



**Coordinación de Estudios de Postgrado  
Especialización en Comunicación Organizacional**

**Responsabilidad Social Empresarial en el sector Bancario:  
Caso Bancaribe**

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al título de  
Especialista en Comunicación Organizacional**

**Autor (a):** Giovanna Brunetta

**Tutor (a):** Narvin Delgado

Caracas, 28 de febrero de 2011

**Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado  
Especialización en Comunicación Organizacional  
Coordinación  
Presente**

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo especial de Grado titulado Responsabilidad Social Empresarial en el sector Bancario: Caso Bancaribe que está presentando el alumno(a) Giovanna Brunetta, C.I. 17.389.480 el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

*Narvin Delgado Gómez*

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**(Nombre y Firma del Tutor del Trabajo Especial de Grado)**

**C.I. 7.928.399**

## **Agradecimientos**

Para muchas personas puede resultar difícil dar las gracias. Pero cuando se trata de reconocer de alguna forma el apoyo incondicional que haz recibido para hacer realidad una meta propuesta es inevitable no darlas. Es por eso que en esta oportunidad quiero agradecer a todos aquellos que de una u otra forma fueron parte de este Trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista en Comunicación Organizacional.

En primer lugar quiero darle las gracias a la Universidad Monteávila, por haberme abierto sus puertas una vez más y haber complementado los valores y conocimientos impartidos durante los 5 años de carrera. Sin duda alguna estos forman parte de la persona que soy hoy en día a nivel personal y profesional.

Igualmente, merece especial mención la tutora, Narvin Delgado, quien desde un principio acepto guiarme en esta tarea y aportó ideas que terminaron de darle forma a este Trabajo Especial de Grado. Su dedicación, esmero y tolerancia me incentivaron a seguir adelante, trabajar y dar lo mejor cada día.

Igualmente, el agradecimiento también se hace extensivo a la profesora Marianne Robles, por la disposición que tuvo en todo momento. Su sencillez, buen humor y guía fueron los que hicieron posible arrancar este Trabajo Especial de Grado.

Por último, agradezco a mis padres, familiares y amigos por haberme acompañado en este nuevo reto que decidí emprender hace ya un año y medio. Sin su apoyo incondicional, sus consejos, su paciencia y soporte espiritual y moral no lo hubiese logrado.

## **Resumen y palabras clave**

El presente Trabajo Especial de Grado para optar al título de Especialista en Comunicación Organizacional de la Universidad Monteávila, tiene por finalidad dar conocer qué es la Responsabilidad Social Empresarial y cómo ha evolucionado su entendimiento a lo largo de los años, las causas que promueven su acción, sus dimensiones y beneficios, su trayectoria en el país y las prácticas desarrolladas en esta materia por diferentes instituciones, tanto públicas como privadas, del sistema financiero venezolano.

Igualmente incluye el caso de estudio específico de Bancaribe, a través del cual se evaluarán estos conceptos en la práctica, con el propósito de brindar un aporte que contribuya a mejorar la difusión de los diferentes programas de Responsabilidad Social Empresarial que lleva a cabo esta institución, en la oportunidad de recomendar un modelo de Balance Social que permita estructurar el portafolio social de la organización bancaria.

Palabras clave:

- Responsabilidad Social Empresarial
- Definiciones
- Beneficios
- Balance Social
- Bancaribe

## Contenido

	Pág.
<b>Introducción</b> .....	7
<b>I. Planteamiento del Problema</b>	
1.1 Enunciado del problema.....	10
1.2 Objetivo general.....	10
1.3 Objetivos específicos.....	10
1.4 Justificación.....	11
<b>II. Marco Teórico Referencial</b>	
2.1 Responsabilidad Social Empresarial	
2.1.1 Definición de la Responsabilidad Social Empresarial.....	14
2.1.2 Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	21
2.1.3 El por qué de la Responsabilidad Social Empresarial.....	23
2.2 La Responsabilidad Social en Venezuela	
2.2.1 Historia de la Responsabilidad Social en Venezuela.....	24
2.2.2 La Responsabilidad Social en el sector bancario venezolano...	27
2.3 Balance Social	
2.3.1 Definición de Balance Social.....	33
2.3.2 Historia del Balance Social.....	35
2.3.3 Tipos de Balance Social.....	37
2.3.4 Importancia de la publicación de un Balance Social.....	40
<b>III. Marco Contextual</b> .....	43

#### **IV. Marco Metodológico**

4.1 Estrategia de realización de estudio.....	45
4.2 Técnica para la recolección de la información.....	46
4.3 Instrumentos para la recolección de la información.....	47

#### **V. Identificación de los programas de RSE de Bancaribe**

5.1 Enfoque estratégico de la Responsabilidad Social en Bancaribe.....	49
5.2 Programas de Responsabilidad Social que lleva a cabo Bancaribe.....	50

<b>Conclusiones.....</b>	<b>80</b>
--------------------------	-----------

<b>Recomendaciones.....</b>	<b>84</b>
-----------------------------	-----------

<b>Referencias.....</b>	<b>86</b>
-------------------------	-----------

<b>Anexos.....</b>	<b>88</b>
--------------------	-----------

## **Introducción**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se reconoce como las iniciativas o programas de acción social que una organización desarrolla hacia la comunidad, pero en realidad éste es un concepto que tiene un alcance más amplio y, en los últimos 30 años, la práctica social de las empresas se ha ido progresivamente incluyendo en la misión empresarial y del negocio.

El mundo complejo y globalizado exige cada vez más a los diferentes actores, entre ellos Estado y empresas, un rol más activo y una corresponsabilidad en el logro de las metas de desarrollo propuestas por cada participante al momento de llevar a cabo un proyecto que genere o agregue valor a la comunidad, ya que el Estado no es capaz de resolver solo todos los problemas sociales y económicos de una nación. La participación de las empresas y las organizaciones civiles a través del diálogo y la coordinación de acciones, es fundamental para reducir las brechas y alcanzar la cohesión social y la sostenibilidad económica y ambiental de la comunidad.

Es así como surgen diferentes interrogantes relacionadas a cómo puede una empresa dar más de lo que le exige la ley y qué es lo que la sociedad espera o demanda hoy en día a las organizaciones, como parte de la retribución por el uso de sus bienes y servicios. En la actualidad, se puede observar que no basta con que las empresas hagan bien su negocio, bajo estándares éticos, y cumplan con sus responsabilidades fundamentales, sino que también se espera que cada empresa incorpore en la manera de gestionar sus actividades, las preocupaciones sociales y ambientales con la intención de crear valor hacia todos los públicos con los que se relaciona. Cuando una empresa se preocupa y se ocupa por crear valor a la sociedad, se habla

entonces de empresas con compromiso social o empresas socialmente responsables.

Una empresa que considere a su capital humano como su recurso clave y desarrolla una cultura basada en valores, realiza programas de formación, ofrece alternativas recreativas y vacacionales, organiza charlas sobre temas de interés general y alta sensibilidad; se preocupa por crear mejores condiciones laborales, entendiendo las dinámicas familiares y personales; y establece condiciones preferenciales para sus empleados, generando un clima en el que el colaborador se siente identificado y comprometido con los objetivos de la organización, es considerada una empresa que ha entendido el nuevo rol que exigen estos tiempos.

Es importante destacar que una organización que anualmente dispone una cantidad de recursos económicos para apoyar a entes civiles que prestan servicios sociales a personas de escasos recursos, desarrolla programas de capacitación laboral para jóvenes excluidos del sistema educativo o patrocina iniciativas culturales para la difusión de valores y la preservación del patrimonio, también es vista como una empresa responsable que ejerce la solidaridad y que cree en los frutos que puede generar a futuro la inversión social.

En los últimos 10 años, el tema de Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado y creado nuevas nociones, estándares y normas que se deben gestionar de forma estratégica para reflejar con transparencia las acciones que pueda estar llevando una organización en esta materia.

Dicho esto, se puede asegurar que el camino a transitar para considerar a una empresa socialmente responsable es largo y complejo pero lleno de pequeñas victorias porque muchas de ellas están interesadas en crear

acuerdos, que permitan contribuir con el desarrollo del país y de las comunidades donde cada una de ellas hace vida.

Es por ello que este Trabajo Especial de Grado (TEG), para optar al título de Especialista en Comunicación Organizacional, busca dar a conocer qué es la Responsabilidad Social Empresarial y cómo ha evolucionado su entendimiento a lo largo de los años, las causas que promueven su acción, sus dimensiones y beneficios, su trayectoria en el país y las prácticas desarrolladas en esta materia por diferentes instituciones, tanto públicas como privadas, del sistema financiero venezolano.

Por otra parte, y para tener un caso de estudio valedero que permita evaluar estos conceptos en la práctica, se analizará el caso específico de Bancaribe, con el que se busca conocer su portafolio de iniciativas sociales y cómo se gestionan, así como su impacto en la comunidad; además, se presentarán recomendaciones que sirvan de aporte para contribuir a mejorar su difusión a través de un modelo de Balance Social que, en el futuro, permita estructurar la comunicación y seguimiento de su portafolio de programas.

## **I. Planteamiento del Problema**

### **1.1.- Enunciado del problema de estudio**

Identificar las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que lleva a cabo Bancaribe, para evaluar su portafolio de gestión social, con el fin de entender su actuación como empresa socialmente responsable, que le sirve además, como estrategia para mejorar o mantener su imagen y reputación.

### **1.2.- Objetivo general**

Identificar las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial del sector bancario, caso Bancaribe, con el propósito de conocer su modelo de gestión social que lo ayuda a promoverse como una empresa socialmente responsable en el país.

### **1.3.- Objetivos específicos**

- Levantar información sobre los programas de Responsabilidad Social Corporativa que ha realizado Bancaribe a lo largo de sus 56 años y las iniciativas programadas a realizar en los años por venir.
- Formular recomendaciones de presentación que permitan la toma de decisiones futuras en el área.
- Revisar el concepto de Balance Social, los instrumentos que existen para su formulación y los beneficios que genera para la empresa, con el propósito de hacer una recomendación sobre un modelo conocido.

#### **1.4.- Justificación**

En la actualidad, las grandes empresas se hacen más competitivas dentro de su sector y cada vez adoptan más estrategias que garanticen el éxito dentro de una comunidad. La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que últimamente ha tomado mucha fuerza en las empresas, porque es una forma de acercarse a esas comunidades, que su gente las conozca y las identifique como buenas empresas, comprometidas con el desarrollo y bienestar de cada una de ellas.

Es por eso que el compromiso empresarial con las necesidades de la población, es parte de la nueva política gerencial de las grandes y medianas empresas que hoy en día es definida por muchos como Responsabilidad Social. Identificar las carencias de la población y evaluar la forma de reducir esas diferencias que afectan a ciertas minorías, es parte de la misión empresarial que busca gestionar bienestar social.

Identificar las iniciativas de Responsabilidad Social permite hacer un balance de oportunidades de acción en la cual pueden estar involucradas las empresas. De esta forma, se orienta y equilibra la ayuda de acuerdo al interés de cada una, a fin de no sobreestimar esfuerzos de Responsabilidad Social en áreas que están suficientemente apoyadas, lograr hacer aportes con base en necesidades detectadas y que, de alguna manera, puedan ser sostenibles de acuerdo a la misión empresarial de la organización; así como el aporte sea posible porque la empresa es exitosa en el negocio que desarrolla.

Otro aspecto a tener en cuenta es la acción que puede ejercer la fuerza laboral en forma individual, lo que forma un colectivo de ayuda a diferentes áreas excluidas, como son: apadrinamiento de niños, donaciones periódicas

a diferentes instituciones y voluntariado en causas sociales en general, lo que apoya la acción corporativa.

El objetivo de las empresas privadas es invertir y maximizar sus ganancias, pero aquellas empresas que encajan dentro del grupo que apuesta por invertir en la gente y en el bienestar social, entran dentro de las denominadas: empresas éticamente responsables.

Por todo lo antes expuesto, se puede decir que para identificar las iniciativas de responsabilidad social, las empresas deben contar con una dinámica regida por una metodología, la cual permita la real valoración de la inversión hecha por parte de las organizaciones comprometidas, su capital humano, así como las carencias que reporta la comunidad.

Los líderes de la organización deben tener una conciencia social que les permita introducir en su plan de negocios, proyectos de Responsabilidad Social que generen un aporte, no sólo para la organización, sino para la sociedad en la que hacen vida.

Es por ello que los líderes que ejecutan este tipo de iniciativas y tienen a su cargo el departamento de Responsabilidad Social Empresarial de una empresa, deben generar conciencia acerca de lo que realmente implica dejar de hacer lo que han venido haciendo y qué beneficios tendría re-focalizar esas inversiones en otras áreas. El problema radica en que esto sólo lo pueden hacer tomando en cuenta qué tipo de iniciativas se han llevado a cabo, desde cuándo se han hecho, cuál ha sido su trayectoria, su evolución, cuál ha sido el impacto que ha generado en la sociedad y qué proyección tienen en el tiempo.

El caso de estudio de esta investigación es la institución Financiera Bancaribe, una organización que lleva años desarrollando programas de Responsabilidad Social como parte de su estrategia de negocios. Dicha empresa, necesita comenzar a desarrollar un Balance Social que permita medir el efecto que tienen las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social que realizan en la sociedad, con el fin de reforzar lo exitoso y atender lo que no se ha hecho o postergado.

## **II. Marco teórico referencial**

### **2.1.- Responsabilidad Social Empresarial**

#### **2.1.1.- Definición de la Responsabilidad Social Empresarial**

La Responsabilidad Social Empresarial no es un término nuevo. Desde hace aproximadamente 30 años se viene hablando de ella. Pero para poder entender en mayor medida lo que en realidad significa, es necesario tener en cuenta cómo aparece en el mapa empresarial y de qué manera va evolucionando a través de los años.

En este contexto, cabe destacar el protagonismo de la actividad del hombre en el transcurrir de la historia, sobre los cambios producidos al medio ambiente, los cuales han sido determinantes para satisfacer sus necesidades (Alea, 2005).

Esa transformación ha incrementado considerablemente la capacidad de impacto de los seres humanos sobre el medio ambiente, disminuyendo notoriamente y de manera acelerada la calidad de éste, y su capacidad para sustentar la vida, lo que ha provocado la crisis ambiental que actualmente se vive en el planeta.

Esta crisis se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran, el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, entre otros.

Es sólo a partir de los años 60, que se observa la manera en la que se empieza a tener conciencia acerca de la problemática del deterioro del

medio ambiente. Personas vinculadas a distintas áreas del saber; como científicos, académicos, otros vinculados al ámbito político y empresarial, así como también de distintas culturas, empiezan a movilizarse en la búsqueda de soluciones.

Como resultado de este debate ambiental, y del cuestionamiento de modelos de desarrollo imperantes que se orientan predominantemente hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio; surge como alternativa la teoría del desarrollo sostenible o sustentable.

Es el año 1987, cuando este concepto adquiriere relevancia. En el Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocido también conocido como Informe de la Comisión Brundtland, se concibe el Desarrollo Sostenible como "...aquél que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias" (Rodríguez, Dos Santos y Mascarenhas, 1999),

El desarrollo sostenible no es una concepción del todo novedosa. En la historia de la humanidad, numerosas culturas y civilizaciones han reconocido la necesidad de establecer estilos de vida y de relaciones armónicas entre la sociedad, la economía y la naturaleza.

En la actualidad este proyecto se articula en el marco de la globalización y del vertiginoso avance industrial, tecnológico e informativo, enfatizando la necesidad de lograr en este contexto la justicia, la satisfacción de las

necesidades de todos los seres humanos, la equidad en el acceso a los recursos, y a las oportunidades de desarrollo y el incremento de la calidad de vida, sin usar los recursos naturales más allá de las capacidades del medio ambiente.

En sentido general, "...este paradigma supone el logro de una armonía entre las diversas aristas que incluyen el desarrollo humano, tales como la economía, la sociedad, la naturaleza, la cultura y la tecnología, donde la dimensión ambiental atraviese este proceso" (Alea, 2005).

El proceso de construcción y fundamentación teórica de este modelo propuesto en consenso a todas las culturas y sociedades contemporáneas, con la intención de constituir un nuevo paradigma de desarrollo para la humanidad; ha sido muy polémico y controvertido, pero independientemente de las discrepancias entre las diferentes tendencias, estas coinciden, según Muñoz, (2003), citado en Alea (2005), en su orientación hacia el logro de un crecimiento con eficiencia económica, que no deteriore ni utilice de manera irracional los recursos naturales, que garantice el progreso y la justicia y equidad social, que respete y estimule la diversidad y riqueza de las identidades culturales, así como el precepto de la eficiencia ecológica de los sistemas biofísicos.

Para abordar la complejidad del reto del proyecto de desarrollo que incluya al medio ambiente en su más amplia acepción, resulta imprescindible modificar modos tradicionales de pensamiento y afrontamiento de los problemas y conflictos de la realidad. El nuevo estilo de pensamiento debe caracterizarse por el establecimiento de una concepción sistémica y holística del conocimiento que conlleve a la consideración del ambiente como totalidad dinámica en permanente cambio, que contemple y analice las

relaciones dialécticas entre los elementos causales y explicativos de los diversos fenómenos de la realidad y los diversos subsistemas que la conforman.

Adoptando entonces, una perspectiva sistémica del ambiente en sus dimensiones natural, social y económica, resulta indudable que apremia la incorporación de argumentos ecológicos y sociales a la planificación económica del desarrollo. Es decir, "...enfrentar probablemente el más complejo reto que los negocios han enfrentado, que consiste en organizarse de manera armónica con los sistemas naturales y sociales, y asegurar prosperidad a corto y a largo plazo". Dixon, (2003), citado en Alea (2005).

En este contexto, las organizaciones y compañías deben ser responsables de su actividad productiva y empresarial, tomando conciencia de los efectos que produce en el ámbito social, económico y natural.

Ahora bien, a pesar de que no es un tema nuevo, en los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial ha adquirido un mayor auge, ya que los altos directivos de las empresas se dieron cuenta de la importancia que tiene el alinear e integrar iniciativas sociales, con la actividad y negocios propios de las organizaciones.

Sin embargo, de acuerdo con Lucelia Parra (2009), aún cuando la puesta en práctica de planes y programas de Responsabilidad Social Empresarial moderna se ha generalizado, las referencias bibliográficas demuestran que no existe un consenso, una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional, que permita delimitar este concepto.

Es por ello que, en un intento de entender lo que verdaderamente significa la Responsabilidad Social Empresarial, se procede a abordar el concepto desde tres perspectivas provenientes de organismos internacionales, los cuales impulsan y estudian el tema; así como desde la visión de un experto en la materia como lo es Italo Pizzolante.

La definición presentada en Comisión Europea (2001), establece que la Responsabilidad Social Empresarial "...es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

Puede interpretarse de esta definición, que ser socialmente responsable va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas. La responsabilidad se enmarca dentro de la atención a los factores humanos, el entorno ambiental y la interrelación que se establece con sus interlocutores.

El enfoque conceptual, presentado por Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), lo muestra como,

...la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

En esta visión, pone en relevancia la orientación de las metas de la organización que consideren las dimensiones humanas, ambientales y culturales de la sociedad, tanto en el presente como en el devenir histórico.

Finalmente, Pizzolante (2009), define la Responsabilidad Social como un estado de conciencia individual, que en el mundo de la empresa es asumida –o no- por aquellos que la integran.

Cuando se asume en su contexto social, la responsabilidad pasa a ser un estado de conciencia compartido, que atraviesa transversalmente a la empresa, desde su concepción y naturaleza, incluyendo el diseño de sus productos o servicios, fabricación, distribución, comercialización e incluso consumo. Explica que esta conciencia, debe verse reflejada en el modelo de negocio, la cadena de valor que integra y el modelo de gobierno que garantiza la sustentabilidad.

Más allá de las definiciones presentadas anteriormente, la Responsabilidad Social Empresarial, es un cambio de pensamiento en la forma de proceder de las empresas, instituciones y corporaciones en el desarrollo de sus actividades, no solo en el contexto ambiental, que sin lugar a dudas es importante, sino que habrá de complementarse para considerar aquellas actuaciones con dimensión humana y social.

Si bien estas tres concepciones de lo que significa la Responsabilidad Social aplican en cierta medida a lo planteado en este Trabajo Especial de Grado, el enunciado propuesto por Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES, es el que en sí mismo engloba de mejor manera al modelo de actuación social que se desarrolla en estas páginas.

De la misma forma, ahondando en este tema, estas organizaciones aseguran que el número y los tipos de público con los que se relaciona cada empresa deben ser analizados y definidos según el contexto en el cual dicha

compañía actúa o quiere actuar y de acuerdo con el proyecto futuro que tengan.

Para facilitar y generalizar el concepto, según la estructura del contenido de los indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial (2004), se organiza la Responsabilidad Social en siete tópicos a ser considerados: valores, transparencia y gobernabilidad, público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores/clientes, comunidad así como gobierno y sociedad.

Además, el Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2005), explican que,

“La RSE abarca temas que van, desde códigos de ética, prácticas de buena gobernabilidad corporativa, compromisos públicos asumidos por la empresa, gestión y prevención de riesgos, hasta mecanismos de anticorrupción, diversidad, apoyo a la mujeres y a los no blancos, entre otros; contempla, además la extensión de esos compromisos por toda la cadena productiva involucrada en la relación con los proveedores. Los vínculos y los proyectos con la comunidad o las mejoras para el público interno constituyen solamente un capítulo –fundamental y estratégico- por el cual transita la Responsabilidad Social”.

Asimismo, aseguran que en este punto puede establecerse claramente la diferencia entre Responsabilidad Social y filantropía/acción social/ciudadanía corporativa, cuyo foco está determinado por los proyectos dirigidos hacia la comunidad en general y algunas veces por las iniciativas orientadas hacia el público interno.

Al mismo tiempo, puntualizan que las acciones de una empresa sólo pueden ser consideradas RSE si forman parte de un conjunto de iniciativas que

aborde todo los aspectos arriba mencionados y detallados en los indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial.

### **2.1.2.- Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial**

De acuerdo con Parra (2009), considerar la Responsabilidad Social Empresarial como parte del modelo de negocio, constituye un factor determinante en el crecimiento económico y la sostenibilidad de una empresa, que le permite alcanzar una posición más sólida respecto a su competencia, evidenciando una aceptación en el mercado donde se desenvuelve. Parra, explica, que como parte de una estrategia corporativa, la Responsabilidad Social Empresarial se traduce en una ventaja competitiva que agrega valor a la organización y trae consigo una serie de beneficios, tangibles e intangibles, económicos y estratégicos, tanto para la empresa que la practica como para sus públicos de interés. Considera que entre los beneficios que genera la Responsabilidad Social en las empresas se destacan los siguientes:

- Mejora la imagen y reputación corporativa, lo que se traduce en un buen posicionamiento de la marca, además de mayor confianza y lealtad de los clientes.
- Genera mayor vinculación con sus públicos de interés, con la creación de relaciones favorables que facilitan la satisfacción de sus necesidades.
- Favorece el contexto para los negocios, pues crea un ambiente de estabilidad y compromiso social.
- Mejora el funcionamiento interno de la empresa, al optimizar el clima y las relaciones laborales, y estimular la productividad y eficiencia.

- Contribuye a un mejor clima social, reforzando la cohesión social e incentivando la conducta ética, la práctica de valores, y el respeto por los derechos humanos.
- Ayuda al desarrollo de la comunidad y a la protección del entorno en el que realiza sus operaciones.

Por su parte, Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), consultora británica especializada en desarrollo sostenible, y la Corporación Financiera Internacional (IFC), entidad ligada al Banco Mundial, en la investigación que realizaron conocida como “Crear Valor: argumentos empresariales a favor de la sostenibilidad en los mercados emergentes”, aseguran que los beneficios que generan estas prácticas en las empresas que adoptan un modelo de acción social como parte de su negocio en países emergentes, se concentran en la reducción de costos y no en el aumento de ganancias en el corto plazo; mientras que en los países desarrollados, los mejores beneficios para las empresas de la práctica de la sostenibilidad son: ganar reputación para la organización y fortalecimiento de la marca. La realidad es que una empresa con una buena imagen social, es más competitiva debido a su buena imagen (Fernández, 2009).

De estas conclusiones se desprende, que las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano del marco filosófico de las empresas, por lo que deben estar alineadas con la misión, visión, valores y estrategia de la empresa. Expertos en el área, aseguran que precisamente allí es que está el éxito del negocio: en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas, pues cuando los empresarios alinean su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejora de una manera inimaginable.

### **2.1.3.- El por qué de la Responsabilidad Social Empresarial**

Víctor Guédez (2006), plantea la inquietud de preguntarse el por qué la Responsabilidad Social Empresarial, nos pone en contacto en un principio con los motivos, las razones o las causas que promueven una acción. Explica que en el caso de la responsabilidad social, las causas se relacionan con las ideas de retribuir, compartir, contribuir y corresponsabilizar.

El citado autor, asegura que las empresas deben retribuirle de alguna manera las condiciones y posibilidades que la sociedad le ha aportado. Explica que las empresas nacen en la sociedad y, en consecuencia, es de origen social; además, crece y se desarrolla a partir de las condiciones que la sociedad le aporta y por tanto es de naturaleza social; lo que asegura su perspectiva en el marco del futuro de la sociedad y, por ende, es de finalidad social. Es por eso que, en este sentido, las empresas deben devolverle a la sociedad lo que han recibido de ella.

Esa exigencia de retribuir, se añade la idea de compartir aquello que, por exceso o por innecesario, se deriva de su actividad productiva. A estas ideas, también se incorpora la necesidad de contribuir, sin esperar nada a cambio, con las condiciones de su entorno y de la comunidad que le reporta, lo que asume un alcance más orgánico dentro de la exigencia de corresponsabilidad en la cual se suman las obligaciones del resto de las organizaciones que comparten el mismo tiempo y el mismo espacio.

Es evidente, que el sentido de corresponsabilidad, no es otro que el del ejercicio de una responsabilidad compartida la cual se armoniza e integra con las acciones sociales en conjunto, tanto de las empresas e instituciones como de la sociedad.

## **2.2.- La Responsabilidad Social en Venezuela**

### **2.2.1.- Historia de la Responsabilidad Social en Venezuela**

Charo Méndez (2003), asegura que en Venezuela, durante el siglo pasado, surgió un conjunto de empresas y empresarios que pueden identificarse como referencia de actuación social responsable. La presencia de estos empresarios arrancó con la aparición de casas comerciales que eran el principal poder económico de ese momento y que se fueron transformando posteriormente en importantes compañías y bancos, cuyos nombres estuvieron vinculados posteriormente a las primeras fundaciones familiares, así como a las iniciativas colectivas que se desarrollaron durante todo ese siglo.

Méndez destaca que una cabal comprensión de la evolución de la estrategia de Responsabilidad Social en Venezuela desarrollada por ese conjunto de empresarios, exige ubicarla dentro del contexto histórico en el cual se desarrolla, y explica que el mismo está comprendido desde la presencia, a inicios del siglo XX, de las casas comerciales que tenían el poder económico en ese momento hasta la apertura petrolera de fin de siglo, la cual cambia el mapa de inversión social que tenían las empresas en ese entonces.

Agrega que la inversión petrolera trajo consigo la migración hacia centros urbanos y, como consecuencia, la creación de empresas de servicio, comercio y manufactura, al tiempo que se aceleró el proceso de urbanización y de crecimiento en las industrias de materiales para la fabricación de viviendas y vías de comunicación. Méndez, añade, que la explotación del petróleo por las empresas extranjeras impulsó nuevos hábitos de consumo y demandas por parte de la población, y trajo las fundaciones corporativas extranjeras al país, que definitivamente incidieron en los estilos nacionales

de relación empresa – sociedad. Asimismo, indica, que el impacto que ocasionó la explotación petrolera en la modernización e industrialización del país, condujo a la consolidación de los grupos económicos nacionales que tuvieron una actuación social importante, así como una serie de aspectos económicos y políticos que marcaron cambios importantes en esta nueva relación entre las empresas y la sociedad que se estaba arraigando en el país.

En este contexto de arranque de las primeras actividades productivas, ubicado entre 1920 y 1930, el precitado autor añade, que las primeras actuaciones empresariales enfocadas hacia los trabajadores están asociadas a las empresas petroleras, con la creación de campos petroleros que se convertían en centros aislados de viviendas y servicios en los que los trabajadores extranjeros podían hacer vida. Asimismo, con la explotación del petróleo se iniciaron también las campañas sanitarias en las áreas de exploración para evitar el contagio de enfermedades por parte de los trabajadores. La autora, asegura, que los primeros empresarios nacionales que tenían empresas de origen familiar, como por ejemplo la Electricidad de Caracas fundada por Ricardo Zuloaga, otorgaban una serie de beneficios a sus trabajadores que todavía no eran establecidos por ningún tipo de ley o regulación y correspondía al espíritu filantrópico europeo vigente desde finales del siglo XIX, y es así como algunas empresas o empresarios comienzan a desarrollar iniciativas sociales dirigidas hacia la comunidad.

Méndez, afirma, que después de la muerte de Juan Vicente Gómez, en 1935, se inicia la etapa de “conducción progresiva a la democracia”. La Constitución de 1936, en consonancia con las tendencias mundiales del momento, estableció las bases del Estado como benefactor, garantizando la libertad de trabajo e industria, los derechos sociales y la protección laboral, lo que derivó en la reforma de la Ley del Trabajo y la creación del instituto

encargado para el seguro social obligatorio. Comenta, que el fortalecimiento del Estado Venezolano, consagrado en la constitución como empresario y responsable de los derechos sociales, generó una respuesta empresarial privada de promoción social directa con la creación de organizaciones sociales empresariales, cambiando el rol de benefactor al de promotor social. Los empresarios nacionales no aceptaron fácilmente encargarse de la filantropía residual en aquellos espacios que no ocupaba el Estado.

La inversión empresarial fue mayor en educación como respuesta ideológica de los privados ante la posición fuerte del Estado venezolano y ante la presencia de grupos radicales. Se trataba de defender la actuación privada en lo social y defender el sistema. Posteriormente, respondió a la necesidad de recursos humanos para la empresa y a problemas educativos específicos como los índices de analfabetismo y la falta de personal técnico medio.

Con la nacionalización de la empresa petrolera y la restricción al capital extranjero, se produce el retiro de la inversión social extranjera, dejando a la petrolera estatal como líder en inversión social. Aparecen entonces las fundaciones corporativas como nuevos esquemas de relación empresa – sociedad, que se articulan en una federación para defender sus intereses jurídicos, su capacidad de innovación y su profesionalización.

En la década de 1930 y 1940 se refuerza la idea en el empresario de considerar al trabajador como un recurso humano al que hay que atribuirle y compensarle el esfuerzo realizado durante sus horas de trabajo.

En 1942, se introduce la noción jurídica de fundación por primera vez en el Código Civil y una serie de reconocidos empresarios de ese momento como lo son Eugenio Mendoza, Oscar Augusto Machado, John Boulton y Guillermo Zuloaga, entre otros, crean la Fundación Venezolana contra la Parálisis

Infantil, con la idea de construir un hospital para enfrentar las consecuencias de la enfermedad del polio, obra que se llegó a construir en un futuro y que desde ese entonces se conoce como el Hospital Ortopédico Infantil.

Finalmente, explica, que en los últimos años del siglo XX la Responsabilidad Social Empresarial se convierte en un tema de especial interés y relevancia para la opinión pública, creándose así espacios desde el ámbito económico privado que impulsan la participación de diferentes empresas privadas en lo social.

### **2.2.2.- La Responsabilidad Social en el sector bancario venezolano**

En los últimos años del Siglo XX y en el actual, las instituciones bancarias han cambiado su manera de proyectarse tanto con sus clientes como con la opinión pública y con las autoridades que los regulan. La vieja concepción de que las entidades financieras se diferencian sólo por los servicios prestados a los clientes, ha pasado a la historia. Ahora, estas instituciones, no sólo se preocupan por prestar servicio de interés, de calidad y de altura que satisfagan las necesidades, sino que buscan ser más humanos, se preocupan por ayudar más y contribuir con los intereses de la comunidad, para establecer así relaciones más cercanas en el contexto donde prestan sus servicios.

Los principales actores del sector bancario, tienen claro que para contribuir con el desarrollo del país, no deben limitarse a cumplir con las responsabilidades que tienen con sus clientes, sino que deben invertir buena parte de su ganancia en la ejecución de programas de responsabilidad social. Por eso, todas aquellas empresas del sector financiero que han decidido ser reconocidas más allá de una simple entidad bancaria, y se han

propuesto marcar la diferencia y continuar creciendo, una vez que ya tienen definidos y controlados sus procesos internos de funcionamiento, han evolucionado a desarrollar programas y proyectos de Responsabilidad Social, que les brinden una oportunidad real de ayudar a los que así lo necesiten.

Esto lo han entendido muy bien entidades como Banesco, Mercantil, Provincial, BOD y Bancaribe, entre otros, que han enfocado sus esfuerzos en desarrollar programas para mejorar la salud, educación, alimentación, convivencia, cultura y calidad de vida de las comunidades venezolanas.

En el caso de Banesco, uno de los bancos líderes en el sector financiero en Venezuela, en materia de Responsabilidad Social Empresarial, no sólo cree en la solidaridad, también cree en las soluciones estructurales por eso parte de sus iniciativas están dirigidas a contribuir con proyectos educativos, ambientales y de financiamiento comunitario.

Sus acciones consisten en dar apoyo a la causa de formar ciudadanos libres, productivos y conscientes de su papel en el escenario público. Para ellos, los niños y jóvenes constituyen la más relevante y estratégica inversión y por eso las actividades que desarrollan están dirigidas hacia ese objetivo.

Esta institución para promover la solidaridad y la participación colectiva creó el Voluntariado Corporativo Banesco; además, incorpora la RSE en todas las áreas de la organización para el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social de sus empleados, clientes, proveedores y comunidad en general.

Para Banesco la premisa de que también las empresas pueden ejercer la opción de proponerle proyectos, nociones, pensamientos al resto de la

sociedad, es importante, por eso en 2002 y en 2004 realizó el evento Palabras para Venezuela. Este es un espacio creado para compartir anualmente pensamientos e ideas. En la segunda edición de Palabras para Venezuela el banco reunió a dos Premios Nobel de La Paz: Mikhail Gorbachev (1990) y Oscar Arias (1987), en el marco del conjunto de iniciativas que Banesco emprende en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Su radio de acción abarca un espectro más amplio, lo cual se evidencia en su Balance Social. Vale la pena destacar que Banesco fue pionero en presentar una rendición de cuentas al país de esta naturaleza y hasta la fecha es la única institución financiera que lo realiza anualmente, (Banesco, s.f).

Banesco, así como otros bancos, vio en la práctica social un camino para conectarse con el público no bancarizado, la manera de proyectar una imagen que le de licencia para operar en el país; reforzar su misión empresarial; vincularse con los programas sociales exitosos del país que le devuelven buena imagen y aceptación en el público venezolano; además, de crear sentido de pertenencia entre sus trabajadores al sentirse orgullosos de trabajar en una institución socialmente responsable hacia adentro y hacia afuera.

Otra institución, el Banco de Venezuela lleva más de tres décadas desarrollando programas de Responsabilidad Social Empresarial a través de la Fundación Banco de Venezuela, A.C. Desde sus inicios, sus principales esfuerzos han estado enfocados en beneficiar a tres sectores de gran importancia en el país como lo son: la educación, el ambiente y lo social; además, de contribuir en la promoción y difusión de los valores de las artes

plásticas y la música nacional e internacional, patrocinando eventos de relevancia en el mundo cultural.

Por medio de su Fundación, esta institución financiera realiza programas de ayuda a la educación en el país en sus diferentes niveles como los talleres de formación integral destinados al desarrollo de niños y jóvenes de educación básica, media y diversificada. Asimismo, respalda a las universidades de todo el país con la ejecución de un programa de apoyo al sector educativo cuyo objetivo fundamental es contribuir con el desarrollo de las comunidades universitarias venezolanas.

A través del programa “Palmas por la Vida”, la Fundación Banco de Venezuela, A.C., se dedica a preservar y acrecentar el patrimonio natural del país llevando a cabo programas ambientales de arborización, rescate de áreas verdes y el cuidado y control fitosanitario de las palmas de nuestra ciudad capital, a través del programa ambiental.

Las estrategias de Responsabilidad Social del Banco Mercantil se inclinan por desarrollar y apoyar programas de Acción Social, que trascienden su actividad financiera. Estos programas institucionales son de largo alcance en las áreas de Educación, Salud, Cultura, Religión y Deportes, entre otros.

En el área de educación, su programa líder es “Ponle Cariño a tu Escuela” programa que desde hace 27 años, en alianza con la Fundación de Edificaciones y Dotaciones Educativas FEDE, ha rescatado 248 escuelas de Educación Básica en todo el país. Este programa, además, involucra a más de un millón de estudiantes, directivos, maestros, padres, representantes y comunidades quienes participan en su mantenimiento, conservación, rescate de valores y tradiciones.

Entre la lista de iniciativas que ejecuta esta entidad en materia de Responsabilidad Social, figuran la creación del Fondo de Capital Social Mercantil para programas de financiamiento de becas, los aportes para la construcción de escuelas en sectores populares, las donaciones de equipos médicos, mantenimiento y mejoras de infraestructura para dispensarios, hospitales y ambulatorios, los proyectos Editoriales y Series Musicales para la difusión de autores e intérpretes latinoamericanos, y el patrocinio de torneos deportivos en distintas disciplinas, entre otras.

Por su parte, el BBVA Banco Provincial también ha desarrollado diferentes acciones de Responsabilidad Social a través de su Fundación, invirtiendo en actividades que promueven la educación y la cultura y que benefician a la sociedad, tanto en el ámbito local como nacional.

El propósito fundamental de la Fundación es implementar programas que consoliden el enfoque social del BBVA Banco Provincial hacia la comunidad a la que presta servicio y atención, así como hacia las clases sociales de bajos recursos.

Los proyectos que desarrollan se caracterizan porque son diseñados, implementados y evaluados desde la Fundación, como programas propios, a pesar de que la Fundación depende financieramente de los aportes que le otorga BBVA Banco Provincial para su funcionamiento y para la ejecución de sus proyectos y programas.

Para ellos, al igual que otras instituciones financieras, la educación es pieza clave y fundamental en el desarrollo del país, por lo que su inversión social está dirigida principalmente a iniciativas de esta naturaleza, como lo es el Programa de Becas de Integración, que en alianza con la Asociación

Venezolana de Educación Católica (AVEC) busca favorecer la permanencia en la educación formal de jóvenes de bajos recursos en el país.

Su plan bandera para desarrollar esta estrategia, es conocido como Proyecto Papagayo, un programa pedagógico orientado a educar en valores, promover la lectura y la escritura creativa en niñas y niños de 6to grado de Educación Básica de escuelas públicas y subsidiadas por AVEC a nivel nacional. Este programa que se desarrolla desde 1998 es avalado por la UNESCO, y busca implementar una didáctica que promueva la comunicación de ideas, estrategias y reflexiones pedagógicas.

Asimismo, el BBV Banco Provincial cuenta con un programa editorial que propicia el acercamiento de los niños(as) y su familia a la lectura y a la educación en valores, ofreciéndoles libros infantiles de alta calidad editorial.

Luego de esta revisión de las iniciativas sociales de los bancos más grandes del sistema financiero venezolano, se percibe que lo que se inició probablemente como simples buenas intenciones o deseos filantrópicos, sin una mayor experiencia o metodología, se fue estructurando y dándole un sentido de acompañamiento al negocio que fue dando buenos frutos, reputación, buena imagen, aprovechamiento de oportunidades empresariales y beneficios fiscales; por lo que vale la pena invertir en estas iniciativas sociales.

Lo particular o diferenciador de la RSE en el sector financiero es que existe una esperada expectativa de la sociedad que éste realice inversión social dado el gran capital financiero que moviliza, recursos que además se perciben que se multiplican gracias a la intermediación financiera del dinero de los ahorristas. El público espera que parte de esas ganancias de la banca se devuelvan a la sociedad a través de programas sociales.

Estas inferencias parecieran confirmarse al observar el alcance social de las iniciativas del sector financiero, las inversiones que realizan, el impacto en cuantiosas comunidades, la atención a tantos programas propios o de terceros; y sobre todo en la permanente comunicación que hace la banca tanto en publicidad institucional, como en sus informes anuales dirigidos a sus accionistas para mantener la confianza y el aval de sus administradores y empleados.

## **2.3.- Balance Social**

### **2.3.1.- Definición de Balance Social**

El Balance Social puede ser considerado como un documento, que refleja con objetividad e integridad, la situación real de una institución o empresa, explicitando tanto los impactos positivos como negativos de un período considerado, (El Equipo Empresa y Sociedad de Idea, sf). Para elaborar este documento se hace necesario, reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales de la empresa.

Para el Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), hoy en día, las empresas u otros tipos de organizaciones buscan comunicar el éxito o los desafíos de sus estrategias, así como la coherencia ética de sus operaciones. Para ello, utilizan uno de los instrumentos que puede dar mayor transparencia a las actividades empresariales y ampliar el diálogo de la organización con la sociedad, que es conocido como el Balance Social. Por lo tanto puede ser concebido como, el reporte anual producido voluntariamente por la empresa luego de una "auditoría interna" para identificar su grado de responsabilidad social. Esta "auditoría interna" busca entender la gestión del negocio, y evaluarla según criterios ambientales y

socio-económicos, en los diversos niveles: políticas de buena gobernanza corporativa, valores, visión de futuro y desafíos propuestos.

Es evidente, que el Balance Social incluye datos cuantitativos y cualitativos que pueden orientar la planificación de las actividades de la empresa para el año siguiente; además, de demostrar el desarrollo de las actividades del año anterior. Es por eso que en la práctica, estos institutos precisan que el Balance Social es un documento donde la empresa muestra, a la sociedad lo que realiza por sus profesionales, por el medio ambiente, por sus colaboradores y por la comunidad.

En resumen, el Balance Social es:

- Un levantamiento de los principales indicadores de desempeño económico, social y ambiental de la empresa y una forma de dar transparencia a las actividades corporativas.
- Un instrumento que amplía su dialogo con todos los públicos con los cuales ella se relaciona: Accionistas, Clientes/consumidores, Comunidad de entorno, Funcionarios, Proveedores, Gobierno, Organizaciones no gubernamentales, Mercado financiero y la Sociedad.
- Una herramienta de auto evaluación que da a la empresa una visión general sobre su gestión.
- Una forma de establecer cuáles son los objetivos y los valores de la empresa en el pasado, en el presente y en el futuro.
- El punto de partida para la planificación del año siguiente.
- Un instrumento para ampliar la importancia de la responsabilidad social en la estrategia corporativa.

- Una forma de reunir informaciones sobre las expectativas y la percepción de la sociedad y de los socios de la empresa sobre su desempeño.
- Una colección de evidencias de la habilidad de la organización para lidiar con los desafíos futuros.

El Balance Social debe ser un documento de alcance público, que permita revelar, transparentar y exponer la actitud social, de una empresa o institución, reflejando el impacto interno y/o externo a la misma.

### **2.3.2.- Historia del Balance Social**

El Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), los años 70 marcan las primeras experiencias de elaboración de Balance Social. En él se explica que en 1977, Francia adoptó una ley determinando que las empresas de más de 750 funcionarios efectuarían balances sociales de sus relaciones con los trabajadores.

Además, expone que al año siguiente, Brasil entró en el debate por iniciativa del Instituto de Desarrollo Empresarial, hoy bautizado con el nombre de Fundación Instituto de Desarrollo Empresarial y Social (FIDES). Luego de una serie de discusiones sobre el papel de las empresas en el desarrollo de la sociedad, esta entidad sugirió la proclamación de los balances sociales. Dos años después, fue cuando FIDES promovió un seminario internacional pionero en el tema. En 1984, la industria química Nitrofertil produjo el primer Balance Social brasilero, distribuido únicamente dentro de su público interno.

Es así, como la práctica se comenzó a difundir en el mundo a partir de la década de los 80. En esa época la Copenhagen Business School desarrolló un modelo de "contabilidad ética" para el banco dinamarqués Sbn que

además de prever la actuación social de la organización, buscaba alinear sus valores con los de las partes interesadas. Así, permitía que funcionarios y clientes, entre otros, sugiriesen cambios en las políticas corporativas del banco y comentasen sobre sus gastos.

En el mismo periodo, los Estados Unidos estrenaría su primer modelo de Balance Social propuesto por Paul Hawken, dirigente de la TNS International, fundación con fines educacionales que incentiva a las empresas a adoptar políticas de sustentabilidad ambiental. El modelo de Hawken ayudó a cambiar la cultura corporativa de la red de heladerías Ben & Jerry' s, que quedó famosa por su política de responsabilidad social. Originalmente concebido como un instrumento administrativo, elaborado por los propios emprendedores, este tipo de balance buscaba mostrar que la compañía estaba atendiendo sus objetivos sociales. El documento pasó a integrar el balance financiero anual y de la empresa a partir de 1988. Con posterioridad la Ben & Jerry' s adoptó auditorías externas.

A mediados de los años 90, una organización británica de investigaciones sin fines de lucro, mejor conocida como la New Economics Foundation, desplegó un modelo bautizado con el nombre de "auditoría social" que fue aplicado en la Traidcraft, red de tiendas que venden productos artesanales en el mundo entero, y una red de cosméticos The Body Shop. Más detallado y cuantitativo que el modelo lanzado por la Ben & Jerry' s, previa la realización de auditorías externas e independientes.

Este modelo también reflejaba como funcionarios, proveedores, clientes, accionistas y proyectos filantrópicos favorecidos por la empresa veían su actuación.

### **2.3.3.- Tipos de Balance social**

El Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES, en el trabajo realizado en el libro *Balance Social y Comunicación de la Empresa a la Sociedad* cita tres modelos de Balances Sociales que poseen las informaciones mínimas que deben ser publicadas por las empresas para dar transparencia a las actividades que cada una de ellas realiza. Estos modelos son:

#### **1. Modelo Ibase**

Lanzado en 1997 por el Ibase, se inspira en el formato de los balances financieros. Expone, de manera detallada, los números asociados a responsabilidad social de la organización. En forma de planilla, reúne informaciones sobre la ficha de pagos, los gastos con cargas sociales de funcionarios, la participación en los lucros. También detalla los gastos en el control ambiental y las inversiones sociales externas de las diversas áreas: educación, cultura, y salud, entre otros.

#### **2. Modelo ETHOS**

Basado en el reporte detallado de los principios y las acciones de la organización, incorpora la planilla propuesta por el Ibase y sugiere un análisis mayor del contexto en la toma de decisiones, de los problemas encontrados y de los resultados obtenidos.

El Instituto ETHOS defiende la necesidad de que los balances sociales adquieran credibilidad y consistencia comparables a los balances financieros. Por tanto es necesario que los siguientes principios sean verificados:

- **Relevancia:** Las informaciones contenidas en los balances sociales serían útiles si fuesen percibidas como tales por su público interesado. Por ello, la empresa debe conocer las expectativas de estos usuarios.

- **Veracidad:** Neutralidad y consistencia en la formulación y presentación son fundamentales para que la empresa demuestre la confiabilidad de su balance. Acciones y resultados deben ser descritos con base en hechos y argumentos que no varíen la manipulación de la opinión de las partes interesadas (*stakeholders*).

Impactos positivos y negativos, directos e indirectos deben ser presentados de modo consciente, llevándose en cuenta la importancia de incluir la discusión y el posicionamiento de la empresa sobre un tema específico.

- **Claridad:** Para que el balance social sea comprendido por todos los públicos al que va destinado, la inclusión de gráficos, términos técnicos y/o científicos debe ser hecha con mucha cautela.

- **Comparable:** La posibilidad de comparación de los datos con el de otras empresas u organizaciones o el mismo entre diferentes periodos debe tomarse en cuenta para que el balance social pueda ser evaluado en relación a los años anteriores o siguientes.

- **Regularidad:** La divulgación del balance social debe ser periódica para que pueda servir de instrumento de comparación para los diversos públicos.

- **Verificable:** Las informaciones contenidas en el balance social deben poder ser verificadas en auditoría, y que contribuya a su credibilidad.

### 3. Modelo Global Reporting Initiative GRI

El modelo de GRI para la presentación es de gran importancia a escala global. GRI es una red internacional lanzada en 1997 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y por CERES (siglas en inglés de *Coalition for Environmentally Responsible Economies*, o Coalición por Economías Ambientalmente Responsables), entidad norteamericana que reúne 1500 especialistas y organizaciones, entre ellas ONGs, empresas y universidades. El objetivo es adoptar un modelo patrón internacional.

La misión de la GRI es que los balances sociales se vuelvan modelos tan difundidos como los balances financieros corporativos. Por tanto, ella se empeña en producir y diseminar un modelo que pueda ser aplicado globalmente. La importancia de padronizar los balances sociales producidos por empresas de sectores o países diferentes es crear un instrumento que permita comparaciones entre ellas, en cuanto al desempeño obtenido y a las soluciones y los desafíos encontrados.

En el 2002, la GRI lanzó la versión revisada de las Directrices para Reportes de Sustentabilidad, publicada en portugués por el Instituto ETHOS, que es parte de esta iniciativa internacional y orienta a las empresas a tener como referencia el modelo propuesto por GRI.

En, Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), se asegura que a pesar de la existencia de estos modelos, muchas empresas prefieren crear formatos propios, definidos dentro de sus estrategias de comunicación. Mientras que otras adoptan mezclas de diferentes modelos en busca de mayor transparencia y calidad.

Sin embargo, afirman que cuando una empresa publica un documento que no contiene ni siquiera las informaciones básicas sugeridas por Ibase, su producto es considerado una pieza de marketing corporativo, y no un balance social legítimo. Explican que aunque el balance social pueda ser utilizado en campañas de marketing corporativo, esto no es recomendable ya que las informaciones que constan en el balance social no son necesariamente compatibles con los datos que una empresa gustaría exponer como elemento de marketing. Además, de que ambos productos están dirigidos generalmente a públicos distintos.

#### **2.3.4.- Importancia de la publicación de un Balance Social**

El Balance Social, en la actualidad, se ha convertido en uno de los instrumentos metodológicos más importante, que se han identificado, para medir el efecto que tienen de las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social que realizan las empresas en la sociedad. Estos no sólo han permitido mejorar la reputación de las empresas sino que también han permitido mejorar su gestión al identificar oportunidades de mejora con su levantamiento.

Según, Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006), la publicación anual del Balance Social es fundamental para la vida corporativa de las empresas porque:

- **Amplía el dialogo de la organización con la sociedad:** La empresa tiene la oportunidad de mostrar cuál es su papel social y cómo encara sus compromisos con sus recursos humanos y ambientales. Esto establece un clima de confianza en sus relaciones con sus clientes, proveedores, comunidad vecina, gobierno, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

- **Ayuda al equipo a incorporar posturas éticas y transparentes:** Los funcionarios son estimulados a pensar en su papel en la implantación de los compromisos sociales de la empresa. Ellos participan en la elección de los proyectos que son llevados a cabo por la empresa y esto aumenta la comunicación interna y la integración de todo el equipo.
- **Sirve como subsidio en las negociaciones con los trabajadores:** Resumiendo podemos establecer que los beneficios ofrecidos a los funcionarios sirve de documento capaz de direccionar los acuerdos entre empresa-empleado, inclusive porque declara los objetivos futuros de la empresa.
- **Ayuda a establecer relación con su público de interés:** El proceso de elaboración del balance social envuelve la realización de investigaciones de opinión y de formación de grupos de discusión, que permiten evaluar como los clientes, proveedores, accionistas y la comunidad en general ven a la empresa, su postura y sus productos.
- **Diferencia la imagen de la empresa en el mercado, frente a sus clientes, financistas y gobierno:** Las empresas que publican balances sociales, que aún son muy pocas, poseen una diferencia fundamental por este acto.
- **Ayuda a diagnosticar los desafíos futuros de una empresa:** Los procesos de elaboración de balance social envuelve un diagnóstico de la salud del negocio, identificación de posibles

situaciones de riesgos y la verificación de la capacidad de reacción de la empresa.

- **Permite a la empresa comparar su desempeño y sus relaciones con el de otras empresas:** La adopción de modelos consagrados de balance social posibilita una rápida identificación de los contratos entre varias organizaciones.
- **Amplía la eficiencia de las inversiones sociales:** El balance social intensifica la planificación y el monitoreo de los proyectos.
- **Integra los objetivos socio-ambientales a la planificación de la empresa:** La responsabilidad social pasa a ser parte del gerenciamiento cotidiano, demostrando la necesidad de definición de metas e instrumentos de acompañamiento.

El Balance Social puede ser un instrumento no solo de gestión, sino que también puede construir un verdadero Plan de Acción Social. De esta manera, se dispone así, de un método que permite dar cuenta de la acción social, de medir su alcance y valor, al tiempo que también sirve de guía para el establecimiento de un programa de acción social de carácter global.

### **III. Marco Contextual**

Bancaribe es una institución financiera privada de Venezuela, con base en Caracas, especializada en banca universal. Es el noveno banco más grande del país y se ubica en el estrato mediano según la Superintendencia de Entidades Bancarias (SUDEBAN). En la actualidad posee 109 oficinas ubicadas en todo el territorio nacional, más de 800 mil clientes, alrededor de 6 mil puntos de venta, y genera más de 2.350 empleos directos. Su sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Caracas.

A lo largo de su historia Bancaribe ha tenido hitos importantes que han contribuido a que la Organización sea lo que es hoy en día. Luego de su fundación en la ciudad de Puerto Cabello, estado Carabobo, en 1954, con sólo un año de haber iniciado sus operaciones, Bancaribe amplió su presencia en el país al inaugurar oficinas en Barquisimeto y Barinas; luego en 1956 abrió dos en Valencia, dos en Morón y otra en Puerto Cabello. En 1957, abrió otras en San Felipe, Valle de la Pascua, Maracay, Calabozo, San Fernando de Apure, Punto Fijo, Güacara, El Tocuyo, Chivacoa y Guanare, para inaugurar, al año siguiente, oficinas en Caracas, donde está actualmente ubicada la sede principal, desde 1963.

Este proceso de expansión le permitió al Banco ser pionero en el desarrollo de iniciativas como Cheque Conforme Bancaribe, conformación telefónica de cheques y Caribe Cash, retiro de dinero a través de cajeros automáticos, entre otros.

Anteriormente, la institución era conocida como el Banco del Caribe, pero para el año 2006, cambió su identidad corporativa y con ella comenzó una nueva etapa de evolución que apalanca su plan de negocios y apunta hacia un nuevo posicionamiento de marca. Esta nueva imagen corporativa es el resultado de un largo proceso evolutivo que identifica a Bancaribe como un

Banco accesible, ágil, flexible e innovador, porque se dedica con pasión a conocer y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Durante su historia, el Compromiso Social de Bancaribe ha sido constante en el país. Desde sus inicios hasta la actualidad, Bancaribe desarrolla programas de acción social que trascienden la actividad financiera y que reflejan el compromiso que ha asumido con el desarrollo social del país. Ese compromiso, se ha convertido en uno de los valores corporativos que profesa como institución y que guían su visión de ser una organización comprometida con el crecimiento sostenible del país.

A lo largo de su historia, el compromiso social de Bancaribe con Venezuela se ha traducido en una sólida gestión que ha permitido acompañar y brindar diferentes aportes en temas clave de la agenda económica y social del país, sosteniendo relaciones cercanas y productivas con grupos de interés relacionados a estos temas y brindando respuestas acertadas y oportunas.

Hacia la sociedad venezolana, Bancaribe ha mantenido y fortalecido iniciativas que promueven el desarrollo de tres áreas temáticas fundamentales como lo son: Economía Popular, Formación Humana y Ciudadana, y Apoyo Social.

Como muestra de la importancia y peso específico que tiene el valor de la Responsabilidad Social -identificado en su marco Filosófico- Bancaribe cuenta con una estructura dentro de la organización especialmente dedicada a la labor social. Esa estructura se encuentra conformada por una Directora Asociada, una Gerente y una Coordinadora quienes se dedican de lleno al desarrollo de cada una de las actividades llevadas a cabo, en pro de la sociedad venezolana. Esta Dirección Asociada, forma parte de la Dirección de Mercadeo y Relaciones Corporativas que reporta directamente al Presidente y a la Junta Directiva del Banco.

## **IV. Marco Metodológico**

### **4.1.- Estrategia de realización del estudio**

Conforme al enunciado del problema y a los objetivos planteados en este Trabajo Especial de Grado, la estrategia de esta investigación está orientada a identificar las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que ha llevado a cabo Bancaribe a lo largo de su trayectoria. Asimismo con el interés de recomendar un modelo de Balance Social que pueda adoptar la institución financiera para estructurar su portafolio social, y tener una herramienta de autoevaluación que le permita medir los avances y atender lo que no se ha hecho o ha sido postergado.

Para ello se realizó una investigación documental que permitió recolectar informaciones de libros, notas de prensa, revistas, documentos fílmicos e incluso documentos electrónicos como páginas web, sobre la cual se realizó un extenso análisis que permitió elaborar efectiva y eficazmente el marco teórico de este trabajo especial.

Este tipo de investigación permitió conseguir la información necesaria para identificar dichos programas y para conocer cómo ha trabajado el Banco el tema de la Responsabilidad Social. Además, dio la oportunidad de tener las bases para realizar los diagnósticos correspondientes.

Igualmente, para complementar la investigación documental, se realizó una investigación de campo en la que se utilizó la técnica de la entrevista como herramienta para consultar fuentes directas del área de Responsabilidad Social del Banco para dar respuesta a las necesidades que se identificaron durante la investigación.

Para esto, es importante identificar claramente los nombres de las fuentes vivas junto con su cargo, para demostrar la importancia que tienen en esta investigación:

- Carlos Hernández Delfino

Presidente de la Fundación Bancaribe

- Elba Monterola

Directora de Mercadeo y Asuntos Corporativos de Bancaribe

- Erika Schmid

Directora Asociada de Responsabilidad Social Corporativas de Bancaribe

#### **4.2.- Técnica para la recolección de la información**

Para obtener la información necesaria para identificar los diferentes programas de responsabilidad social que lleva a cabo Bancaribe, se consultó:

- El apartado de Responsabilidad Social que existe en la intranet del Banco.
- Las publicaciones mensuales que se realizan en el Banco (la Bitácoras -revista interna).
- Libros de la Fundación Bancaribe que tocan el tema de la RSE en el Banco.
- Presentaciones de la Dirección Asociada de Responsabilidad Social del Banco.
- Archivo audiovisual que habla sobre la línea de acción dirigida a la comunidad, conocida como Historia y publicaciones.

### 4.3.- Instrumentos para la recolección de la información

Para la recolección de la información, se utilizó como instrumento una guía de entrevistas sobre la RSE, la cual sirvió como guión a la hora de interrogar a las fuentes viva y de esa manera asegurar que fueran cubiertos todos los puntos necesarios y relevantes a esta investigación.

A continuación se presenta el modelo de guión para las entrevistas:

- Entrevista a Elba Monterola (Directora de Mercadeo y Asuntos Corporativos)
  1. ¿Cuál es el enfoque estratégico con el que trabaja Bancaribe sus programas de Responsabilidad Social?
  2. ¿De qué forma han ayudado las iniciativas de Responsabilidad Social que ha realizado el Banco para posicionarlo y mejorar la reputación?
  3. ¿Cómo ha mejorado el valor de la marca entre sus clientes, teniendo en cuenta los proyectos de Responsabilidad Social?
  4. ¿Cómo el banco estructura la comunicación (interna y externa) de las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social?
  5. ¿El Banco comunica exteriormente todos los proyectos que desarrolla en este campo? Justifique su respuesta
  6. ¿Por qué el Banco no ha visto estratégicamente tener bajo una sólo estructura organizativa las iniciativas de Responsabilidad Social que lleva a cabo el Banco?
  7. ¿Cree que Bancaribe está preparado para desarrollar un Balance Social?

- Entrevista a Erika Schmid (Directora de Asociada de Responsabilidad Social de Bancaribe)

1. ¿Qué es para Bancaribe la Responsabilidad Social? ¿Cómo la concibe?
2. ¿Cuáles son los públicos a los que el Banco dirige sus acciones de Responsabilidad Social?
3. ¿Cuáles son las iniciativas que lleva a cabo el Banco en materia de RSE?
4. ¿Cuál es el alcance de los programas de Responsabilidad Social?
5. ¿Cuál es la estructura organizativa de la Dirección Asociada de Responsabilidad Social del Banco?
6. ¿Quién maneja el presupuesto destinado a las iniciativas de RSE y cuál es el presupuesto estimado que se maneja anualmente?
7. ¿Qué criterios de evaluación y medida de resultados y beneficios utilizan para medir los resultados de los programas?
8. ¿El Banco ha pensado reflejar sus resultados a través de un Balance Social? ¿Por qué hasta ahora no lo ha hecho?

## **V. Identificación de los programas de RSE de Bancaribe**

### **5.1.- Enfoque estratégico de la RSE en Bancaribe**

El compromiso social es para Bancaribe un valor corporativo y un pilar dentro del Plan estratégico, porque según Erika Schmid, Directora Asociada de Responsabilidad Social Corporativa de Bancaribe, el Banco comprendió que una empresa no puede crecer y prosperar en un entorno que no sea sano. Es por ello, la institución financiera constantemente busca retribuir a la sociedad y a todos aquellos grupos con los que se relaciona, todo lo que de ellos recibe.

Esta filosofía de gestión responsable se expresa en el enfoque estratégico del Banco de desarrollar diferentes iniciativas dirigidas a generar y agregar valor a cada grupo de interés con los que Bancaribe se relaciona, como lo son:

- La comunidad,
- Los clientes,
- Los empleados,
- Los proveedores,
- Los accionistas, y
- Las autoridades.

En muchos casos, la labor que el Banco realiza con cada uno de estos públicos ha significado nuevos programas o políticas, mientras que en otros, simplemente ha sido continuar con las prácticas cotidianas que ejecuta, pero incorporando criterios éticos que agregan valor y contribuyen con el desarrollo del país.

## **5.2.- Programas de RSE que lleva a cabo Bancaribe**

Bancaribe demuestra su compromiso social integral con el desarrollo de la sociedad, incorporando en su relación con los distintos grupos con los que interactúa, prácticas basadas en principios éticos que generan y agregan valor. Es por ello, que los diferentes programas en materia de Responsabilidad Social que el Banco realiza están orientados o dirigidos a cada uno de los públicos o *stakeholders* con los que se relaciona.

### **Compromiso de Bancaribe con la Comunidad**

Bancaribe cuenta con una tradición de inversión social y apoyo a la comunidad, la cual se evidencia a través de cuatro líneas principales de acción de Responsabilidad Social Corporativa amparadas por la Fundación Bancaribe y el Banco, que según Erika Schmid, directora asociada de Responsabilidad Social del Banco, tienen como objetivo fundamental contribuir con la formación humana y ciudadana de niños y jóvenes en el país, así como integrar e insertar dentro de la dinámica de la economía del país a emprendedores de escasos recursos.

Estas líneas de acción que ha desarrollado el Banco y su Fundación a lo largo de su trayectoria son:

- **Historia y Publicaciones Bancaribe**

Bancaribe difunde el conocimiento de la historia de Venezuela a través de los hechos y de sus protagonistas, y promueve su investigación y estudio como una forma de favorecer la comprensión de nuestra evolución como sociedad y movilizar las energías creadoras y de transformación positiva que animan a una gran colectividad de venezolanos.

Carlos Hernández Delfino, presidente de la Fundación Bancaribe, asegura que desde hace más de 50 años Bancaribe ha mantenido una vocación y un compromiso sostenido con la divulgación de la historia de Venezuela y la promoción de los valores nacionales. Asimismo asegura que el fundador del Banco, el Sr. N. D. Dao, asumió como un compromiso institucional y personal lo que resultó después ser una larga trayectoria de publicaciones comenzando por las dos primeras y únicas ediciones en español que existen de una obra fundamental del historiador C. Parra Pérez titulada Miranda y las Revolución francesa, luego de una obra también de primer orden del historiador Ramón Díaz Sánchez dedicada al Líbano, a su gente y a la presencia de libaneses en América y en Venezuela.

Las principales actividades de Responsabilidad Social que realiza la Fundación del Banco en este sentido son:

**Publicaciones de la Fundación Bancaribe:** desde la publicación de El camino de Petrolia, del Dr. Aníbal Martínez y de la indispensable obra Miranda y la Revolución Francesa de Caracciolo Parra Pérez, hace más de cuatro décadas, Bancaribe ha mantenido un compromiso permanente con la investigación y la difusión de la historia venezolana. En respuesta a ese compromiso ha logrado constituir un valioso fondo editorial con el que ha nutrido a bibliotecas públicas y privadas, ha ampliado el acervo bibliográfico de instituciones educativas y comunitarias, y ha permitido a sus empleados, clientes, accionistas y otros públicos relacionados, disponer de títulos de primera importancia. Su más reciente publicación, es el libro “Venezuela en el Cielo de los Escenarios”, escrito por la periodista Chafi Borzacchini, que presenta un compendio de la historia, memoria y eventos cimeros de los 35 años de trayectoria del Sistema de Orquestas Juveniles e Infantiles de

Venezuela, desde múltiples y renovadas perspectivas, entre ellas el despliegue de lo que ha sido el fenómeno Gustavo Dudamel, la internacionalización y las giras realizadas por la Orquesta de la Juventud Venezolana Simón Bolívar y la Orquesta Sinfónica Simón Bolívar.

**Biblioteca Biográfica Venezolana:** a través de la alianza entre la Fundación Bancaribe y la C.A. Editora El Nacional se ha logrado editar, imprimir y distribuir, hasta diciembre 2010, un total de 125 biografías de personajes representativos de la realidad nacional, cuya contribución en distintas áreas como el arte, la literatura, la ciencia, los medios, la política o la vida pública en general, ha dejado una huella importante en la historia contemporánea de Venezuela. Según Hernández Delfino, esta alianza ha permitido presentar la historia del país desde la ventana que conforma la vida y obra de venezolanos y de nacionales de otros países en el acontecer de Venezuela.

**Premio Rafael María Baralt:** es un concurso bienal, promovido en alianza con la Academia Nacional de la Historia, a través del cual se estimula el talento y el esfuerzo creador de las nuevas generaciones de investigadores de la historia de Venezuela. Las obras premiadas son publicadas y sus autores reciben premios en metálico que les brindan un apoyo para continuar su formación. La primera edición del Premio (2008-2010) se dedicó al proceso de la Independencia de Venezuela, entendido en un contexto de amplitud, y fueron premiados los jóvenes historiadores Gustavo Vaamonde, con su texto **Los novadores de Caracas. La Suprema Junta de Gobierno de Venezuela (1810-1811)**, y Rodolfo Enrique Ramírez, con el trabajo titulado **La opinión sea consagrada. Articulación e instauración del aparato de opinión pública republicana 1810-1821**. Erika Schmid asegura que la segunda edición del Premio (2010-2011), que ya ha sido anunciada, está dedicada a la Unión Colombiana, su creación, su conformación institucional, su desintegración, así como otros aspectos relevantes para una

mejor comprensión y conocimiento de tal experiencia, e indica que los ganadores recibirán el mismo reconocimiento que los de la primera edición.

En paralelo a estas iniciativas, se desarrollan constantemente actividades de promoción de la historia y de los valores nacionales, y de apoyo a instituciones y fundaciones animadas por principios y fines similares a los que sostiene la Fundación Bancaribe.

Cabe destacar, que esta línea de acción conocida como Historia y Publicaciones es la única de todo el portafolio de Responsabilidad Social del Banco que maneja directamente la Fundación Bancaribe. De hecho, según Elba Monterola, Directora de Mercadeo y Relaciones Corporativas del Banco, la idea de generar la Fundación Bancaribe para la ciencia y la cultura surge por un tema administrativo con respecto a los libros que complicaba editarlos a través del Banco. Monterola explica que la contabilidad bancaria está regida por una serie de normas que dicta la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras que no permite a las instituciones financieras tener ingresos sino por la actividad financiera propiamente dicha, por lo que tuvo que crear esta figura jurídica que permitiera la edición y comercialización de libros.

- **Música Bancaribe**

Desde hace más de diez años, Bancaribe ha desarrollado una cercana relación de apoyo con el Sistema Nacional de Orquestas y Coros Juveniles e Infantiles de Venezuela (Fesnojiv) cuyo objetivo es sembrar valores como responsabilidad, solidaridad y trabajo en equipo, y promover el talento venezolano, contribuyendo así con la formación integral de miles de niños de zonas populares.

Las principales actividades de este programa son:

**Música en las Escuelas:** Tiene por objetivo la creación de coros en los planteles educativos cercanos a los núcleos y módulos de formación de Fesnojiv, promoviendo así un uso positivo del tiempo libre a través de la iniciación musical de los niños y el desarrollo de habilidades para la vida. Actualmente participan un total de 1.395 niños y niñas en 14 escuelas y 9 núcleos en Caracas, y dos planteles educativos del interior del país (Carabobo y Lara).

**Festival de Coros Bancaribe:** Una muestra del esfuerzo y la dedicación de los niños que participan en los Coros Infantiles y de los jóvenes directores, profesores de técnica vocal e instrumentistas que los guían y con quienes comparten día a día su pasión por la música. Hasta la fecha se han realizado cuatro ediciones de este Festival. El último, realizado en el Aula Magna de la Universidad Central de Venezuela, reunió a más de 1.200 niños de seis redes de coros de Caracas.

**Donación de instrumentos:** Aportes para la adquisición de instrumentos musicales para dotar a los núcleos creados por Fesnojiv en zonas populares de las distintas ciudades del país, y así contribuir con la enseñanza musical de niños de escasos recursos.

**Patrocinios de festivales y giras de las orquestas:** Anualmente Bancaribe auspicia la realización de las giras nacionales e internacionales y desde hace seis años, se patrocina el Festival de Juventudes en el que se promueve el talento de nuestras orquestas y jóvenes batutas, acompañados por reconocidos músicos y directores internacionales.

**Créditos para la compra de instrumento musicales:** Como parte de la alianza estratégica con Fesnojiv, a partir de este año Bancaribe está ofreciendo una línea de crédito especialmente diseñada para los jóvenes músicos integrantes del Sistema para que puedan continuar su desarrollo profesional al adquirir, con condiciones ventajosas, el instrumento que tanto desean.

**Difusión del modelo educativo de El Sistema:** En 2004, Bancaribe auspició la publicación del libro **Venezuela sembrada de orquestas** que resume la evolución y éxito de este programa. En 2010, presentó una nueva publicación que refleja el éxito y desarrollo alcanzado por El Sistema, a través de la difusión del modelo alrededor del mundo, en los últimos cinco años, la cual se suma al conjunto de libros editados por la Fundación Bancaribe. Según la Directora Asociada de Responsabilidad Social del Banco, esta publicación es una forma de que este modelo educativo se mantenga, y que continúe contribuyendo con la reducción de pobreza y con la integración comunitaria de niños y jóvenes de comunidades populares de todo el país.

Schmid asegura que esta alianza que mantiene el Banco con el Sistema Nacional de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela le permite hoy tener proyectos especiales como la incorporación de los hijos de los empleados a los núcleos del Sistema de Orquestas, lo que enriquecerá la calidad de vida de muchas familias de empleados Bancaribe. Así, el programa Música Bancaribe continúa creciendo y diversificándose para el beneficio de miles de niños de escasos recursos que encuentran en la música un motor de vida.

- **Solidaridad Bancaribe**

Bancaribe contribuye con el fortalecimiento institucional y la labor que desarrollan organizaciones sociales que trabajan en salud, educación, atención a niños que se encuentran en situación de riesgo y protección del ambiente, a través del apoyo humano y financiero del Banco y sus empleados como voluntarios.

**Programa Padrinos de Casas Hogares:** De la mano del Voluntariado Bancaribe, el Banco promueve el acompañamiento afectivo y el apoyo escolar a niños que viven temporalmente en casas hogares.

**Campañas Kilo:** Desarrolla campañas de recaudación de alimentos o útiles escolares en las agencias para contribuir con casas hogares y escuelas de las comunidades en las que el Banco hace vida, y brinda apoyo solidario en situaciones de emergencias y ayuda humanitaria a pueblos y países hermanos.

**Donaciones y patrocinios:** Otorga aportes financieros para contribuir con necesidades puntuales de las organizaciones sociales aliadas y brinda apoyo a personas que presentan problemas de salud.

**Recaudación de fondos para ONG's:** Pone a disposición de organizaciones sin fines de lucro su red de agencias como plataforma para la venta de mecanismos tradicionales de financiamiento como la Gran Rifa Anual de Fe y Alegría o la rifa de la Fundación Buen Samaritano - Niños con Sida; esfuerzos que se traducen en recursos para que cada una de estas instituciones pueda llevar a cabo su labor social con el aporte solidario de sus clientes y usuarios.

**Voluntariado Bancaribe:** Promueve la participación de sus empleados con el aporte de su talento y tiempo en apoyo a actividades y programas de organizaciones sociales, fomentando así valores de responsabilidad social y ciudadanía.

La Directora Asociada de Responsabilidad Social de Bancaribe afirma que el tema de la solidaridad es un tema de tradición en el Banco que busca motivar por un lado a los empleados y por otro a los clientes y a los proveedores, para que se solidaricen con causas y con organizaciones sociales a través campañas de recaudación de fondos o de alimentos y enceres que apoyen a emergencias de crisis humanitarias como fue por ejemplo el terremoto de Haití, el terremoto de Chile o las recientes lluvias que azotaron el país.

**Iniciativas ambientales:** Impulsa entre sus empleados la sensibilización con respecto a la necesidad de proteger el ambiente y la incorporación de buenas prácticas dentro y fuera del espacio de trabajo, vinculadas al ahorro y uso eficiente de recursos para contribuir con la sostenibilidad del planeta.

Bancaribe es una empresa venezolana comprometida con el desarrollo de la sociedad y el apoyo sostenido a iniciativas que permiten mejorar la calidad de vida y prosperar junto a las comunidades en las que está inserta.

- **Apoyo a la Economía Popular**

A través de la labor de Bangente y su Fundación, Bancaribe incentiva el espíritu emprendedor de los venezolanos para que se conviertan en actores productivos de la sociedad, brindando orientación y asesoría legal a empresarios populares y desarrollando líneas de investigación y capacitación que permitan una inclusión financiera responsable.

**El Centro de Estudios en Microfinanzas, CEMFIN:** Es la primera institución de estudios de alto nivel que brinda formación integral sobre las herramientas y mejores prácticas utilizadas para el abordaje multisectorial de los empresarios de la economía popular, que permitan facilitar la inclusión económica y social del segmento poblacional denominado de bajos ingresos tradicionalmente excluidos. Es un espacio de capacitación formal soportado por un programa de actualización permanente, que además promueve áreas de encuentro con expertos nacionales e internacionales para el estudio de los temas de interés actual y el compartir de las mejoras prácticas aplicadas en nuestra región. Sus principales logros son el diseño del plan de estudio del programa integral de formación de asesores en microfinanzas, la formación sistemática de más de un centenar de asesores y supervisores a nivel nacional, la creación de una red de facilitadores, la culminación exitosa del proceso de transferencia de la tecnología del microcrédito y la estructuración de cursos de capacitación específica.

**Jóvenes Vocaciones Empresariales:** Programa de capacitación en emprendimiento y diseño de plan de negocios dirigido a jóvenes estudiantes de bachillerato de sectores populares, cuyo programa culmina con un proyecto de impacto social para su comunidad inmediata y un concurso que permite optar al capital semilla para desarrollarlo. Se hace en alianza con Fe y Alegría y hasta la fecha se han formado más de 300 estudiantes a lo largo de siete ediciones en zonas como Antímamo, Artigas, Catia, La Rinconada, Catia la Mar, Las Acacias, La Rinconada y 23 de Enero.

**Tu Abogado Solidario:** Brinda asesoría legal completamente gratuita y redacción de documentos a precios solidarios, a microempresarios populares clientes o no clientes de Bangente, a través de una orientación confiable y personalizada.

**Publicaciones:** Desarrolla investigaciones que permiten un mejor conocimiento y difusión de prácticas y experiencias exitosas en microfinanzas.

### **Compromiso de Bancaribe con sus clientes**

Bancaribe es una institución que se esfuerza por satisfacer las expectativas de sus clientes y que, constantemente, busca adelantarse a sus necesidades reales, para acompañarlos en su crecimiento financiero; guiándolos con estándares éticos que hacen que el Banco se ocupe de su bienestar presente y futuro.

Según Erika Schmid, directora asociada de Responsabilidad Social de Bancaribe, entre las acciones innovadoras y pioneras en el país, que reflejan cómo Bancaribe vive el compromiso que tiene con sus clientes están:

- **Espacio de Contacto Bancaribe**

Bancaribe es una institución que se preocupa por mantener satisfechos a sus clientes, y también a sus usuarios. Es por ello que constantemente desarrolla iniciativas de mejoras en los procesos de gestión e implementa nuevas vías de atención y asistencia que le permiten ofrecer respuestas efectivas y oportunas, con información clara y precisa de sus productos y servicios.

Recientemente, y aprovechando las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías, Bancaribe incorporó a su página pública ([www.bancaribe.com.ve](http://www.bancaribe.com.ve)), en la sección Atención al Cliente, una nueva opción denominada Espacio de Contacto, a través de la cual los clientes pueden formular o gestionar sus reclamos, sin tener que acudir al Banco,

pues pueden enviar los recaudos en formato digital desde la comodidad de su casa u oficina.

Este nuevo canal de atención de Bancaribe abre las puertas a las sugerencias o quejas, tanto de sus clientes como de sus usuarios, que sin tener estos últimos relación directa con el Banco, también pueden reconocer aspectos positivos o negativos relacionados con el trato, velocidad de atención, condiciones de seguridad, higiene o comodidad de las oficinas, así como de cualquiera de los productos o servicios que ofrece el Banco.

Espacio de Contacto Bancaribe ofrece formas mucho más prácticas para atender y resolver los reclamos de clientes y usuarios del Banco, abriendo así al diálogo con sus grupos de interés, y ofreciendo diferentes opciones de acuerdo con sus necesidades. A través de éste espacio, se pueden gestionar los reclamos de tarjetas de crédito, de Negocios Afiliados y también hacer llegar al Banco una sugerencia o una queja.

El objetivo de esta nueva sección en su página Web, es asistir a sus clientes, de manera rápida y sencilla, brindándoles la atención que necesitan para solucionar los problemas que se les presente con cualquiera de sus productos o servicios, y brindándoles respuestas oportunas en un lapso no mayor a 15 días.

- **Cliente Responsable de Bancaribe**

Bancaribe incluye en su estrategia comercial, el facilitar a sus clientes recomendaciones para tener y mantener buena reputación crediticia, con lo cual espera generar en ellos conciencia y promover la responsabilidad cuando deciden adquirir un crédito.

Así dicta la pauta para la promoción dentro del sector de una actuación responsable en la forma de hacer negocios de la banca, respondiendo a las verdaderas inquietudes e interrogantes de sus clientes, y del público en general que requiere una asesoría en el tema crediticio para poder alcanzar sus aspiraciones.

Un cliente responsable no sólo debe estar atento a defender sus derechos, también debe cumplir con sus respectivos deberes. El trabajo de las entidades financieras es ofrecer créditos que les permitan a sus clientes emprender nuevos desafíos personales o empresariales, pero también educarles en la forma cómo deben administrar sus productos de financiamiento.

Un cliente responsable debe estar atento a cumplir con la responsabilidad que adquirió con su banco, no sólo por el compromiso moral y legal que recibió sino porque esto le servirá para obtener nuevas oportunidades financieras.

Entre los consejos que Bancaribe ofrece a sus clientes para el cuidado de los créditos, se encuentran:

- Un buen historial de pago abre un mundo de posibilidades. Debe evitarse atrasos, especialmente mayores a 60 días.
- Llevar un registro de los consumos mensuales y efectuar seguimiento al endeudamiento mensual versus los ingresos.
- Conviene que no más de 30% de los ingresos se destinen al pago de deudas.
- Al demostrar que se es buen pagador se reciben buenas recomendaciones y extensiones de los créditos.

- Es importante asegurarse de conocer la fecha de corte y pago de las tarjetas de crédito y el plan de pago de los créditos personales y de automóvil.
- Garantizar el acceso a créditos, permite estar cubiertos en situaciones de emergencia.
- La prosperidad se multiplica cuando se honran los compromisos.
- El secreto de la prosperidad es llevar las cuentas claras y honrar los compromisos que se asumen.

Asimismo, Bancaribe demuestra que es un Banco comprometido con el desarrollo sostenible del país, ya que además de cumplir las normativas vigentes, suma esfuerzos para contribuir con el crecimiento económico y el bienestar social. Muestra de ello también es el cumplimiento del Banco en las metas establecidas para las carteras obligatorias de Microcrédito, Turismo, Manufactura y Crédito Agrícola, destacándose esta última con un 1,38% por encima de lo exigido.

- **Defensoría del Cliente Bancaribe**

Según Schmid, Bancaribe protege los derechos e intereses de sus clientes con base en principios éticos, de buena fe, equidad y justicia. Para ello creó en 2001 la Defensoría del Cliente como una iniciativa pionera que busca brindar a sus clientes la oportunidad de satisfacer sus reclamos.

El Defensor del Cliente Bancaribe es una figura que actúa como ente autónomo, con total independencia del Banco y sus fallos son de obligatoria aceptación para la institución; se dedica, en forma exclusiva, a reconsiderar con imparcialidad, las peticiones expuestas por aquellos clientes que consideren que las respuestas a eventuales fallos en los servicios que ofrece el Banco, no cubren sus expectativas completamente. Para poder analizar y

resolver sobre las reconsideraciones solicitadas por los clientes, recibe el apoyo y colaboración de las diferentes unidades del Banco que le facilitan la información y evidencias indispensables.

Las solicitudes de reconsideración de los clientes de Bancaribe se deben presentar ante el Defensor del Cliente por escrito, al fax (0212) 9545937, al correo electrónico: [defensordelcliente@bancaribe.com.ve](mailto:defensordelcliente@bancaribe.com.ve), o mediante carta dirigida a Defensoría del Cliente de Bancaribe que puede ser entregada en cualquiera de las oficinas del Banco, y debe estar debidamente firmada, además de presentar nombre, apellidos, datos de identificación o en su defecto, los datos del documento que acredite la personalidad del reclamante, así como dirección y teléfonos donde se le pueda ubicar, y es indispensable haber tramitado originalmente cualquier reclamo ante la Unidad de Atención al Cliente Bancaribe, ya que la defensoría sólo se ocupa de reconsiderar casos previamente determinados como improcedentes por el Banco.

En el primer semestre de 2010, la Defensoría del Cliente Bancaribe, atendió 929 casos, de los cuales favoreció a los clientes en el 79% de los montos reclamados. En 9 años de gestión, esta unidad ha procesado más de 8.100 casos, favoreciendo al 66% de los solicitantes. Estas cifras demuestran el interés que tiene el Banco en ofrecer el mejor servicio, protegiendo a la vez los derechos e intereses de sus clientes.

Cuando el Defensor del Cliente recibe comunicaciones donde los clientes plantean quejas y reclamos sobre tópicos que no le corresponde atender, acusa recibo y les notifica que sus planteamientos han sido reenviados a las unidades competentes en la materia. Al cierre de junio de 2010 se habían recibido 49 casos que fueron remitidos a las áreas solucionadoras para dar oportuna respuesta.

Erika Schmid, asegura que las iniciativas desarrolladas en materia de Responsabilidad Social dirigidas a clientes, han sido pioneras en el sector Bancario pues brindan o garantizan a los clientes de Bancaribe un trato justo e igualitario en la atención de sus reclamos, como lo es el caso del Defensor del Cliente Bancaribe, que gracias a la experiencia que ha acumulado a lo largo de estos años, se ha convertido en modelo y referencia para las demás instituciones financieras del país, que desde septiembre de 2010 se han visto en la obligación legal de crear esta figura.

- **Cliente Solidario**

Bancaribe, promueve la solidaridad de sus clientes en apoyo a organizaciones o causas sociales, invitándolos a colaborar y ser parte de estas iniciativas.

Es así como desarrolla campañas de recaudación de fondos en beneficio de organizaciones sociales, aprovechando su red de agencias, canales y servicios, y el esfuerzo voluntario de sus empleados.

Durante el año, ofrece a sus clientes y usuarios, la posibilidad de adquirir los tickets de las rifas que organizan instituciones como Fe y Alegría en apoyo a la educación integral de calidad; la Fundación El Buen Samaritano que atiende a niños y jóvenes que viven con VIH Sida; la Fundación Venezolana contra la Parálisis Infantil que busca recursos para atender a niños y jóvenes que presentan problemas osteomusculares y reciben atención y rehabilitación en el Hospital Ortopédico Infantil y la Sociedad Anticancerosa de Venezuela en su infatigable lucha contra el cáncer.

Asimismo, y en beneficio de pueblos o países que sufren las consecuencias de desastres naturales, organiza campañas kilo para la recaudación de alimentos, pañales, frazadas y productos médicos y de higiene personal en sus agencias, sumando el aporte solidario de los clientes y usuarios que visitan diariamente las oficinas y encuentran en ellas un espacio confiable donde entregar su contribución.

También cuenta con la cuenta corriente Solidaridad Bancaribe a la disposición de estas causas humanitarias o de acciones sociales puntuales, como es el caso de la recaudación realizada en apoyo a la reconstrucción de Chile posterior al terremoto de febrero de 2010, o la campaña organizada para colaborar con las jornadas de intervenciones quirúrgicas que realizaron en el mes de octubre la Fundación Operación Sonrisa, para devolver la sonrisa a 150 niños y jóvenes que presentan malformaciones craneofaciales, en el Hospital de Especialidades Pediátricas de la ciudad de Maracaibo.

A las organizaciones sociales que son clientes del Banco, les brinda el apoyo y asesoramiento para domiciliar los aportes y contribuciones que hacen sus donantes, con lo cual le facilitan a éstos últimos la posibilidad de colaborar periódicamente y con cargo automático a su cuenta, con la institución social de su preferencia. Y con aquellas instituciones sin fines de lucro que, por su actividad o naturaleza, cuentan con grupos de asociados ó relacionados, el Banco creó las tarjetas de crédito para grupos de afinidad que reintegran mensualmente un porcentaje del monto de cada consumo realizado por los clientes, a la institución para financiar proyectos especiales; apelando así a la solidaridad de sus afiliados. Por ejemplo, en la actualidad un porcentaje de todos los consumos realizado con la tarjeta Egreamigos Bancaribe se destinan a la construcción del Aula Magna de la Universidad de Carabobo. Asimismo, mantiene grupos de afinidad con las asociaciones de egresados

de la Universidad Simón Bolívar y la Universidad de Oriente, entre otras instituciones aliadas.

### **Compromiso con sus Empleados**

Según Erika Schmid, directora asociada de Responsabilidad social del Banco, para Bancaribe los empleados son su principal activo, es por ello que esta institución se esfuerza por atraer y asegurar a los mejores talentos, sin discriminación por sexo, edad, nacionalidad, origen o religión, desarrollando con ellos una relación cercana, de familiaridad, que les permita sentir que forman parte de un equipo humano con el cual comparten objetivos y una filosofía de actuación, basada en valores como la transparencia, la confianza, el respeto y la equidad.

El Banco está consciente que para alcanzar las metas y resultados que se propone como institución, tiene que alinear sus intereses con los de la Gente Bancaribe y establecer con ella, una alianza duradera y enriquecedora para ambas partes.

Es así como Bancaribe cuenta con una oferta de valor que se expresa a través de políticas, planes e iniciativas que agrupan en cuatro grandes áreas:

- **Ambiente laboral Bancaribe**

Bancaribe brinda a sus empleados un adecuado lugar donde trabajar y desarrollar todo su potencial humano y profesional, compartiendo valores y objetivos, en un ambiente de familiaridad, construido para el largo plazo con base en la confianza, el respeto y la equidad.

- **Cultura Corporativa:** Ofrece la posibilidad a todos sus trabajadores de integrarse a un equipo humano que comparte un marco filosófico, basado en valores construidos conjuntamente, que se viven en el día a día y que orientan sus actuaciones y decisiones en función de llevar a cabo una excelente gestión como institución financiera y como ciudadanos corporativos.

- **Espacios Bancaribe:** Brinda ambientes de trabajo confortables y cálidos, adaptados a los nuevos estándares de calidad y que reflejan valores como la transparencia, el respeto, la confianza y la creatividad e innovación, con espacios diseñados especialmente para el encuentro y la integración.

- **Salud y seguridad laboral:** Desarrolla un sistema de gestión y prevención de riesgos laborales para asegurar la integridad física y psicosocial de su gente, al tiempo que ofrece un sistema de atención primaria de salud a nivel nacional, a través de un aliado estratégico. Complementariamente, cuenta con Brigadistas en cada uno de los centros de trabajo, que han recibido formación especializada para atención de emergencias y organiza Jornadas de Salud Preventiva y actividades recreativas para cuidar el riesgo psicosocial y contribuir con la reducción de los niveles de estrés laboral.

- **Libertad de asociación y representación:** Garantiza la representación sindical y reconoce al Sindicato Nacional de los Trabajadores de Bancaribe, SINTRABANCAR, como legítimo representante de los trabajadores afiliados al mismo, demostrando la permanente y prioritaria preocupación del Banco y del Sindicato por mejorar las condiciones laborales y de calidad de vida de los trabajadores, como resultado de un diálogo constructivo, basado en la confianza, buena fe y solidaridad.

- **Comunicaciones Internas:** Desarrolla campañas, medios y acciones de difusión y sensibilización en apoyo a las estrategias de negocio y la alineación de toda la organización, y ofrece espacios de diálogo con los empleados para escuchar e integrar sus propuestas.

- **Compensación competitiva:** Ofrece un sistema de compensación competitivo que alinea los intereses de sus profesionales con los de la institución, a través de una política de compensación fija que se revisa y ajusta anualmente para garantizar la mayor equivalencia con el mercado, y una política de incentivos variable que apunta al cumplimiento de los objetivos del Banco, de la unidad y del empleado.

- **Medición y atención de Clima Laboral:** Realiza la evaluación de Clima Laboral y Satisfacción de Empleados, brindando así un canal para expresar la opinión de los empleados con respecto al funcionamiento de la organización y realiza acciones para atender aquellas áreas en las que observamos oportunidades de mejora.

- **Formación y Desarrollo**

Promueve la formación técnica y humana de sus empleados a través de acciones de capacitación, actualización y sensibilización que contribuyen al desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias, y les brinda nuevas oportunidades y retos laborales para potenciar su talento y crecimiento profesional en su ruta de carrera.

- **Planes de Capacitación Individual:** Ofrece oportunidades de formación continua a cada empleado, en función de su actualización profesional; el desarrollo de sus competencias y de los conocimientos requeridos para el

buen desempeño de sus funciones, y el fortalecimiento de la cultura y los valores del Banco.

- **Gestión interna del conocimiento:** Promueve la ampliación de conocimientos, implementando la estrategia de formar en aspectos técnicos a personas clave que sean multiplicadores de la información al resto de sus compañeros, generando un pool de expertos que transmiten el conocimiento formalmente y a través de la práctica diaria, creando y reforzando equipos de alto desempeño.

- **Planes de Desarrollo y Promociones:** Diseña una ruta de carrera para sus empleados apalancando el desarrollo de nuevas habilidades, conocimientos y competencias a través de iniciativas como: promociones, sustituciones temporales y cobertura de vacantes internas, que representan retos competitivos para nuestro personal y una alianza duradera que garantiza una generación de relevo para el Banco.

- **Sensibilización sobre integración de personas con discapacidad:** Proporciona talleres y desarrolla campañas de sensibilización de sus empleados para la atención de personas con discapacidad, sean éstos clientes, usuarios, relacionados o compañeros de trabajo para garantizar un trato cordial, respetuoso y equitativo, fortaleciendo así una cultura de inclusión y respeto a las diferencias, en la Organización.

- **Reconocimiento**

Promueve dentro de la cultura de la organización el reconocimiento y la excelencia como valores fundamentales del Banco y lo expresa a través de varias iniciativas que les permiten corresponder a sus empleados y equipos, su desempeño, compromiso e identificación con la Organización.

- **Reconocemos tu Trayectoria:** agradece y retribuye el compromiso y dedicación de la Gente Bancaribe, reconociendo sus años de servicio, y fundamentalmente su constancia, compromiso y lealtad.

- **Excelencia Bancaribe:** reconoce y premia la excelencia individual de aquellos empleados que representan un valor o competencia, han sido promovidos a posiciones gerenciales, se han desempeñado como facilitadores en actividades de formación interna en el Banco y a los que han alcanzado los mejores resultados del *Balance Scorecard*. Asimismo, otorga reconocimientos grupales a las áreas de Negocio y Servicios Centrales, que hayan alcanzado el mayor porcentaje de sobre cumplimiento en sus metas. A su vez, promueve que las oficinas premien al área de Servicios Centrales que les prestó el máximo apoyo para alcanzar sus objetivos.

- **Reconocimiento por culminación de estudios:** otorga un reconocimiento en metálico, único y no salarial, a aquellos empleados que han obtenido logros académicos al completar estudios de 3er y/o 4to Nivel; como una forma de incentivar y motivar el desarrollo académico.

- **Calidad de Vida**

Bancaribe se interesa por el bienestar de sus trabajadores y su núcleo familiar, por ello desarrolla planes e iniciativas que contribuyen a fortalecer su calidad de vida y a brindarle una mayor seguridad y tranquilidad.

- **Póliza de HCM, odontología, oftalmología y seguro de vida:** Ofrece una póliza colectiva de seguro con una cobertura básica obligatoria que cubre los riesgos de Hospitalización, Cirugía y Maternidad de empleados y de los cónyuges e hijos, así como la opción de afiliarse a planes de seguro

adicional en las áreas de odontología y oftalmología o de exceso de la cobertura básica. Asimismo, brinda una póliza colectiva de seguro de vida, sin costo para el empleado.

- **Créditos especiales para empleados:** Ofrece financiamiento en condiciones favorables para la adquisición de vivienda, vehículos, pagos de estudios y gastos médicos, mediante préstamos con plazos e intereses preferenciales; así como la obtención de las Tarjetas de Crédito Bancaribe con Afinidad de Empleado, también en condiciones preferenciales.

- **Plan Vacacional Bancaribe:** Anualmente realiza el Plan Vacacional para el esparcimiento y desarrollo de los hijos de sus trabajadores, de edades comprendidas entre los 6 y 12 años, donde los valores de la empresa son el eje principal asociados a todas las actividades.

- **Oferta Recreacional Bancaribe:** Ofrece oportunidades de recreación a precios solidarios para la Gente Bancaribe, al suscribir convenios con operadores turísticos del país, por un número determinado de períodos vacacionales, que son sorteados entre aquellos empleados interesados en acceder a una oferta por debajo del precio de mercado para el disfrute junto a su familia.

- **Becas de estudio para empleados:** Brinda apoyo, a través de la convención colectiva, para la formación académica y profesional de los trabajadores para cursar estudios técnico - superiores, universitarios o de post grado, en carreras afines a la actividad financiera o bancaria.

- **Coral Bancaribe:** Brinda un espacio de esparcimiento que le permite al empleado hacer un alto en la rutina y expresar su talento personal, incorporándose junto a otros trabajadores a un Grupo Coral bajo la dirección

de talentosos y reconocidos músicos venezolanos, fortaleciendo así el sentido de pertenencia con la institución y el Espíritu de Equipo con sus compañeros.

### **Compromiso de Bancaribe con sus proveedores**

Según la Directora Asociada de Responsabilidad Social de Bancaribe, para el Banco, sus proveedores son aliados estratégicos con los que comparte valores y a quienes ofrece trato justo y equitativo, reglas claras y oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Es así como para agregar valor el Banco ha trabajado las siguientes iniciativas:

- **Desarrollo de un proceso de Procura para la adquisición de bienes y servicios.** En línea con las mejores prácticas empresariales y para garantizar la mayor calidad, eficiencia, transparencia y trato justo, el Banco ha venido desarrollando un nuevo proceso para la gestión de compras de materiales, suministros y servicios.
- **Creación de una base de datos de proveedores segmentada.** El Banco Implementó un nuevo sistema para el registro y clasificación de sus proveedores de acuerdo con su especialidad y las necesidades de cada cliente interno, de forma de garantizar que todos sean llamados a participar de forma de que el Banco reciba una amplia oferta para seleccionar la que mejor se ajusta a los requerimientos específicos.
- **Homologación de Proveedores en términos de calidad, precio y condiciones.** El Banco establece mecanismos de evaluación, individual y comparativa de cada uno de sus proveedores, que le permite establecer una

calificación imparcial en términos administrativos, operativos, comerciales y de calidad, que definen su capacidad para suministrar productos y servicios de acuerdo con los requisitos del Banco, lo que garantiza una toma de decisiones justa y equitativa.

- **Progresiva incorporación de criterios de compras responsables para la selección y evaluación.** El Banco tiene como meta incluir a futuro, criterios para la contratación de proveedores referentes a las iniciativas de gestión ética y la actividad socialmente responsable que éstos desarrollan, como por ejemplo cumplimiento de estándares de derechos humanos, no contratación de mano de obra infantil, lucha contra la corrupción y desarrollo de programas de apoyo a la comunidad.

- **Invitación a participar en iniciativas ambientales y solidarias.** El Banco Incorpora su cadena de valor a las actividades de apoyo solidario a la comunidad que organiza, extendiendo hacia sus proveedores la invitación a acompañar al Banco y profundizar así su relación gracias al Compromiso Social conjunto.

En la actualidad, esté público con el que se relaciona Bancaribe, es uno de los que cuenta con programas de Responsabilidad Social menos desarrollados. Es por eso que la institución se encuentra trabajando con el área de Procura en lo que es un manejo de compras responsables, a través del cual se garantice que los proveedores con los que trabaja el Banco no discriminen, no utilicen mano de obra infantil y no dañen el ambiente; y eso es parte de los objetivos que tiene la institución para este año 2011.

## **Compromiso de Bancaribe con sus Accionistas**

Según Erika Schmid, directora Asociada de Bancaribe, el Banco crea valor para sus accionistas a través de una gestión directiva y administrativa transparente y eficiente, apegada a las leyes, a sus valores y principios éticos, y a las mejores prácticas del Gobierno Corporativo.

Desde su fundación, Bancaribe ha desarrollado esquemas de autorregulación basado en normas éticas que orientan la forma de hacer negocios. Ya para el año de 1962, la institución contaba con un Manual dirigido a todos los trabajadores en el que se señalaban las cosas que un empleado del Banco “nunca podía ni debía hacer”.

Desde la última década, y a tono con las exigencias que marca el mercado, los reguladores y la sociedad, Bancaribe incorporó prácticas de Gobierno Corporativo que buscan garantizar transparencia, eficiencia y equidad en la administración y control de la institución, y por consiguiente el resguardo de los intereses de sus accionistas.

- **Normas de buen gobierno corporativo.** En el año 2003, Bancaribe adaptó su Estatuto a las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, que consagran la separación de funciones entre accionistas, junta directiva y gerencia para garantizar altos estándares de transparencia y ética; y el desarrollo de un sistema óptimo de relaciones entre los diversos grupos vinculados a la institución, que permite atender y armonizar los genuinos intereses de todos para el logro de los objetivos. Para ello tomó las recomendaciones no sólo de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) sino, especialmente, las del Comité de Basilea para la Gobernabilidad de las Instituciones Financieras.

• **Normas internas de ética y conducta en los negocios.** Bancaribe actúa con apego a estándares éticos que le permiten dejar a la vista sus acciones y resultados, convencidos de que no basta con cumplir las leyes y normativas dictadas por las autoridades competentes, pues éstas no contemplan situaciones especiales que tienen que ver con la conducta o comportamiento en los negocios. Por ello, han plasmado en documentos que son de conocimiento público una serie de regulaciones mínimas para la conducta que se exige a los miembros de la Junta Directiva, Asesores, Consejeros, ejecutivos y otros empleados del Banco y que representan la expresión más importante de los valores éticos y culturales de la institución. El cumplimiento de estas Normas es de importancia primordial para todos, a los fines de proteger su reputación empresarial y la de cada uno de los individuos que están involucrados con el Banco.

• **Transparencia y trato igualitario a los accionistas.** En Bancaribe, la Transparencia es el principio que orienta todas sus actividades y le corresponde a la Junta Directiva velar por su aplicación para garantizar a todos los grupos vinculados y en especial a los accionistas, en su condición de órgano de enlace entre la propiedad del capital social y la gestión, el óptimo funcionamiento de las instancias de gobierno y la representación de sus intereses en igualdad de trato y condiciones. La defensa de este principio implica necesariamente, el suministro de información suficientemente amplia y clara, y de manera oportuna, garantizando así el derecho que tienen todos los accionistas y utilizando todos los medios a su alcance. Y para atender adecuadamente las solicitudes de información, así como las propuestas y preguntas que formulen los accionistas en relación con la gestión del Banco cuenta con la Dirección de Secretaria General, encargada de mantener las relaciones con los accionistas.

## **Compromiso de Bancaribe con las Autoridades**

Durante los 56 años de historia, Bancaribe ha puesto especial cuidado en el cumplimiento de las leyes, reglamentos y resoluciones dictadas por las autoridades competentes y por hacer que sus Estatutos, las decisiones de la Junta Directiva, de los funcionarios ejecutivos y de los distintos comités de decisión con que cuenta la organización, así como las Normas Éticas que modelan su conducta corporativa, sean cumplidas cabal y fielmente y en forma oportuna por los miembros de la Junta Directiva, los funcionarios ejecutivos y los empleados de todo nivel.

Según Schmid con las autoridades Bancaribe procura cumplir con sus obligaciones primero y principal pero además procura mantener una relación de transparencia absoluta en lo que se refiere al manejo de la información. Es por ello que cuenta con un código de conducta en los negocios y con todo un esquema de gobierno corporativo que le permite cumplir y estar al día con todas las normas, reglamentos y leyes bancarias vigentes.

Esto es el producto de las siguientes iniciativas:

- **Incorporación de la política de Cumplimiento como principio de actuación.** En el año 2000, y por mandato de la Junta Directiva, Bancaribe creó la Dirección de Aseguramiento Normativo como una Unidad con una función independiente encargada de garantizar el fiel cumplimiento de las normas y la debida atención de las autoridades, convirtiéndose así en institución pionera en el país en incorporar voluntariamente la política de Cumplimiento a sus Estatutos como principio fundamental de actuación. Desde entonces, Bancaribe ha trabajado por ser reconocido por todos los grupos de interés y en especial, por los organismos de supervisión del sistema financiero y demás entes públicos, como el instituto financiero más prestigioso, porque toda su actividad se ejecuta con apego a normas éticas y

con estricto cumplimiento de la normativa bancaria y de las Normas de Gobierno Corporativo.

- **Relaciones transparentes con los organismos de regulación y supervisión del sector.** Bancaribe mantiene y fomenta una relación respetuosa, transparente y cercana con las autoridades, con observancia en las normas éticas y los principios internacionales anticorrupción y antisoborno. La Dirección de Aseguramiento Normativo tiene a su cargo el rol de representar al Banco ante las autoridades de control, regulación y supervisión bancaria y ante otros organismos públicos. Asimismo, ha desarrollado una normativa interna para garantizar la oportuna atención y respuesta a la correspondencia recibida de los organismos públicos.

- **Identificación proactiva de riesgos de cumplimiento o riesgos de integridad.** Consciente que la actividad bancaria es la actividad privada mas regulada, supervisada, inspeccionada y controlada por parte del Estado, Bancaribe mantiene una política de evaluación permanente de la legislación y normativa aplicable a todas las actividades del Banco, incluyendo la que regula el desarrollo de nuevos productos y servicios, y nuevas prácticas de negocios, así como las relaciones con clientes o proveedores. En caso contrario podría incurrirse en grave riesgo de reputación o cumplimiento, que además puede acarrear fuertes sanciones económicas y administrativas. Además, la experiencia de los últimos años ha ratificado el hecho de que las instituciones financieras que han dejado de cumplir las normas que regulan la conducta de este negocio, han sufrido graves consecuencias.

- **Difusión de información y evaluación de conocimientos de las leyes y normativas internas.** Bancaribe tiene una política de difusión permanente y actualización de conocimientos de la normativa bancaria a través del Curso Interactivo de Adiestramiento a Distancia, y la publicación mensual **Por si**

**acaso** todo lo cual facilita que el personal tenga a su disposición información suficiente que le permita tener los conocimientos necesarios para aplicar adecuadamente las normas que regulan la conducta en los negocios. Asimismo se realiza una permanente evaluación del conocimiento de las políticas, sistemas y procedimientos, mediante la realización de pruebas sobre el contenido de las normas de conducta en los negocios, ética, procedimientos y procesos. Y para garantizar que todos los empleados conocen y han leído la información, se ha establecido que todo el personal de la Institución a principios de cada año, asume compromisos mediante la firma de dos documentos, cuya distribución está a cargo de la Dirección de Capital Humano: la "Carta Anual de Compromiso" donde todos y cada uno de nosotros debe certificar que hemos dado lectura, conocemos y entendemos las normas de conducta producidas por la Dirección de Aseguramiento Normativo y la "Declaración sobre Conflicto de Intereses" para certificar que en el año inmediatamente anterior, no han estado involucrados en situaciones de conflictos de interés como los tipificados en dicho documento.

Todas estas iniciativas que lleva a cabo Bancaribe en materia de Responsabilidad Social Empresarial evidencian la labor que realiza el Banco por contribuir con el desarrollo del país. Sin embargo, al no contar con un reporte social que demuestre el alcance de cada una de estas iniciativas y los impactos que tiene en cada uno de los públicos con las que se realizan, se pierde el impacto positivo que puede generar para el Banco el ser visto como una empresa socialmente responsable.

Para Elba Monterola, Directora de Mercadeo y Relaciones Corporativas de Bancaribe, el hecho de poner en conocimiento público el desempeño económico, ambiental y social de este tipo de iniciativas, es de gran importancia para Bancaribe por lo que asegura que parte del trabajo de este 2011 es sentarse con diferentes áreas de la organización y comenzar a

identificar los primeros indicadores que van a ir sistematizando para preparar un balance social que sea publicado por primera vez en el 2012.

Asimismo, Monterola asegura que el ejercicio de introspección que implica revisar que indicadores van a montar es un ejercicio que le va a servir al Banco de análisis para ver dónde están, hacia dónde van y que más quieren avanzar en el tema de Responsabilidad Social.

## Conclusiones

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) juega un papel fundamental en el mundo institucional, y la importancia de que una empresa sea o no socialmente responsable marca la diferencia en la manera como se relaciona con sus audiencias: trabajadores, accionistas, autoridades, clientes, proveedores, entre otras.

La forma en que las empresas llevan a cabo sus prácticas de RSE, sin duda alguna incide, notablemente en la reputación, imagen y relaciones que se establecen con los diversos grupos de interés de cada organización, por lo que se puede afirmar que el desarrollo de iniciativas de Responsabilidad Social va más allá de ofrecer productos y servicios que cubran las necesidades de las poblaciones más necesitadas o cumplir con las leyes del país.

Es esta la razón por la cual en la actualidad, mientras las empresas tengan mejor identificados a sus diferentes *stakeholders*, conozcan a fondo sus necesidades y cuenten con estrategias bien definidas que le permitan tener claro el entorno en el que se desenvuelven y los objetivos a cumplir, más eficaces serán las iniciativas que desarrolle la organización, en pro de contribuir con el bienestar social y mayor será el impacto que estas tengan en la sociedad.

Si antes bastaba con que las empresas se orientaran a crear reputación, credibilidad y lealtad entre sus consumidores sólo a través de su participación en el mercado, productividad o por la calidad de sus productos, en la actualidad es todavía más importante construir y mantener la confianza y eso sólo se logra mediante la transparencia que cada una de ellas tenga

con todos sus relacionados y con el modelo de actuación responsable con el que trabajen.

Es por eso que se ha vuelto importante que las empresas cuenten con un portafolio que presente una recopilación o compilación de las actividades que se realizan en materia de Responsabilidad Social, el cual no sólo permita saber qué ha hecho la empresa, sino que permita conocer qué está haciendo y hasta donde quiere llegar a través de sus prácticas sociales.

En el caso del sector bancario venezolano, la mayoría de las instituciones financieras han apostado a la Responsabilidad Social Empresarial porque han visto en ella una ventaja sostenible en el tiempo que les permite mantenerse en el mercado y competir responsablemente con sus principales competidores.

Bancaribe, una mediana institución financiera que se encuentra entre los principales Bancos del país, ha sido uno de estas organizaciones que tradicionalmente ha desarrollado programas sociales innovadores, que trascienden, al generar oportunidades de bienestar y crecimiento integral hacia los diferentes públicos con los que se relaciona.

La investigación realizada a los fines de este Trabajo Especial de Grado, también permite apreciar que en Bancaribe la Responsabilidad Social trasciende a la tendencia de demostrar que se es socialmente responsable por conveniencia legal o política; sino por el contrario ha sido un compromiso desde su fundación en 1954, pues desde sus inicios asumió la atención del bienestar y la calidad de vida de sus empleados y, externamente, ayudar a la comunidad donde hace vida.

Es por esa razón, que el enfoque estratégico con el que trabaja Bancaribe sus programas de Responsabilidad Social, está orientado a desarrollar proyectos que respondan a la necesidad de cada uno de los *stakeholders* con los que el Banco se vincula, como lo son: la comunidad, sus accionistas, sus empleados, sus proveedores, las autoridades y sus clientes.

En este sentido, se debe mencionar también que gran parte del portafolio de los programas de Responsabilidad Social Empresarial que lleva a cabo Bancaribe es manejado directamente por el Banco y otro por la figura de su Fundación, la cual fue creada para atender una necesidad puntual de comercializar los libros que se editaban a través de uno de sus programas conocido como Historia y Publicaciones. Esta estrategia responde a un requisito administrativo, ya que la actividad bancaria está regida por una serie de normas que dicta la Superintendencia de Bancos y otras Instituciones Financieras (SUDEBAN), en la que especifica que los bancos no pueden tener ingresos sino por la actividad financiera propiamente dicha. Es así como tuvo que buscar esta figura jurídica para contribuir en la edición y comercialización de libros, lo que generó una dualidad de esfuerzos entre lo que hace el Banco y la Fundación en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en vista de que su Fundación terminó encargándose únicamente de la línea de acción Historia y Publicaciones.

Además, el estudio realizado demostró que para Bancaribe la inversión social tiene más valor que la inversión publicitaria, y es por eso que el tema de comunicar sus iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, está basado en dar a conocer lo que el Banco está haciendo por canales alternos que no sean muy costosos y no impliquen una inversión publicitaria que le reste recursos a lo que es inversión social.

En esta materia, se puede decir que Bancaribe es una entidad que es cuidadosa en la forma como maneja y aborda la información que da a conocer, ya que para la entidad financiera son las diferentes organizaciones de desarrollo social vinculadas con el programa editorial, las protagonistas de obtener imagen y credibilidad por los productos que elaboran. El Banco sólo ofrece la plataforma necesaria para que ellas se desarrollen y puedan divulgar el quehacer histórico y cultural venezolano a través de sus colecciones editoriales.

Al realizar la revisión del portafolio social de Bancaribe se observó que las iniciativas que ha desarrollado durante 56 años, no sólo han incidido en la reputación de la organización sino que han mejorado el valor de la marca entre sus clientes y usuarios. El compromiso y solidaridad de la institución revela confianza y credibilidad ante sus principales audiencias.

El Banco guiado incluye en su Memoria y Cuenta realizada semestralmente un informe de gestión sobre los programas que se desarrolla la institución en materia de Responsabilidad Social Empresarial y el alcance que tiene cada uno de ellos, pero no posee los principales indicadores de desempeño económico, social y ambiental que se recomiendan para hacer un reporte social.

Es así como se puede afirmar que con este Trabajo Especial de Grado, no sólo se logró identificar las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que ha llevado a cabo Bancaribe, sino que se pudo conocer el modelo de gestión social que lo ayuda a promoverse como una empresa socialmente responsable en el país. Esto, permitió evaluar su portafolio y generar así una serie recomendaciones que se presentarán al Banco y que de ser tomadas en cuenta, podrían reforzar dicho modelo de gestión social en RSE.

## Recomendaciones

Además de las conclusiones originadas de esta investigación, los resultados de este Trabajo Especial de Grado también evidenciaron espacios susceptibles de mejora que permitirán contribuir con el modelo de actuación en materia de responsabilidad social empresarial que lleva a cabo Bancaribe.

Es por ello que, a esta empresa que desarrolla actualmente una política de Responsabilidad Social Empresarial que pretende traducir su gestión en beneficios que definitivamente le agreguen valor, se recomienda que anualmente realice un reporte o Balance Social, que le permita comunicar y dar a conocer las actividades que se realizaron y el alcance de cada uno de los programas que lleva adelante la empresa reflejando así los éxitos o desafíos de sus estrategias planteadas así como la coherencia ética de sus acciones.

A pesar de que todos los modelos o tipos de Balance Social que existen poseen las informaciones mínimas que deben ser publicadas por la empresa para dar a conocer con transparencia las actividades que realiza, en el caso de Bancaribe se recomienda usar el Modelo *Global Reporting Initiative* (GRI) para desarrollar o presentar su Balance, pues es un modelo aplicado globalmente que integra información en los ámbitos ambiental, social y económico de la empresa, que se rige por indicadores y valores globales que permiten su credibilidad y su homogeneidad. Además de que, hoy en día, la mayoría de las empresas grandes a nivel mundial están basando sus memorias con base en las guías establecidas por el GRI.

De igual forma, se aconseja al Banco concentrar bajo una sola imagen paraguas todos los esfuerzos e iniciativas desarrolladas en materia de responsabilidad social. Esta imagen se recomienda sea la de la Fundación

Bancaribe, por ser esta un tipo de persona jurídica que es reconocida por la gente como una organización sin ánimo o fines de lucro.

Si bien la institución ha adelantado un trabajo notable en cuanto a las acciones de responsabilidad social, igualmente, se recomienda que la empresa involucre dentro de su comunicación estratégica mensajes que den a conocer su actuación en materia de Responsabilidad Social.

Esta debe ser vista como una oportunidad que permita el fortalecimiento institucional a través de comunicar, interna y externamente, las iniciativas que Bancaribe desarrolla en materia de Responsabilidad Social hacia sus distintos grupos de interés: Comunidad, Clientes, Empleados, Accionistas, Proveedores y Autoridades y así reforzar el conocimiento, apropiación y alineación de todos estos públicos de Bancaribe con las acciones que adelanta el banco en esta materia.

## Referencias

Alea García, Alina (2005). *Responsabilidad Social Empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible*. Revista Futuros. "Revista Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible".

Banco de Venezuela. [Página web en línea]. Disponible: <http://www.bancodevenezuela.com> [Consulta: 2010, julio].

Banco Mercantil. [Página web en línea]. Disponible: <http://www.bancomercantil.com> [Consulta: 2010, julio].

Banesco (s.f). Reporte de Responsabilidad Social. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.banesco.com/acercade.asp?AD=MSO> [Consulta: 2010, julio].

Banesco. [Página web en línea]. Disponible: <http://www.banesco.com> [Consulta: 2010, julio].

BBVA Banco Provincial. [Página web en línea]. Disponible: <http://www.provincial.com> [Consulta: 2010, julio].

Cedice (2005). *Sostenibilidad en Mercados Emergentes. Manual de Apoyo para Periodistas*. Caracas, Venezuela: Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa de Cedice e Instituto Ethos.

Cedice (2005). *Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Manual de Apoyo para Periodistas*. Caracas, Venezuela: Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa de Cedice e Instituto Ethos.

Comisión Europea (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, Bélgica.

El Equipo Empresa y Sociedad de Idea (sf). *El Balance Social. Un Enfoque Integral*. Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina. [Documento en línea]. Disponible: [http://www.ideared.org/doc/balance\\_social.pdf](http://www.ideared.org/doc/balance_social.pdf) [Consulta: 2010, julio].

Fernández, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial Club Universitario. Madrid.

Guédez, Víctor (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de la empresa al capital social*. Caracas, Venezuela: Editorial Planeta.

Instituto Ethos, la Fundación EMPRENDER y REDES (2006). *Balance Social y Comunicación de la Empresa a la Sociedad*.

Méndez, Charo (2003). *Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el siglo XX*. Caracas, Venezuela: Strategos Consultores.

Parra, L. (2009). *Responsabilidad Social en Corp Banca: una propuesta para su gestión*. Trabajo de grado de especialización, Universidad Monteávila Caracas, Venezuela.

Pizzolante, I. (2009). *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*. Caracas, Venezuela: Ediciones de las Ciencias Sociales, S.A.

Rodríguez, R., Dos Santos, A. y Mascarenhas, J. (1999). *Desarrollo Local y Regional en Iberoamérica*. [Libro en línea]. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?id=bT3W-KM5HasC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=bT3W-KM5HasC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) [Consulta: 2010, julio].

Universidad Monteávila (2008). *Manual para la elaboración del Trabajo Especial de Grado*. Caracas, Venezuela.

Bancaribe (2009). *Programa Historia y publicaciones*. Editado y producido por Bancaribe. Caracas, Venezuela.

## **Anexos**

## **Anexo I**

## **Entrevista a Elba Monterola**

### **Directora de Mercadeo y relaciones corporativas de Bancaribe**

- ¿Cuál es la historia de la Fundación?
- ¿Qué motivo llevó a crear la Fundación?
- ¿Por qué la Fundación lleva una parte del portafolio social del Banco?

Fíjate cuando surge la idea de generar la Fundación Bancaribe para la ciencia y la cultura que es la encargada de manejar la línea de RS de historia y publicaciones Bancaribe, surge porque había un tema administrativo básicamente con respecto a los libros que complicaba hacerlo a través del banco. La contabilidad bancaria está regida por una serie de normas que dicta la Superintendencia de Bancos y nosotros no deberíamos tener ingresos sino por la actividad financiera propiamente dicha, y nosotros mucho de los libros que editamos son vendidos a precios muy económicos pero son vendidos, entonces eso generaba un problema desde el punto de vista administrativo para el Banco. Y aún cuando el Banco es el auspiciante de la línea de Responsabilidad Social, se crea la Fundación básicamente para solventar ese problema que había en ese momento. Es por eso que a través de la Fundación se maneje el tema de historia y publicaciones Bancaribe.

Para nosotros como banco tenemos una inquietud que venimos manejando desde hace unos años para acá de si es realmente lo ideal generar una fundación para que maneje los programas sociales o sigue el banco haciendo los programas sociales de una manera directa. Hay puntos a favor, puntos en contra pero no hemos llegado todavía a un convencimiento de por qué tiene que ser la Fundación.

- ¿Qué es para Bancaribe la Responsabilidad Social? ¿Cómo la concibe?

Para Bancaribe la Responsabilidad Social ha sido un compromiso de toda la vida, no es algo que ha venido con esta relativa moda de la Responsabilidad Social sino que el banco desde sus inicios, desde que se fundó lleva el tema de la Responsabilidad Social muy adentro. Para Bancaribe el tema de nuestros empleados siempre ha sido una prioridad, el bienestar, el que se sientan bien, el que en un momento determinado podemos tenderle la mano porque tienen una necesidad, tienen un apremio. Eso ha sido en el banco siempre importante. Siempre se ha vivido la responsabilidad primero hacia dentro y después hacia afuera. Ahorita se está viendo mucho lo que es la Responsabilidad Social hacia afuera, pero en el banco siempre ha sido una prioridad.

Hacia afuera también desde la fundación nosotros manejamos líneas como historia y publicaciones Bancaribe que han sido algo tradicional en el banco la publicación de libros, posteriormente se han ido incorporando otras líneas como fue apoyo a la economía popular una vez que el banco decide crear Bangente que se genera en un principio como una estrategia de Responsabilidad Social, porque sentíamos que incorporar a gente de escasos recursos y darle la oportunidad bancarizarlos y traerlos era un tema de Responsabilidad Social, pero que después evoluciona y funciona como una línea de negocio a parte porque es un tratamiento especial. Siempre sigue teniendo reflejos de Responsabilidad Social, entonces donde este ese borde entre el negocio y donde esta ese borde de la responsabilidad, es un área gris que es difícil despejarla. Pero sigue siendo siempre muy importante el trabajo que hace con esos microempresarios de bancarizarlo y permitirle un acceso a un crédito fácil.

- ¿Cuál es el enfoque estratégico con el que trabaja Bancaribe sus programas de Responsabilidad Social?

Nosotros estamos trabajando por públicos. Cada uno de los que se vincula con el banco son los con los que se están desarrollando líneas de acción en materia de RSE. Por eso tu ves cuando Bancaribe lo enfoca y vas viendo los trabajos hacia la comunidad con las 4 grandes líneas de acción, el trabajo con nuestros empleados donde esta todo el apoyo en materia crediticia, donde esta todo el apoyo entrenamiento, en educación, en oportunidades de desarrollo internas dentro en el banco, los apoyos que da la Fundación ND Dao a temas de crédito o a temas de ayuda económica para momentos de apremio. Ves en el tema de clientes como nosotros tenemos la Defensoría del cliente desde hace más de 10 años. Estamos incorporando opciones para que nuestros clientes sean solidarios con organizaciones de desarrollo social. Con las autoridades esta el tema de gobierno corporativo que se incorpora desde hace muchísimo tiempo.

Esta todo el tema de representación con directores independientes de la junta directiva. Tú vas viendo que Bancaribe va desarrollando en las distintas iniciativas de Responsabilidad Social. Hay unos *stakeholders* que están menos desarrollados que son los que estamos trabajando ahorita como es por lo menos proveedores.

Estamos manejando con procura lo que es un manejo de compras responsables, donde garanticemos que nuestros proveedores no tienen discriminación, no utilizan mano de obra infantil, no dañan el ambiente y eso es parte de los objetivos que tenemos este año 2011.

- ¿Cree que las iniciativas de Responsabilidad Social que ha realizado el Banco han incidido en la reputación de la organización?

- ¿Cómo ha mejorado el valor de la marca entre sus clientes, teniendo en cuenta los proyectos de Responsabilidad Social?

Evidentemente que si porque cuando tú ves un Banco que se ha comprometido con el entorno en el que se desarrolla, eso genera una responsabilidad que los propios clientes a la larga lo valoran mucho, porque si tu eres responsable donde te estás moviendo también vas a ser responsable con un dinero que no es tuyo. Acuérdate que nosotros manejamos dinero de terceros. El dinero que maneja Bancaribe no es un dinero que pusieron los accionistas y que está allí. Cuando estamos hablando de Bancaribe estamos hablando de los stakeholders, los accionistas, lo empleados que ponemos nuestros trabajos, los proveedores que nos apoyan, estamos hablando de los clientes nos dieron el dinero porque no hubiera habido clientes que hubieran traído sus depósitos y que hubieran hecho negocio con nosotros a través de la obtención de crédito el banco no hubiese podido continuar. Porque el objeto es la intermediación crediticia.

Al tu ver la responsabilidad del banco con terceros con todos estos públicos con los que te vinculas evidentemente tú sientes una gran tranquilidad porque es un banco que te está dando mucha más seguridad y fortaleza en cuanto a lo que estás haciendo.

- ¿Cómo el banco estructura la comunicación (interna y externa) de las diferentes iniciativas de Responsabilidad Social?
- ¿El Banco comunica exteriormente todos los proyectos que desarrolla en este campo?

Tomando el punto anterior no es que le banco venda que es más o menos responsable porque hace una campaña de Responsabilidad Social. A la larga tú si no lo llevas a la práctica una campaña temporalmente puede hacer creer que lo es pero la comunidad se da cuenta. El público no es tonto. Para nosotros el tema de comunicar es importante pero no puede ser que una campaña de comunicación cueste o tengas que invertir mucho más de lo que estas dedicando a tus programa de Responsabilidad Social.

Tú debes comunicar, tú debes contar lo que estás haciendo porque además es lógico que la gente sepa lo que está haciendo el Banco porque además es un tema de transparencia y de rendición de cuentas en todo lo que hacemos pero tienes que ser sumamente cuidados de la manera como la manejas, de la manera como trasciende, como le llega al público de la manera como tu aboradas la información porque los protagonistas no somos nosotros, los protagonistas son esas organizaciones de desarrollo social con la que nos estamos vinculando.

En el programa Música Bancaribe el gran protagonista no es Bancaribe, es el Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela porque la pedagogía es la del sistema nosotros relativamente tenemos la parte cómoda de que le damos dinero para que ellos se puedan desarrollar, pero el objetivo, el logro, el trabajo, el día a día lo está haciendo es la gente del sistema de orquesta.

Lo mismo con las organizaciones de desarrollo social, lo mismo con Fundación Bangente cuando incorpora y le da entrenamiento a los microempresarios para los tramite de documentos, para que puedan tener el respaldo jurídico suficiente que le permita optar a una operación de crédito o para bancarizar, los grandes protagonistas son las organizaciones de desarrollo social. Son esos que llevan el trabajo día a día, el protagonista no es el banco.

Para nosotros lo grandes héroes del trabajo son ellos. Entonces somos nosotros que le damos una plataforma para que ellos se desarrollen más y puedan hacer mucho mayor bien a la comunidad.

- ¿El Banco comunica exteriormente todos los proyectos que desarrolla en este campo?

Semestralmente en el informe de gestión que se rinde a lo accionistas y que prepara la junta directiva hay un informe de Responsabilidad Social. Hay diferentes medios por los cuales nosotros hacemos constar las cosas que hacemos, sobre todo a lo interno, para que nuestra gente sepa que estamos haciendo porque son nuestros dos mil cuatrocientos y pico de voceros. Tú puedes abordar hoy en día a cualquier empleado Bancaribe en Responsabilidad Social y te habla de las líneas de acción.

Tratamos de comunicarlos por canales alternos que no sean muy costosos, no implique para el banco una inversión publicitaria que le reste recursos a lo que es inversión social. Para nosotros inversión social es mucho más importante que inversión publicitaria.

Ese informe que se reparte a los accionistas, también se hace llegar a clientes, se hace llegar a proveedores, entonces es una manera de divulgación un poquito diferente a lo tradicional que normalmente se hace.

Procuramos que en el ínterin de lo que se va desarrollando se van generado comunicaciones corporativas que van dando información al público de lo que se va haciendo. Entonces si hay el festival de coros se informa, se notifica, se pasa una nota de prensa, se invita a los medios, se dan entrevistas.

Tratamos de que sea una divulgación masiva pero en términos económicos bastante modestos.

Este informe es el que se incluye en la memoria y cuenta del banco que se hace semestralmente. Que es un informe que se la hace llegar a las autoridades. Por ley de banco y por mercado de capitales nosotros tenemos que enviar antes de la asamblea la información a Sudeban y la comisión nacional de valores. Ahí debería ir el informe de junta directiva, el informe de los auditores, el informe de los comisarios y nosotros mandamos el informe de Responsabilidad Social, sin que sea un requisito de ley. Nosotros consideramos que es parte de nuestra responsabilidad reportarles a nuestras autoridades los logros en materia de Responsabilidad Social.

- ¿Por qué el Banco no ha visto estratégicamente tener bajo una sólo estructura organizativa las iniciativas de Responsabilidad Social que lleva a cabo el Banco?

Independientemente de que nosotros generamos una fundación como canal de comunicación sería más que todo como canal de comunicación y una vía administrativa un poco más flexible para administrar los recursos. Eso sería básicamente las ventajas, porque, porque el banco haría una donación anual a la fundación aprovecha las ventajas fiscales y la Fundación amparado en todo el respaldo administrativo del banco, porque no generaríamos una estructura de hecho Fundación Bancaribe no tiene una estructura de capital humano separada del banco. La Fundación Bancaribe se monta en la estructura de capital de humano, de administración, de pago, de todo, De presupuesto, para trabajar. Entonces básicamente la ventaja sería una ventaja administrativa que luego nos ayudaría a que fuera mucho más expedito el proceso de entrega de aporte.

Por ejemplo si lo le entrego un aporte al Sistema de orquestas ahorita, yo tengo que generar un documento que tengo que notaria que tiene que tener ciertos requisitos para que sea utilizable desde el punto de vista de las rebajas fiscales.

Si yo le doy una sola donación a una fundación esa puede emitir un cheque y uno simplemente para el sistema de orquestas uno para tal cosa y no tiene que documentar más. Habría un ahorro de costo en temas documentación porque tu harías dos aportes, uno a cada semestre, o un solo desembolso que implica gastos de notaría menor. Ahora yo tengo que notariar cada aporte que hago para aprovechar las ventajas

Entonces es un tema más administrativo, es un tema, hay opiniones que nos dicen que una fundación es mejor vista desde la calle que un banco directamente haciéndolo. Eso es relativo porque se va a llamar fundación Bancaribe, siempre va a tener el Bancaribe. Entonces todo el mundo va a saber que es el banco el que está por detrás. Esas son las dudas que nos asaltan hasta donde es preferible manejarlo separado por la fundación porque tiene las ventajas que te dije. Y hasta donde decimos, bueno sacrificamos el tema administrativo y asumimos a lo interno en la misma estructura que a la larga va a tener que hacerlo pero seguimos haciéndolo vía banco.

- ¿Cree que Bancaribe está preparado para desarrollar un Balance Social?

Nosotros hemos trabajado en todo el tema de reporte social, hasta ahora hay una serie de indicadores que nosotros no, hay la información pero no está sistematizada para buscarla. Parte del trabajo de este 2011 es sentarnos con diferentes áreas de la organización y comenzar a ver los primeros

indicadores que vamos a ir sistematizando para que si Dios quiere en el 2012 preparar un balance social. El ejercicio de introspección que implica revisar que indicadores vamos a montar es un ejercicio que nos va a servir a nosotros de análisis para ver dónde estamos y hacia dónde y que más queremos avanzar en el tema de Responsabilidad Social.

Esa misma revisión de ver cómo vamos como para realizar un balance nos hizo ver que hay menos desarrollados que otros como es proveedores. Entonces ya lo estamos trabajando de manera de balancear un poco el desarrollo entre los distintos y poder tener como un desarrollo más homogéneo entre todos y que no sea comunidad y empleados los más desarrollados y que proveedores tan chiquitico que no tenemos mucho que hacer.

## **Anexo II**

## **Entrevista a Erika Schmid**

### **Directora Asociada de Responsabilidad Social de Bancaribe**

- ¿Qué es para Bancaribe la Responsabilidad Social? ¿Cómo la concibe?
- ¿Cuáles son los públicos a los que el Banco dirige sus acciones de Responsabilidad Social?
- ¿Cuáles son las iniciativas que lleva a cabo el Banco en materia de RSE?
- ¿Cuál es el alcance de los programas de Responsabilidad Social?

Bueno para Bancaribe, la Responsabilidad Social es parte integrante de su negocio, de la forma de hacer su negocio, es parte de su marco filosófico o como ha definido su marco filosófico y de sus valores de hecho es parte de uno de los valores entre los 10 valores que tenemos dentro de Bancaribe, y eso que significa más allá, significa que como Banco que tiene hoy día 56 años de trayectoria en el país, como empresa que esta en el país el Banco le interesa contribuir y agregar valor más allá de lo que es su responsabilidad fundamental que es hacer su negocio y hacerlo de una forma ética, responsable, transparente tal cual como te decía de acuerdo con su marco filosófico. Sino que además de hacer o cumplir con su responsabilidad fundamental que es hacer bien su negocio, está el contribuir con la sociedad venezolana agregando valor a cada uno de sus diferentes grupos de interés, ¿cuales son sus grupos de interés? Principalmente por supuesto sus empleados, después podemos hablar de sus accionistas, podemos hablar de sus proveedores, de la comunidad como tal, ósea como ese espacio y esas diferentes instituciones que hacen vida en la sociedad venezolana, y las autoridades, es decir todos los entes que regulan la actividad del sector bancario. En ese sentido, por ejemplo si empezáramos a ver por ese mismo

enfoque de stakeholder que hace Bancaribe con cada uno de estos grupos de interés.

Con las autoridades por supuesto procurar cumplir con sus obligaciones primero y principal pero además mantener una relación de transparencia. Primero de cumplimiento de sus obligaciones pero además tener una relación con las autoridades de transparencia absoluta en el manejo de la información y de sus relaciones para lo que además cuenta además con un código de conducta en los negocios, cuenta además con todo un esquema de gobierno corporativo que le permite cumplir y ha desarrollado además desde hace varios años una dirección que se llama dirección de aseguramiento normativo que es una dirección dentro del banco encargada de asegurar que todas las áreas incluso la junta directiva, la asamblea de accionistas cumplan con las leyes del país y además cumplan con sus propias normas y reglamentos.

Si lo vemos, viendo así como de atrás para adelante, con la comunidad, tenemos programas, cuatro líneas de acción en particular que ha desarrollado el Banco a lo largo de su trayectoria, donde su objetivo fundamental es contribuir con la formación humana y ciudadana y la integración social de niños y jóvenes en el país y de contribuir con el emprendimiento o los emprendedores sobre todo de los sectores sobre todo de escasos recursos, los emprendedores populares, contribuir a que ellos también se inserten dentro de la dinámica de la economía del país, por supuesto a través de, a parte de los servicios financieros, a través de la Fundación Bangente y los servicios que brinda la Fundación Bangente, de asesoramiento, de formación y capacitación a esos pequeños empresarios o microempresarios. Como te decía, a través de con la formación humana y ciudadana, por un lado a través del programa Música Bancaribe que es una alianza que mantenemos desde hace más de 10 años con el sistema

Nacional de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela, donde el Banco vio la oportunidad, apoyando el Sistema de Orquestas, apoyando las giras, apoyando su actividad fundamental que son los conciertos, las giras y la formación de esos niños y jóvenes que están dentro del Sistema, dotándolos de instrumentos, para los núcleos de formación que están en todas las redes del país y creando específicamente un programa concreto que se llama Música en las Escuelas que es un programa a través del cual se crean coros que son los semilleros de las orquestas, coros en las escuelas que están cercanas a los núcleos de formación musical y por último y así para cerrar lo que es la alianza con ellos, difundir además los logros y las ventajas que tiene el Sistema Nacional de Orquestas, a través de dos publicaciones que hemos hecho, celebrando en el año 2004 los 30 años del Sistema, y ahora en el 2010 celebrando los 35 años del Sistema, como una forma para que el conocimiento de lo que ha sido ese modelo educativo se mantenga, y la visión que tuvo Bancaribe fue este modelo de formación musical va más allá de el hecho artístico en sí, sino que además es un programa para contribuir con la reducción de la pobreza, es un programa para contribuir con la integración comunitaria de niños y jóvenes de comunidades populares de todo el país. Eso es en el área de música.

En el área de Historia y Publicaciones que es la otra línea, que también va en concordancia con lo que te decía de la formación humana y ciudadana, es como hacemos para mantener viva la historia del país como una forma de conocer nuestro pasado para poder mantener y reinventar y construir el futuro y entonces en eso hemos a lo largo de estos 56 años Bancaribe ha editado y ha respaldado la edición de muchísimas publicaciones, en el tema de historia, e incluso hace tres años creó un premio de investigación para jóvenes investigadores, estudiantes de historia o de otras disciplinas que estén interesados en el tema de la historia y ese premio ya se realizó la primera edición que estuvo dedicada al tema de la independencia y los

ganadores además del premio en metálico obtuvieron la publicación de sus obras. Este año estamos arrancando con la segunda bienal, la segunda edición que es bienal como te decía y esta dedicada al tema de la Unión Colombiana, y bueno los ganadores igual van a tener el mismo reconocimiento que en la primera edición.

A través del programa de la economía popular, que ya te comentaba que lo hacemos a través de la Fundación de la Fundación Bangente, y un área que también es tradición en el Banco que es Solidaridad Bancaribe que es como motivamos por un lado a nuestros empleados pero también a nuestros clientes a solidarizarse con causas sociales y con organizaciones sociales a través de la recaudación de fondos o de actividades también de espíritu solidario, bien sea apoyo a emergencias a crisis humanitaria como fue el terremoto de Haití, el terremoto de Chile, las recientes lluvias entonces se organizan campañas de recaudación de fondos o de alimentos y enceres, y se entregan a las organizaciones que ya vienen desarrollando una labor en atención a esta población. Y entonces también tenemos el ofrecer nuestra plataforma, la red de agencias para la recaudación de fondos de unas instituciones emblemáticas en el país que tienen una estrategia de recaudación como son las rifas, entonces bueno vendemos durante el año cuatro rifas, la rifa de Fe y Alegría, La rifa del Buen Samaritano, la rifa de el Bono de la Salud de la sociedad anticancerosa y el Bingo de la Bondad del Hospital Ortopédico Infantil como una manera de apoyar a estas organizaciones, también estamos diseñando siempre nuevas formulas para recaudar fondos para estas organizaciones porque sabemos que la necesidad más imperante de muchas organizaciones civiles que están en el país desde hace mucho años contribuyendo con el estado a resolver o atender problemas de salud de educación, de medio ambiente y entonces Bancaribe en forma solidaria con estas organizaciones y con la sociedad venezolana diseña algunos programas en relación con esto.

Tenemos un comité de donaciones y un comité de patrocinio donde se le brinda apoyo en caso de salud a empleados, familiares y personas naturales que tienen problemas de salud y que requieren apoyo financiero para ello. También se evalúan y se dan aportes y también tenemos espacio para patrocinar o apoyar proyectos específicos de infraestructura o de financiamiento que requieran organizaciones sociales en los temas de educación, salud, cultura o de desarrollo social. Son pequeños aportes pero bueno es una contribución solidaria que hace el Banco. Y por supuesto promovemos todo el tema, a parte del tema de solidaridad, promovemos también el tema de voluntariado entre nuestros empleados, los motivamos a que se involucren a que se acerquen a las instituciones que están cercanas a las oficinas en el interior del país. Y que apoyen por ejemplo a una escuela de escasos recursos y donde estén haciendo una campaña de recaudación de útiles escolares para una de esas escuelas o que participen en el día mundial de playas, vinculándose también con el tema ambiental. Entonces tenemos, dentro de solidaridad, tenemos un tema de apoyo al medio ambiente.

Cuando vamos hacia el tema proveedores, estamos justamente en este momento desarrollando todo un esquema de criterios de compras responsable, ósea como también nosotros podemos contribuir a que nuestra cadena de valor a que las empresas que trabajando junto con nosotros también incorporen dentro sus prácticas todos los conceptos de Responsabilidad Corporativa y Responsabilidad Social. Entonces bueno justamente en este momento estamos, primero como se ha estado viniendo haciendo todo un proceso de procura, de homologación de los proveedores, de establecimiento de algunos criterios de que le garanticen a ellos un trato igualitario, que le garanticen a ellos transparencia en todos los procesos, pero además luego como te decía estamos en este momento en la revisión y

en el desarrollo de compras responsables, como podemos hacer que ellos cuando nos vendan algunos productos nos garanticen que tienen el menor impacto ambiental en los servicios y en los productos que nos brindan, como podemos también garantizar que ellos cumplen con preceptos de derechos humano como la no contratación de la mano de obra infantil o la no explotación de sus trabajadores, o con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y legales, y como podemos hacer también que ellos también junto con nosotros se involucren en actividades e iniciativas de solidaridad hacia la sociedad.

En el grupo de interés clientes, Bancaribe también ya sido como pionero por ejemplo en el desarrollo de la figura de la Defensoría del Cliente como una figura que brinda o garantiza a los clientes de Bancaribe un trato justo e igualitario en la atención de sus reclamos desde el año 2001, que se creo esa figura dentro de Bancaribe que hoy ya el mismo Estado, el mismo gobierno empieza a ver como oye debería ser una figura de obligatoria presencia en todas las instituciones financieras y bueno Bancaribe se adelanto a eso, siempre ha estado como muy pendiente o muy atento en esa misma filosofía de atención al cliente, porque esas misma filosofía o ese marco filosófico que ha orientado la acción de banco en sus negocios, de transparencia, de trato justo de respeto a los derechos, por supuesto de sus clientes y de los usuarios de nuestros servicios. Entonces por un lado hemos desarrollado por un lado el tema de la Defensoría del Cliente, siempre estamos buscando el desarrollar otros canales y otras vías para la solución de los problemas como el caso de la herramienta de Espacio de Contacto, que es un canal vía web donde nuestros clientes y nuestros usuarios pueden hacer bien sea reclamos, sugerencia, comentarios, las 24 horas del día, ósea en cualquier momento, no tienen que esperar a que sea el horario de atención del cliente del servicio telefónico sino que en cualquier momento que tu lo desees puedes escribir a través de este canal y puedes contar con

la garantía de que esa información va a llegar a las áreas y que el Banco además lo va a tomar en cuenta. Ósea si se abrió ese canal es porque efectivamente el Banco está interesado en escuchar y en mejorar porque además constantemente está haciendo sus mediciones de satisfacción del cliente.

Asimismo tuvo una campaña hace unos dos o tres años y ya más que una campaña lo ha incorporado en su modelo de actuación comercial que es el concepto de cliente responsable, y es como contribuimos como asesoramos como apoyamos y acompañamos a nuestros clientes para que tengan un mejor desempeño en sus relaciones financieras con nosotros y en el manejo de sus créditos para que ellos mismos puedan tener un mejor record que les permita luego poder acceder a nuevos financiamientos. Eso ya es parte, ósea no es que tiene que ser una campaña específica sino que es parte de la filosofía del trato del asesor o de cualquier gerente de negocio del Banco para con sus clientes. Entonces esa línea de cliente responsable y la otra de cliente solidario que son todas estas actividades que organizamos también de solidaridad hacia la sociedad y que ahora también estamos tratando de enfocarlas hacia nuestros clientes, entonces desarrollamos la campaña de apoyo por ejemplo a la Organización Senosayuda durante el mes internacional contra el cáncer de mama y enviamos un mailing a todos nuestros clientes diciéndoles tu puedes también colaborar y entonces le estamos facilitando a ellos el poder contribuir con una causa que probablemente si no le damos esa facilidad o si no le abrimos ese canal no tendría como hacerlo aunque quisiera, entonces estamos también como que abriendo esa línea y ahí también queremos desarrollar otras iniciativas.

En el tema de accionistas, también todo lo que te decía del gobierno corporativo que también Bancaribe ha sido pionero en ese tema aquí en el país en un momento determinado dijo vamos a separar lo que es la gestión de la administración de la dirección y de las grandes líneas y ha desarrollado

por supuesto todo un esquema de gobierno corporativo y una cantidad de documentos que son como las guías que orientan la acción del banco en ese sentido, y está también desarrollando nuevos canales de comunicación para los accionistas y además cuenta con las figuras de los directores de independientes. Ósea, todo lo que se conoce o lo que es muy particular en el sector, sobretodo en el sector financiero, Bancaribe lo ha venido desarrollando como parte de su responsabilidad corporativa con los accionistas.

En relación con los empleados, tiene como 4 grandes líneas: todo el tema de calidad de vida y las diferentes iniciativas que se vienen desarrollando, todo el tema de formación y desarrollo de estos empleados, el tema de reconocimiento, que para Bancaribe el reconocimiento es muy importante. No solo se reconoce a los empleados por su desempeño y por el logro de sus objetivos en el negocio, sino que también se da un reconocimiento por la identificación con los valores de la organización porque para la organización es muy importante sus valores y su marco filosófico por encima de muchas otras cosas.

Como lo que mueve al negocio y lo que hace que el negocio tenga el éxito que tiene, es la identificación de personal con esos valores y por supuesto en todo el tema de ambiente laboral y en condiciones de seguridad y ambiente laboral, que sean cónsonas y sean gratas en el tema de compensación. Es decir, diferentes iniciativas que van más allá de lo que la ley obliga en el tema de empleados y que también van midiendo año a año el índice de satisfacción y se van revisando y se van implementando mejoras para hacerlo mejor.

- ¿Qué criterios de evaluación y medida de resultados y beneficios utilizan para medir los resultados de los programas?

- ¿El Banco ha pensado reflejar sus resultados a través de un Balance Social? ¿Por qué hasta ahora no lo ha hecho?

En este momento es como nos planteamos como una línea base y a partir de entonces es que comenzamos a medir. Es a partir de este año 2010 que comenzamos todo el tema de indicadores y todo el tema de cómo vamos a empezar a partir de ahora, porque si bien desde el 2005 aproximadamente el banco ha venido trabando con este enfoque de Stakeholders, es a partir del año 2010 que lo estamos haciendo de forma más sistemática y se va a poder medir a partir de probablemente de 2011.

En este momento estamos haciendo el levantamiento de los indicadores y poder tener por un lado los números, pero como te decía cada una de las áreas tener sus indicadores. Por ejemplo, clientes, tiene sus indicadores y mediciones para poder evaluar. Proveedores, también está comenzando a desarrollar una herramienta para medir el grado de satisfacción del cliente interno, pero también el grado de satisfacción del proveedor con la empresa.

Por eso es que en este momento, justamente como que este año creo que va a poder ser el año que vamos a poder establecer todos esos indicadores para poder decir: ok, hemos mejorado, no hemos mejorado y poder tener también al mismo tiempo diálogo con esos grupos de interés y poder presentarles a ellos mismos la información que estamos levantando y que ellos nos digan cómo se sienten cómo estamos reflejados y a partir de ello establecer unos compromisos. Típico modelo Grill del manejo de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.

## **Anexo III**

**Archivo de video de Bancaribe**  
**Programa Historia y Publicaciones**  
**Declaraciones de Carlos Hernández Delfino**  
**Presidente de la Fundación Bancaribe**

Desde hace más de 50 años Bancaribe ha mantenido una vocación y un compromiso sostenido con la divulgación de la historia de Venezuela y la promoción de los valores nacionales.

El fundador del Banco, el Sr. N. D. Dao, asumió como un compromiso institucional y personal lo que resultó después ser una larga trayectoria de publicaciones comenzando por las dos primeras y únicas ediciones en español que existen de una obra fundamental del historiador C. Parra Pérez titulada Miranda y las Revolución francesa, a continuación una obra también de primer orden del historiador Ramón Díaz Sánchez dedicada al Líbano a su gente y a la presencia de libaneses en América y en Venezuela.

A partir de la creación de la Fundación Bancaribe, el esfuerzo se concentra en la promoción de la historia de Venezuela, en su mejor comprensión y en su fuerza por realzar los valores de la nacionalidad.

En la actualidad se está trabajando en la segunda edición del libro Sembrado de Orquesta de la periodista Chafi Borzacchini que recoge lo esencial del anterior pero además se extiende en los nuevos desarrollos que ha tenido el sistema, la emergencia de los nuevos valores, el surgimiento de los núcleos de orquestas en toda la geografía nacional y por allí siguen otros títulos y me refiero a la Biblioteca Biográfica Venezolana que es una publicación lograda en alianza con el diario el nacional y que ha permitido presentar la historia del país desde la ventana que conforma la vida y obra de venezolanos y de

nacionales de otros países en el acontecer de Venezuela, ya llevamos publicados 111 títulos de la colección y vamos a llegar hasta el título 150.

Existen otros desarrollos dentro del programa Historia y Publicaciones que adelanta la fundación Bancaribe y ahí encontramos un proyecto de alta factura, me refiero a Historia en las escuelas cuyo objetivo es la promoción del estudio y la mejor comprensión de la historia de Venezuela en las publicaciones de estudiantes de educación básica y del ciclo diversificado.

Otra vertiente de este esfuerzo lo constituye el premio de Historia Rafael María Baralt en alianza con la Academia Nacional de la Historia, Este premio es un encuentro entre la juventud estudiosa de Venezuela y la historia de nuestro país.

Estas son actividades que conforman uno de los programas más importantes que expresan el compromiso de Responsabilidad Social de Bancaribe y que como muchos otros está orientado dirigido y enfocado hacia la comunidad a la cual servimos.

## **Anexo IV**

## Estructura básica de Balance Social de la Global Reporting Initiative (GRI)

### **1. Visión y Estrategia**

1.1. Declaración de la visión y de la estrategia de la organización y su contribución al desarrollo sustentable.

1.2. Declaración del director-presidente (o autoridad equivalente) comentando los puntos principales del balance.

### **2. Perfil de la organización**

2.1. Nombre de la empresa

2.2. Principales productos y servicios, incluyendo marcas si es aplicable.

2.3. Estructura operacional de la organización.

2.4. Descripción de los principales departamentos, empresas en operación, subsidiarias y joint ventures.

2.5. Países en que está presente.

2.6. Tipo y naturaleza legal de propiedad de la empresa.

2.7. Mercados atendidos.

2.8. Tamaño de la organización.

2.9. Lista de las partes interesadas, los atributos de cada uno y su relación con la organización.

#### *Alcance del reporte*

2.10 Personas a ser contactadas para aclaraciones, incluyendo sus direcciones electrónicas.

2.11 Periodo a que se refieren las informaciones (año fiscal o calendario).

2.12 Fecha del informe anterior (si hubiese).

2.13 Alcance del reporte (países o regiones, productos o servicios; departamentos, instalaciones, joint ventures o subsidiarias, y cualquier limitación específica del alcance).

2.14 Alteraciones significativas ocurridas desde el reporte anterior (en el tamaño, en la estructura, en el control accionario o en productos y servicios).

2.15 Método de elaboración del reporte en lo que se refiere a joint ventures, subsidiarias parcialmente controladas, instalaciones alquiladas, operaciones tercerizadas y otras situaciones que puedan afectar la comparación entre periodos distintos o con reportes de otras organizaciones.

2.16 Explicación de la naturaleza y de las consecuencias de cualquier reformulación de informaciones contenidas en reportes anteriores y el motivo de dicha reformulación (por ejemplo, fusiones o adquisiciones, cambios en el periodo o año base, naturaleza del negocio, métodos de medición).

#### *Perfil del reporte*

2.17 Razones para no aplicar principios o protocolos de GRI en la elaboración del reporte.

2.18 Criterios y definiciones usados en la contabilidad de costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.

2.19 Alteraciones significativas en relación a los años anteriores en los métodos de medición aplicados a datos económicos, ambientales y sociales relevantes.

2.20 Políticas y procedimientos internos usados para reforzar y asegurar la exactitud, integridad y confiabilidad del reporte de sustentabilidad. Tales procedimientos incluyen sistemas de gestión internos, procesos y auditorías para garantizar que los datos brindados son confiables y completos en relación al alcance del reporte.

2.21 Políticas y procedimientos actuales para proveer verificaciones imparciales en el reporte.

2.22 Medios por los cuales los usuarios del reporte pueden obtener informaciones adicionales sobre aspectos económicos, ambientales y sociales de las actividades de la organización, incluyendo detalles disponibles sobre instalaciones o secciones específicas.

### **3. Estructura de gobernanza y sistemas de gestión**

#### *Estructura de gobernanza*

3.1. La estructura de gobernanza corporativa, incluyendo los principales comités existentes debajo del consejo de administración que sean responsables por la estrategia y la supervisión de la organización.

3.2. Porcentaje de directores no ejecutivos del consejo, con autonomía de acción.

3.3. Determinación de la especialización que los miembros del consejo deben tener para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades o riesgos ambientales y sociales.

3.4. Competencia del consejo para la supervisión de la gestión de riesgos y de oportunidades económicas, ambientales y sociales.

3.5. Vínculo entre la remuneración de los ejecutivos y alcance de las metas financieras y no financieras de la organización (desempeño ambiental, prácticas laborales, etc.).

3.6. Estructura organizacional de profesionales responsables de la supervisión, implementación y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales.

3.7. Misión y valores, códigos internos de conducta o principios y políticas relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y su implementación.

3.8. Mecanismos de habilitación de accionistas para la aprobación de recomendaciones o seguimiento del consejo de administración.

#### *Involucramiento de las partes interesadas*

3.9. Base para la identificación y selección de las principales partes interesadas.

- 3.10. Formas de consulta a las partes interesadas, de acuerdo con la frecuencia de las consultas, por tipo o grupo de interesados.
- 3.11. Tipo de información generado por las consultas a las partes interesadas.
- 3.12. Uso de las informaciones resultantes del involucramiento de las partes interesadas.

*Políticas de alcance y sistemas de gestión*

- 3.13. Explicaciones sobre cómo el principio de precaución es tratado en la empresa.
- 3.14. Cartas de principios internacionales u otras iniciativas sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales que la organización suscribe.
- 3.15. Participación en asociaciones industriales y empresariales y/o organizaciones nacionales o internacionales de defensa de los derechos individuales.
- 3.16. Políticas y/o sistemas para administrar los impactos de la cadena productiva, incluyendo: gestión de la cadena de proveedores y de su desempeño social y ambiental; iniciativas para mejorar la gestión de servicios y productos, tales como esfuerzos para mejorar el diseño del producto, minimizando los impactos negativos asociados a su fabricación uso y desecho.
- 3.17. Medios que la organización relatora utiliza para administrar impactos económicos, ambientales y sociales indirectos resultantes de sus actividades.
- 3.18. Modificaciones realizadas durante el periodo de elaboración de los reportes en relación a la localización y cambios en las operaciones.
- 3.19. Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social, como por ejemplo:  
Establecimiento de prioridades y objetivos;  
Programas para mejorar el desempeño;  
Comunicación interna y entrenamiento;  
Auditoria interna y externa;  
Revisión de la auditoria
- 3.20 Certificación relativa al sistema de administración económico, ambiental y social.

#### **4. Sumario del contenido de GRI**

#### **5. Indicadores de desempeño**

La versión íntegra los indicadores de desempeño económico, ambiental y social de GRI puede ser consultada en [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br), publicaciones Ethos, sección Guías, en Directrices para Reportes de Sustentabilidad-GRI.