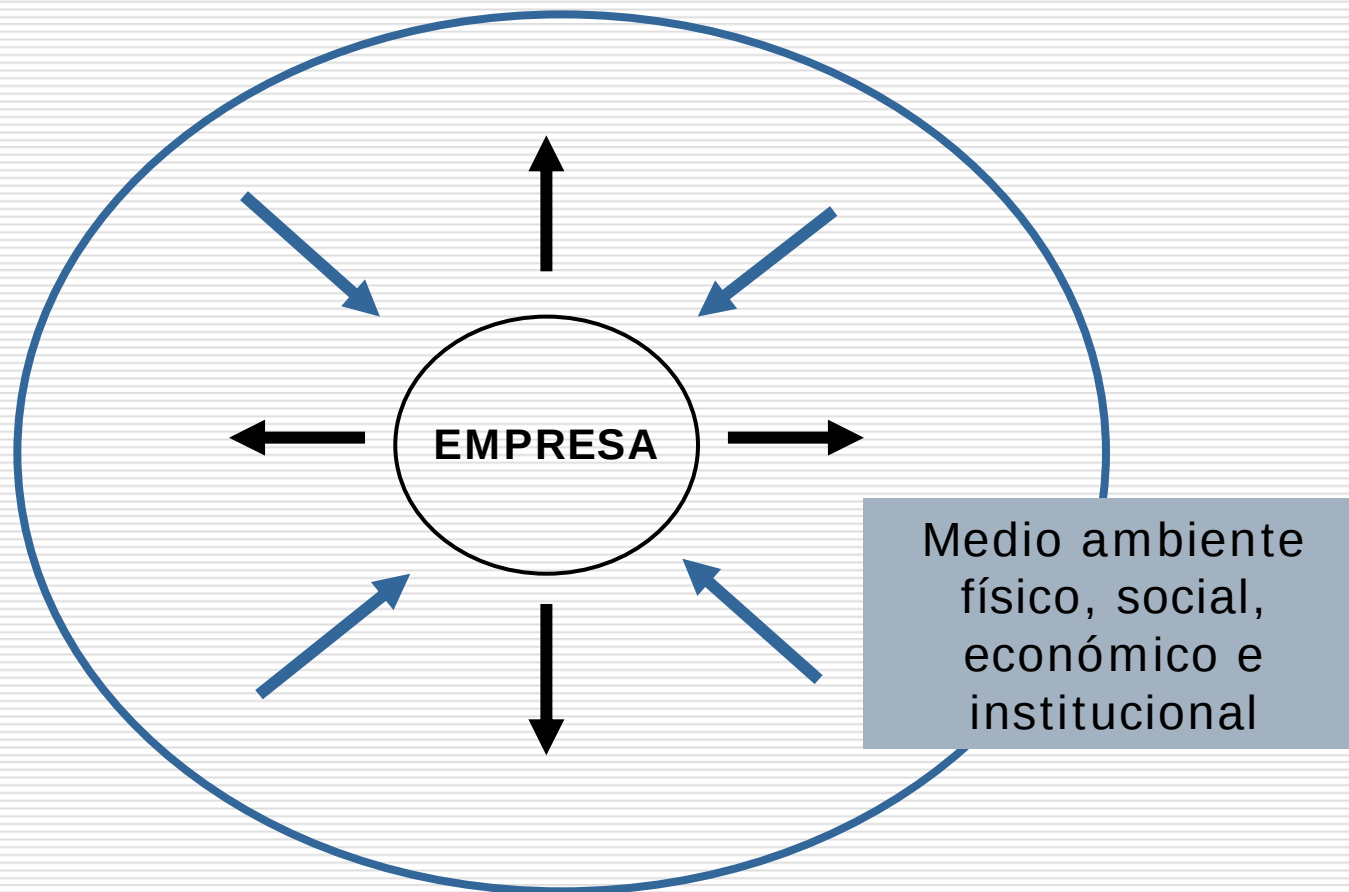
Los roles para un desarrollo sustentable



Idea conductora

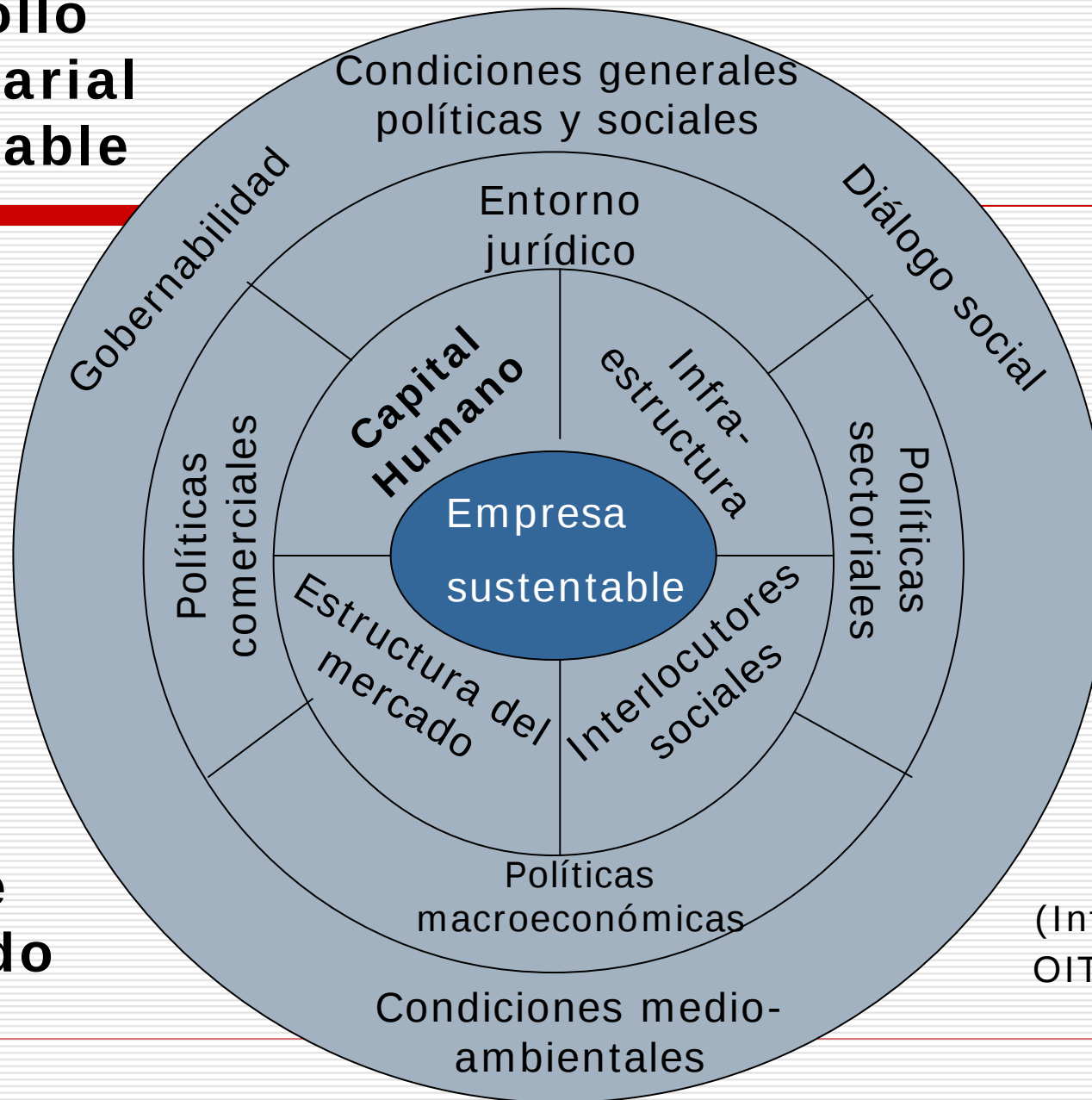
No hay desarrollo sustentable sin empresas sustentables.

La sustentabilidad demanda un proceso biunívoco de cambios de la empresa con el medio ambiente

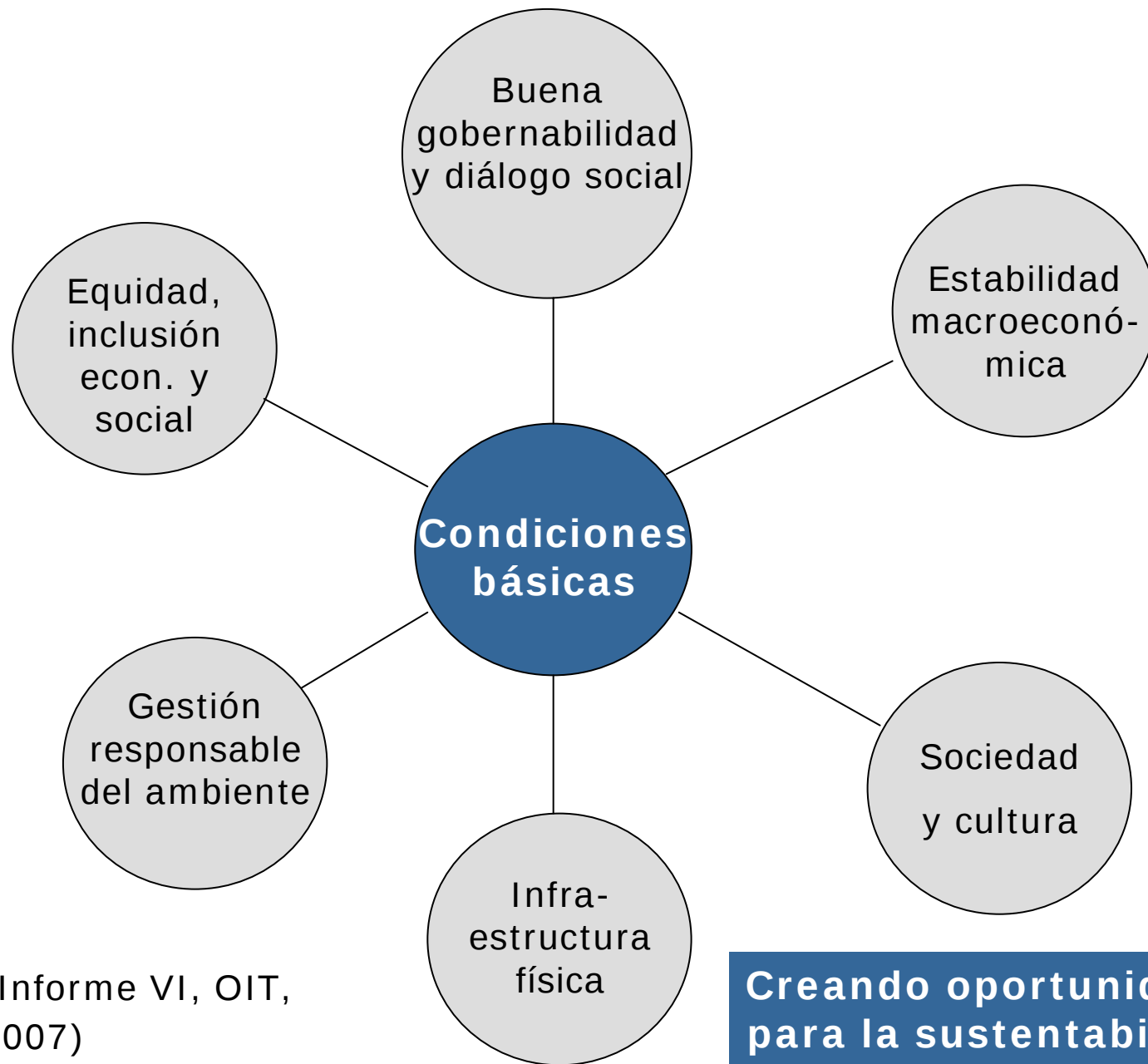


Desarrollo empresarial sustentable

Enfoque integrado



(Informe VI,
OIT, 2007)



Declaración de Caracas (OIE, 08-05-07)

Nueve pilares del desarrollo empresarial sostenible

1. Propiedad privada y seguridad jurídica
2. Clima político, social y económico favorable a la inversión
3. Estabilidad política y macroeconómica
4. Respecto al Estado de Derecho, a los principios éticos y a los valores democráticos
5. Gestión transparente, comprometida y competente de las instituciones públicas
6. Educación y capital humano
7. Diálogo Social
8. Respecto a los Derechos Fundamentales en el Trabajo
9. Responsabilidad Social

En la crisis:

- ☐ La actividad económica baja
- ☐ Las necesidades sociales suben
- ☐ La competencia se profunda
- ☐ Las barreras de comercio aumentan
- ☐ Crece la tendencia a conflictos en las RT
- ☐ Demándanse medidas ante-cíclicas

Medidas gubernamentales anticíclicas

☐ Deberían ser:

- Adecuadas (oír los interlocutores sociales)
- Temporales (reversibles)
- No intervencionistas
- No proteccionistas

☐ Ejemplos:

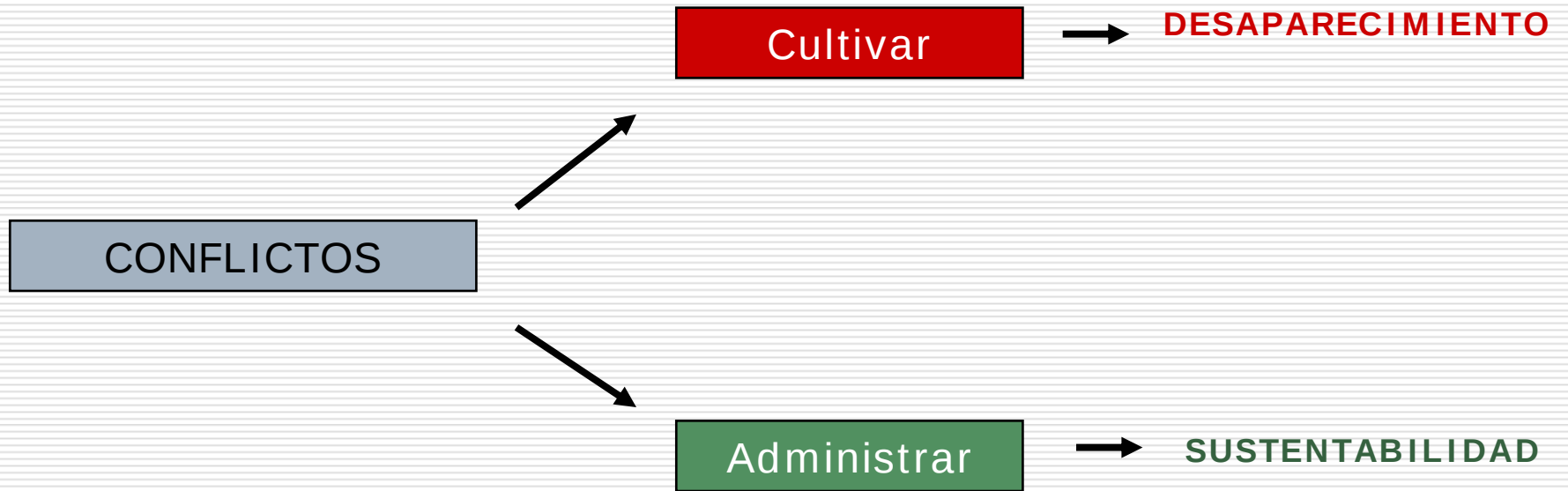
- Bajar intereses
- Bajar impuestos
- Subsidiar manutención temporal de empleos

Empresa: un palco de conflictos

EMPRESA

- X Competidores
- X Proveedores
- X Bancos
- X Distribuidores
- X Reguladores (Gobiernos)
- X Impositiva
- X Consumidores
- X Empleados
- X Accionistas

Opción y consecuencia



Factores de la productividad

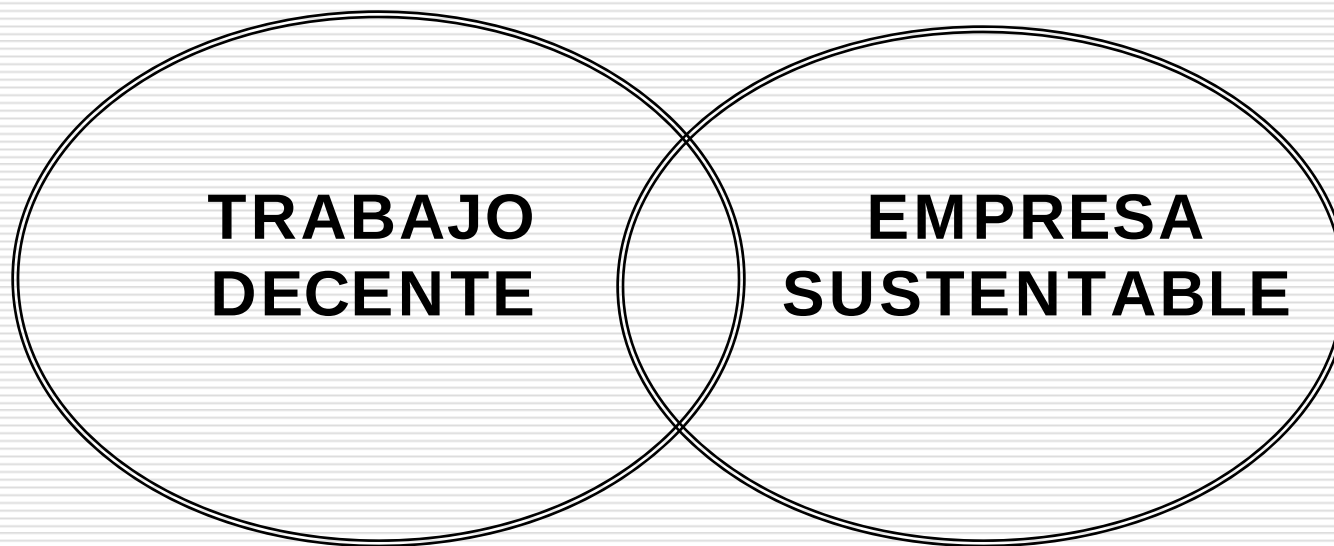
Endógenos

- ☐ Buena gestión y espíritu empresarial
- ☐ Buenas relaciones laborales (diálogo social)
- ☐ Buenas tecnologías y equipamientos
- ☐ Acceso a recursos
 - **Trabajadores sanos, calificados y motivados**
 - Finanzas (crédito e inversión)
 - Recursos físicos y naturales: energía, tierra, TIC, etc.

Exógenos

- ☐ Diálogo social y organizaciones fuertes de empleadores y trabajadores
- ☐ Políticas macroeconómicas, comerciales, regionales y sectoriales
- ☐ Crecimiento de los mercados
- ☐ Condiciones medio-ambientales
- ☐ Instituciones y políticas públicas
- ☐ Entorno favorable
 - Respecto a los derechos de propiedad y de libertad de asociación y sindical
 - Normas claras, estables y previsibles
 - Entorno regulatorio y jurídico
 - Infraestructura de calidad
 - Cadenas de valor, industrias conexas e servicios a las empresas

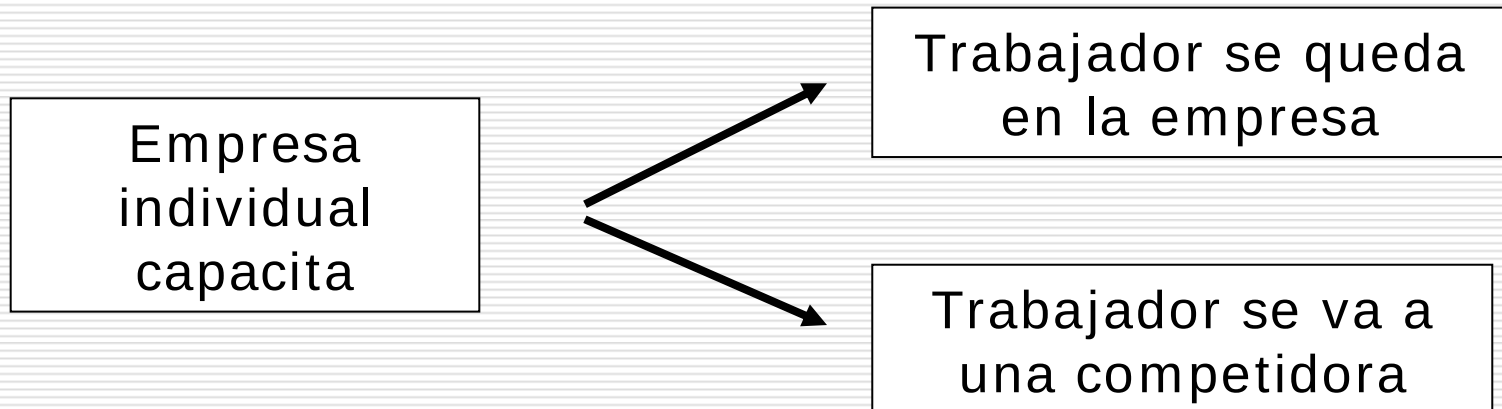
Un binomio inseparable



Efectos de la formación profesional

- ❑ Contribuye decisivamente para una mayor productividad (competitividad)
- ❑ Incrementa la empregabilidad (estabilidad en el mercado de trabajo) y la realización profesional
- ❑ Contribuye para la simetría de las RT

Dilema (?) de la inversión en capacitación profesional



La estrategia de SENAI

(dirigido por los empleadores – CNI)



R S E

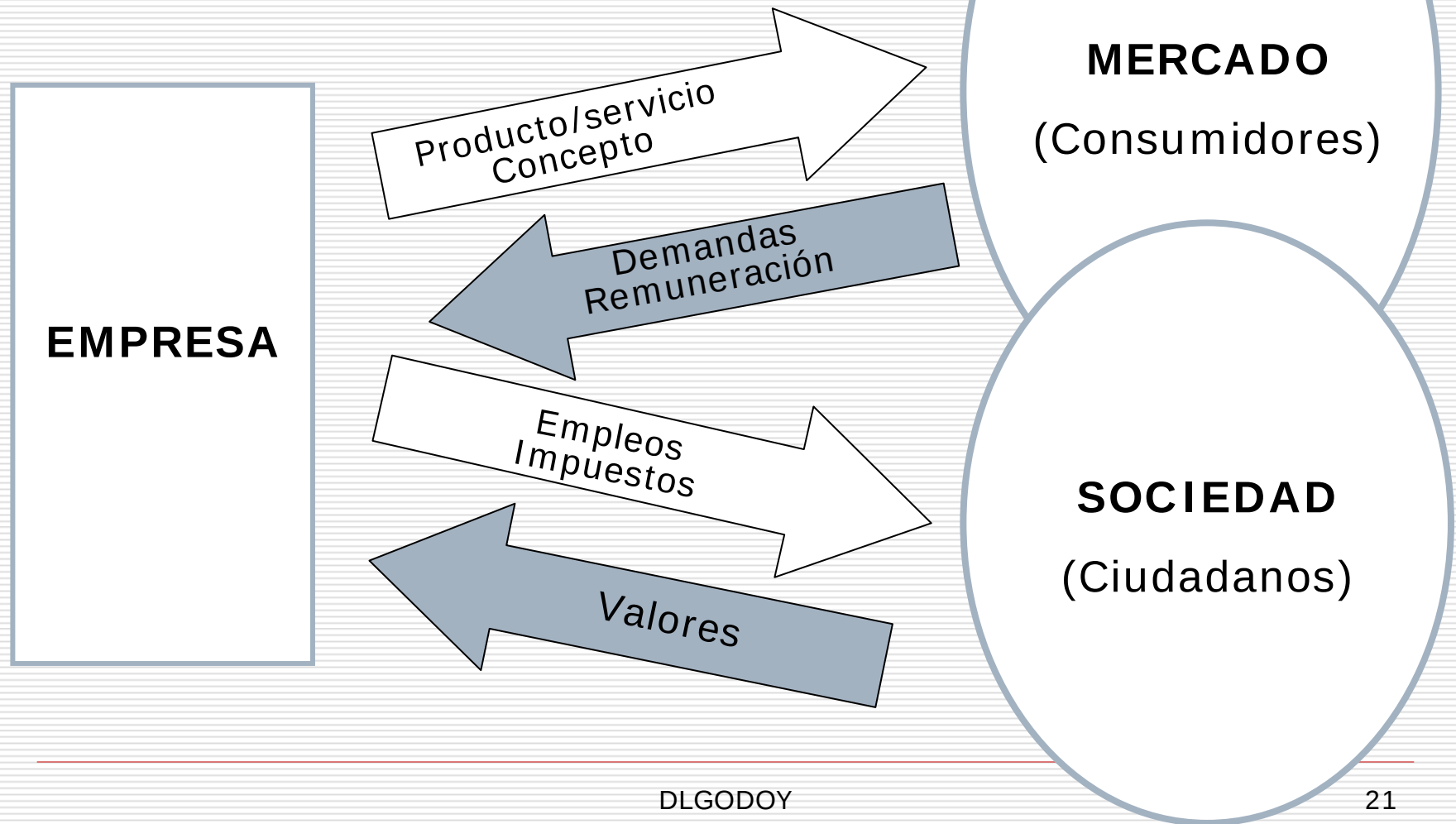


Responsabilidad Social de la Empresa

- ☐ Actuar conforme prácticas empresariales éticas
- ☐ Tratar bien los empleados
- ☐ Obtener ganancia, pagar impuestos y dar trabajo
- ☐ Proporcionar productos/servicios seguros y dignos de confianza
- ☐ Tener un buen histórico medio-ambiental
- ☐ Esfuerzarse para mejorar las condiciones reinantes en la comunidad

Centre for Corporate Citizenship – Boston College; Center for International Private Enterprise – Washington, D.C. Apud Informe VI - OIT, 2007

Marketing en una sociedad desarrollada



Gracias por su contribución en la
construcción de un mundo mejor.

godoy@terra.com.br

www.cni.org.br

www.ioe-emp.org