



La Universidad Alberto Hurtado es heredera de más de 30 años de docencia de postgrado e investigación realizada a través del Instituto Latinoamericano de Doctrina y Estudios Sociales, ILADES.

El Departamento de Economía y Administración tiene como objetivo contribuir a un aumento en el bienestar de nuestra sociedad, a través de la investigación y difusión del estudio en el área de las ciencias económicas y de la gestión empresarial. A su vez, se preocupa por desarrollar la capacidad de sus estudiantes y enriquecer su proceso de formación con una visión ética de la empresa.

Desde 1985 se dicta el programa Master of Arts in Economics con Georgetown University, y desde 1995 se dicta el Magíster en Administración y Dirección de Empresas en colaboración con universidades norteamericanas de la Red Mundial de Universidades Jesuitas.

Responsabilidad Social Corporativa

Una mirada global

Este libro sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) da cuenta de los cambios que han tenido lugar en las empresas en el mercado global.

Ésta ha irrumpido imponiéndose no sólo en el mundo empresarial de países desarrollados sino también en los organismos internacionales y en el campo académico. ¿Señala esto un punto de inflexión del capitalismo actual o son operaciones simplemente más bien cosméticas en este mundo globalizado? La respuesta será positiva en la medida que reine una ética vivida entre aquellos que operan en el mercado. Es un plus que conduce más allá de lo legal y que se logra sobre la base de una cooperación responsable entre empresas y sus stakeholders formando así redes que los benefician pero también benefician a la sociedad democrática.

El informe, realizado en 2005, analiza y evalúa las diversas iniciativas y redes RSC existentes en Europa y Norteamérica y también las adoptadas en menor escala en Chile y América Latina. No pretende ser exhaustivo, sino abrir camino para extender el interés de un proceso motivado sin duda por el desarrollo de una causa que parece justa.

El autor jesuita, Gonzalo Arroyo, es ingeniero agrónomo, licenciado en filosofía y teología y doctor en economía quien en los últimos diez años ha enseñado “Ética y desarrollo” y “Ética y empresa” en los postgrados de ILADES y de la Universidad Alberto Hurtado. Es también subdirector de la Revista Mensaje. Su coautor Andrés Suárez es administrador público y consultor en organizaciones gubernamentales. Colaboró en la investigación sobre RSC auspiciada por el MBA del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Alberto Hurtado.



UNIVERSIDAD
ALBERTO HURTADO
LA UNIVERSIDAD JESUITA DE CHILE

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

ISBN 956-8421-03-3



9 789568 421038

Responsabilidad Social Corporativa

Una mirada global

Gonzalo Arroyo S.J.
Andrés Suárez

UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

Responsabilidad Social Corporativa Volumen I



UNIVERSIDAD
ALBERTO HURTADO
LA UNIVERSIDAD JESUITA DE CHILE

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

“El sentido social es aquella cualidad que nos mueve a interesarnos por los demás, a ayudarlos en sus necesidades, a cuidar de los intereses comunes”.

“Quien tiene sentido social, comprende perfectamente que todas sus acciones repercuten en los demás hombres, que les producen alegría y dolor y comprende, por tanto, el valor solemne del menor de sus actos”.

“El hombre con sentido social no espera que se presenten ocasiones extraordinarias para actuar. Todas las situaciones son importantes para él, pues repercuten en sus hermanos”.

Palabras de San Alberto Hurtado.

UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Una Mirada Global

GONZALO ARROYO S J

ANDRÉS SUÁREZ

Programa MBA, Departamento de Economía y Administración

Registro de Propiedad Intelectual N° 153.807

© Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile 2006

Con las debidas licencias

ISBN: 956-8421-03-3

Producción Editorial:
José Luis Moncada C.

Diagramación:
María José Tagle E.

Ilustración de Portada:
Francisco Javier Olea

Diseño de Portada:
RNLVMontt

Impresión:
GraficAndes®

Primera Edición: Santiago de Chile, marzo de 2006

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
PRIMERA PARTE	9
Expansión del concepto de RSC en el capitalismo globalizado	9
1. Declaración tripartita de principios, OIT (2001)	11
2. Comisión Europea, Bruselas	12
3. European Business Campaign on Corporate Social Responsibility	14
4. Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo, OCED	19
5. <i>Global Compact</i> . Naciones Unidas, New York	21
6. Banco Mundial (BM)	23
7. Principios <i>Equator</i>	25
8. Algunas críticas sobre la RSC en <i>The Economist</i>	27
SEGUNDA PARTE	31
Las redes privadas de RSC en el mundo occidental	31
9. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	33
10. ICC: Business Charter for Sustainable Development	37
11. Business in the Community, Reino Unido	38
12. VadeRegio – Un proyecto europeo	42
13. AGENDA, Escocia	48
14. Canadian Business for Social Responsibility, Vancouver - Toronto	51
15. Goodcompany Guidelines for Corporate Social Performance de CCSR	53
16. Business for Social Responsibility, Estados Unidos	56
17. Banco Interamericano de Desarrollo, BID	57
18. The Center for Corporate Citizenship at Boston College	57
19. CEMEFI, México	63
20. CentraRSE, Guatemala	64
21. Colombia	68
22. Ibase, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas	69
23. Instituto Ethos, Brasil	72
24. Perú	76

25.	DERES, Uruguay	77
26.	Argentina	81
TERCERA PARTE		83
<i>Estándares de certificación e informes anuales de RSC</i>		83
27.	International Organization for Standardization, ISO	83
28.	ISO Advisory Group on Social Responsibility	86
29.	Global Reporting Initiative, GRI	88
30.	Dow Jones Sustainable Index, DJSI	95
31.	FTSE4Good Index Series	96
32.	Etiquetado Social de Bélgica	98
33.	Etiquetado Social de Dinamarca	99
34.	Social Accountability International, SAI	101
35.	AccountAbility, Reino Unido	104
CUARTA PARTE		107
RSC en Chile		107
36.	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	107
37.	Confederación de la Producción y el Comercio (CPC)	108
38.	Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)	110
39.	Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos (USEC)	112
40.	Acción RSE	113
41.	PROhumana	117
42.	VINCULAR	123
43.	<i>Global Compact, Chile</i>	124
44.	Consejo Minero	129
BIBLIOGRAFÍA		133

INTRODUCCIÓN

Este informe de investigación analiza la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la cual adhiere crecientemente el capitalismo actual. Está favorecida por la consolidación del proceso de globalización de los mercados, las sociedades y sus valores sociales. Este proceso, apoyado en cambios tecnológicos, crea nuevos conocimientos y trae grandes progresos, pero a la vez excluye a muchos de los mismos. Sin embargo, el capitalismo requiere, para un funcionamiento eficiente y a la vez equitativo, sociedades más democráticas y valores éticos más solidarios a nivel mundial. La responsabilidad de las empresas multinacionales es sin duda muy grande debido a su enorme poder económico e indirectamente político. Esto exige preocuparse también por el bien público, en un mundo en que la pobreza no disminuye y el trabajo es más precario sobre todo entre aquellos olvidados y excluidos de la globalización. El bien de la empresa está ligado al de la sociedad en que opera.

Se analizarán aquí los cambios, sobre todo de los últimos años, de las empresas en lo que respecta al cumplimiento de sus responsabilidades sociales en el mercado global y las instituciones y redes que se han ido constituyendo para lograrlo. El desarrollo institucional de la RSC o RSE -tanto el concepto como su práctica- ha irrumpido imponiéndose no sólo en el mundo empresarial sino también en las administraciones públicas, los organismos internacionales y por supuesto en el campo académico. La RSE es hoy día un tema que además se politiza en el sentido de que las empresas comienzan a comprender que no tienen sólo fines económicos que cumplir sino además otros sociales y aún responsabilidades públicas en una sociedad a la vez globalizada y excluyente.

Puesto que se trata de un informe más que todo empírico, dejaremos fuera del análisis detallado y explícito las diversas corrientes éticas sobre la empresa como por ejemplo la ética cristiana del desarrollo que nos inspira y las proposiciones de otras corrientes como la utilitarista, la kantiana, la ética de Rawls y la ética posmoderna.¹ Por supuesto esta omisión no significa que una ética vivida no sea necesaria entre aquellos que operan en el mercado. Sin ella las prácticas de RSE pueden ser meramente huecas e inauténticas y por lo tanto incapaces de superar la corrupción y las injusticias que no desaparecen en la economía globalizada.

¹ El análisis teórico y ético sobre la evolución de la corporación capitalista y las teorías que la han sustentado desde el siglo XIX hasta ahora estarán presentados en un libro que será publicado próximamente por la Universidad Alberto Hurtado.

Sin embargo, aunque no entremos en profundidad en el análisis teórico, no podemos dejar de mencionar de paso ciertas posiciones teóricas, y también ideológicas, como las de M. Friedman sobre el libre mercado que dio lugar más tarde a las políticas neoliberales (1970), siguiendo con la de E. A. Freeman y su teoría de los de los grupos interesados o *stakeholders* (1988) para terminar con varias proposiciones de RSE como las de de Dubbink (2004) y la última de Rochlin y Googins (2005) que entran en el tema de la “empresa ciudadana”. También veremos, aunque sólo sea de paso, algunas fuertes posiciones críticas frente al extraordinario desarrollo de las redes de RSE en el mundo empresarial. Un ejemplo notorio es la crítica presentada hace un año en el *The Economist*, basada en la teoría económica neoclásica y en la ideología neoliberal de Hayek y Friedman, que en alguna medida defiende la revista británica.

El lector a través de la lectura deberá tomar en cuenta el considerable desarrollo que ha tenido en las últimas décadas el estudio y difusión de la ética empresarial tanto en las grandes escuelas de MBA de Estados Unidos como en las de Europa y de otras regiones del mundo. A partir del nuevo milenio se observa un punto de inflexión en el capitalismo actual y la masiva adhesión de grandes empresas a los programas de Responsabilidad Social Corporativa y Empresarial en las economías desarrolladas. Este fenómeno parece haberse acelerado desde que se destaparon escándalos de corrupción entre los más altos ejecutivos de empresas tan emblemáticas como ENRON y WorldCom de Estados Unidos.

Esto es tanto más importante cuanto que las grandes empresas han alcanzado -como se dijo más arriba -un poder económico y aún político inmenso en este comienzo de siglo. Por lo tanto sería un gran paso adelante para la humanidad si éstas asumiesen responsabilidades no sólo frente a sus *stakeholders* más cercanos sino que además se comprometieran a ayudar, en la medida de lo posible, a resolver los graves problemas existentes del hambre, la pobreza, el desempleo, la mala calidad de la educación, el deterioro del medio ambiente y otros que ponen en riesgo la gobernabilidad de las democracias en el mundo de hoy y aún la supervivencia de las próximas generaciones en nuestro planeta.

Desde fines del siglo pasado se puede observar además un aumento de las regulaciones éticas impuestas por organismos internacionales (ONU, OECD, Unión Europea y otros) y también por gobiernos nacionales para facilitar la participación en el comercio nacional y mundial. Nuestro país está fuertemente comprometido con estas regulaciones y además los tratados de libre comercio, puesto la base de su desarrollo en el comercio internacional. En verdad, las empresas deben cumplir hoy con esas regulaciones si pretenden operar competitivamente en el mercado global.²

² Estas se aplican incluso a las empresas medianas y pequeñas que sólo pueden lograr a cabalidad entrar en el mercado nacional y global si se asocian en clusters de stakeholders en torno a empresas ya insertadas y si existen políticas públicas en su apoyo.

Sin embargo, cuando hablamos de ética empresarial y de RSC queremos decir que esto supone ir más allá del mero cumplimiento de la ley y de las regulaciones nacionales e internacionales. La ética vivida es un *plus* que conduce más allá de lo legal y que se logra en base a negociaciones en que las personas interesadas buscan acuerdos que implican quizás ceder algo en lo inmediato, pero que pueden conducir a un bien común más amplio. Esto supone pasar de una *cut throat competition* en el libre mercado, de todos contra todos, a una cooperación en que las empresas y sus *stakeholders* forman redes cuyos miembros compiten entre sí pero antes negociando y escuchándose. Estas a su vez compiten de la misma manera con otras redes o *clusters* robusteciendo y beneficiando así a la sociedad democrática. De este modo surge una empresa ciudadana, responsable en el área económica, social y ambiental, pero también transparente (*accountable*) pues debe rendir cuenta de sus acciones.

En estas páginas se analizarán y evaluarán diversas iniciativas de responsabilidad social empresarial o corporativa existentes en el mundo desarrollado de Europa y Norteamérica y también las adoptadas en menor escala en Chile y América Latina.³ No se trata de un análisis exhaustivo pero cubre suficiente campo como para facilitar a los lectores una mayor conciencia ética más puesta al día y a la vez entender el manejo de los instrumentos técnicos con los que las grandes empresas enfrentan los actuales desafíos éticos en nuestro mundo globalizado. Las empresas, junto a sus *stakeholders*, tienen la capacidad de contribuir en forma decisiva al bien público. El crecimiento de la conciencia social en organizaciones sociales nacionales e internacionales, por ejemplo las ONGs, ayuda también al avance del proceso.

La **Primera parte** del informe presenta sucesivamente los acuerdos y documentos sobre RSE aprobados por diferentes organizaciones internacionales: Naciones Unidas (OIT, Global Compact, OMC y otros), Unión Europea, OECD, Banco Mundial, etc. Enseguida, se analizan las posiciones mencionadas en revistas de peso como *The Economist*.

La **Segunda parte** cubre el desarrollo de diversas organizaciones corporativas y empresas consultoras que operan activamente en la extensión de RSE en el mundo de los negocios y también de Organizaciones no gubernamentales (ONGs) “interesadas” que fomentan este tema en el mundo. Se pone énfasis en el fuerte desarrollo reciente en Estados Unidos y Canadá, en Europa y también en América Latina, sobre todo en Brasil, Argentina y México, donde el proceso más bien incipiente se ha acelerado en los últimos años. No es un análisis exhaustivo pero cubre una amplia muestra de casos que permitirá al lector hacerse una idea suficientemente precisa del proceso estudiado.

La **Tercera parte** incluye un análisis de los estándares utilizados por las redes RSE para certificar y otorgar etiquetados sociales a las empresas. Estos se van multiplicando

³ Hemos excluido del análisis a Asia, Oceanía, Europa del Este y África. Esperamos completarlo en parte en un segundo informe sobre CSR en la APEC.

en los últimos años y cubren diversos aspectos de la responsabilidad social en áreas sobre la calidad de los productos, el impacto ambiental, las finanzas, las inversiones y otros. Se extiende el análisis, a la vez, a la emisión de parte de las grandes empresas de Reportes sociales anuales RSE, práctica que comienza a acelerarse en América Latina.

La **Cuarta parte** analiza el avance reciente del proceso RSE chileno. Repetimos que no pretende ser una investigación exhaustiva sino abrir camino para extender el interés actual que se centra más bien en las grandes empresas, sobre todo filiales de transnacionales, hacia las empresas nacionales medianas y pequeñas.

Conviene recordar que este informe incluye los resultados de una investigación empírica en Internet realizada en el Departamento de Economía y Administración en la Universidad Alberto Hurtado desde Marzo a Enero 2006 y también del análisis de libros, informes y revistas especializadas y de entrevistas a una veintena de empresarios, y a especialistas, consultores nacionales, funcionarios públicos, especialistas, consultores nacionales y dirigentes sociales.⁴

Debo agradecer particularmente a don Ramón Aboitiz, Presidente de Sigdo Koppers y del Consejo Empresarial del MBA de la Universidad Alberto Hurtado, quien se interesó en el proyecto y apoyó su realización. Quisiera asimismo agradecer a mis colaboradores Rodrigo Pablo quien siempre me animó a seguir adelante, Andrés Suárez, quien dedicó seis meses a rastrear en Internet nuevos datos sobre el tema, a los colegas de Administración, Alfonso Cruz, Cristián del Campo S.J., María Paz Ahumada, a mi ayudante Ximena Aparicio, a mi secretaria Cecilia Pérez y a los más de 400 estudiantes egresados del MBA de nuestra universidad y a los provenientes cada año del MBA de *University of Notre Dame*, con quienes hemos discutido y avanzado en el conocimiento del fenómeno del avance mundial de la RSC.

Gonzalo Arroyo S J

⁴ Entre los empresarios más ligados al Consejo Empresarial del MBA de la UAH, aparte del mencionado Ramón Aboitiz, están: Juan Eduardo Errázuriz y Cirilo Córdoba (Sigdo Koppers), Bruno Philippi (Telefónica CTC), Oscar Guillermo Carretón (IANSA), Andrés Etchegaray (CELCO). Fueron también entrevistados José Said (BBVA), Gustavo Ramdohr (USACH), Mateo Budinic (VTR), Andrés Concha (SOFOFA), Gonzalo García (CMPC), Roberto de Andraca (CAP), Mario Montanari (Invertec), Jorge Carey (Carey y Cia.), Jorge Awad (Lan), Felipe Lira (AcciónRSE).

PRIMERA PARTE

EXPANSIÓN DEL CONCEPTO DE RSC EN EL CAPITALISMO GLOBALIZADO

Esta Primera Parte no pretende explicar totalmente los orígenes y la evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Sólo nos atendremos a señalar cómo algunos organismos internacionales como la ONU y gobiernos de países desarrollados y sus cuerpos especializados fueron dando forma a convenciones y acuerdos sobre la responsabilidad social en los negocios. Parte de sus recomendaciones son las que incluimos en esta sección, tales como las de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCED) que reúne a las economías desarrolladas y las de la Unión Europea (UE) que es más que un mero acuerdo comercial entre naciones del viejo continente.

En 1977 la OIT emite la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social. Este fue quizás el primer instrumento de carácter universal dedicado a la responsabilidad social en los negocios. Dicha declaración fue actualizada en 2000. La Cumbre de Río, convocada por la ONU en 1992, se refiere al medio ambiente, a la lucha contra la pobreza y al desarrollo sustentable, en donde gobiernos, especialmente los de países más desarrollados, asumieron compromisos con la agenda ahí elaborada.

Ha habido otras convenciones internacionales que también han apuntado de un modo u otro a la responsabilidad social corporativa y que luego han venido a incorporarse como criterios de los reportes sociales emitidos hoy por las grandes corporaciones. Entre estos criterios están la colaboración al empleo en la comunidad donde están insertas, los acuerdos contra el racismo y la discriminación de género, las exigencias en las modalidades de producción dentro de las cadenas de proveedores y en el comercio internacional. Todo esto ha conducido de a poco hacia una certificación ética de las compañías, con el apoyo y asesoría de redes internacionales y estándares en la elaboración de los reportes sociales anuales.

Por ejemplo, ISO introdujo en 1996 el estándar ISO 14000 sobre sistemas de gestión ambiental, compatibilizando las demandas del Acuerdo de Río y las negociaciones de la

ronda de Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Mientras que el GATT se concentraba en la necesidad de reducir las barreras no arancelarias al comercio, el Acuerdo de Río elaboró una comisión para la protección del medioambiente en el mundo. (ISO, 2004:12).

El *Global Compact* es una iniciativa de Kofi Anan, secretario general de la ONU. Nació en 2000 como resultado de las reuniones sostenidas en 1999 entre el *World Economic Forum* y Naciones Unidas para desarrollar un código de valores en las áreas de derechos humanos, estándares laborales y prácticas ambientales. Actualmente contiene 10 principios, cuya aplicación por los líderes empresariales implica utilizar pautas de desarrollo en el ámbito ambiental y social de carácter universal.

Por su parte, la Unión Europea (UE) ha aconsejado a sus Estados miembros sobre la necesidad de una acción pública para la promoción de la responsabilidad social corporativa. De esta forma, el papel de esta no es sólo una cuestión de las grandes compañías sino que también de los Estados. Algunas de estas iniciativas son la ley del parlamento francés sobre regulaciones de la nueva economía, la ley del parlamento belga para la Promoción de la Producción Socialmente Responsable, el Índice Social del Ministerio del Trabajo de Dinamarca o el “Proyecto RSE-SC” del Ministerio de Asuntos Sociales de Italia. Parte de estas iniciativas se abordan en el etiquetado belga y danés, las demás, por tiempo y espacio no han sido abordadas. Asimismo, una iniciativa europea concreta es el *CSR Campaign*, o Campaña europea de responsabilidad social corporativa. Sus esfuerzos se orientan a monitorear el desarrollo de la misma en los distintos países de la UE.

Una iniciativa que integra las orientaciones de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y los estándares de la OIT y de la OECD es *Social Accountability International*. Esta organización, a partir de 1997, ha desarrollado un conocido índice denominado SA8000, que ha venido a estandarizar la responsabilidad social, conjuntamente con otros índices.

Otras iniciativas del sector público son las Líneas Directrices de la OCED, elaboradas en 2000. Se trata de recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales, con el fin de ser un punto de referencia y entregar una herramienta para la promoción de la responsabilidad social en los países miembros. Hay también propuestas de RSC coordinadas por agencias gubernamentales como AGENDA en Escocia y más específicamente el proyecto europeo VADE-REGIO, en donde las administraciones públicas instan al desarrollo de la responsabilidad social en las empresas de distintas regiones europeas.

Enseguida analizaremos en más profundidad algunos de las declaraciones, documentos y consensos emitidos por organizaciones internacionales y gobiernos que corresponden sobre todo a las grandes empresas. Esto sin duda ha llevado a que en la última década estas van asumiendo en mayor o menor grado directamente su responsabilidad como veremos en la Segunda parte de este informe.

1. Declaración tripartita de principios, OIT (2001)

El primer instrumento de carácter internacional dedicado en buena parte a definir la responsabilidad social que cabe en los negocios es la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social. Fue publicada por primera vez en 1977, siendo enmendada en 2000, enmiendas que no alteraron el corpus de la declaración adoptada por la Organización Internacional del Trabajo, OIT.

Tal como lo señala esta declaración: mediante las inversiones internacionales directas internacionales y otros medios, las empresas multinacionales pueden aportar ventajas substanciales al país de acogida y a los países de origen (OIT, 2001:2). Es más, en el marco de las políticas de desarrollo establecidas por los gobiernos, pueden ofrecer también una contribución muy importante a la promoción del bienestar económico y social; a la mejora del nivel de vida y la satisfacción de las necesidades básicas; a la creación de oportunidades de empleo, tanto directa como indirectamente; y a la promoción de los derechos humanos básicos, incluida la libertad sindical, en todo el mundo (OIT, 200:2).

Este documento no ofrece una definición de empresa multinacional, sino insiste en que los principios allí enunciados son recomendados a los gobiernos, a las organizaciones de empleadores y de trabajadores de los países de acogida y de origen y a las empresas multinacionales (OIT, 2000:3).

Los temas que aborda la Declaración son:

- Empleo
- Promoción del empleo
- Igualdad de oportunidades y de trato
- Seguridad del empleo
- Capacitación y enternamiento
- Condiciones de vida y de trabajo
- Salarios, prestaciones y condiciones de trabajo
- Edad mínima
- Seguridad e higiene
- Relaciones de Trabajo
- Libertad sindical y derecho de sindicación
- Negociación colectiva
- Consultas (cuestiones de interés mutuo entre empleadores, trabajadores y sus representantes)
- Examen de las reclamaciones
- Solución de conflictos laborales

La Declaración de la OIT, proporciona, además una lista con los convenios y recomendaciones internacionales existentes sobre el trabajo e invita a los gobiernos de los Estados miembros de la OIT, a las organizaciones de trabajadores y de empleadores y a las empresas multinacionales que operan dentro de los territorios de dichos Estados a observar estos principios. Gran parte del contenido de esta Declaración está expresado en los puntos del sistema preparado por *Social Accountability Internacional*, SAI, el índice SA8000, que los incorpora, conjuntamente con otros criterios universales.

2. Comisión Europea, Bruselas

En el marco de la Unión Europea responsabilidad social hay algunos antecedentes claves, entre estos:

- El llamamiento del Consejo Europeo de Lisboa en 2000 a las empresas para que asuman sus responsabilidades sociales en lo que respecta a las prácticas correctas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible.
- La invitación del Consejo Europeo de Niza (diciembre de 2000), en el marco de la aplicación de la Agencia Social Europea, a respaldar las iniciativas relacionadas con la responsabilidad social de las empresas en la gestión del cambio, para luchar contra todas las formas de exclusión y discriminación para favorecer la integración social, a crear las condiciones que permitan una asociación eficaz con los interlocutores sociales, las organizaciones no gubernamentales, las autoridades locales y los organismos que gestionan servicios sociales, y a implicar a las empresas en esta asociación con objeto de reforzar su responsabilidad social.
- La acogida del Consejo Europeo de Estocolmo respecto de las iniciativas tomadas por las empresas para favorecer la responsabilidad social dentro de las mismas:
 1. El Libro Verde de la Comisión “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, de junio de 2001.
 2. Las comunicaciones de la Comisión Europea relativas a la calidad, a las normas sociales y a la gobernanza:
 - “Políticas sociales y de empleo: un marco para invertir en la calidad” [COM (2001) 313]
 - “Promover las normas fundamentales del trabajo y mejorar la gobernanza social en el contexto de la mundialización” [COM (2001) 416]
 3. Conclusiones de la Cumbre Europea de Bruselas, marzo de 2005, en especial la Conclusión 20 que hace referencia a que las empresas deben desarrollar su responsabilidad social.

El Consejo Europeo, apoyando la iniciativa del Libro Verde, añadió que el enfoque para el desarrollo de la RSE en Europea debiera ser complementario a otras iniciativas paralelas, a saber, las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, las normas fundamentales para empleo de la OIT, Declaración Tripartita de la OIT sobre empresas multinacionales y la política social o el *Global Compact* de las Naciones Unidas.

El Libro Verde de la Comisión Europea

En 2001 la Comisión Europea elaboró el Libro Verde “Fomentar un marco europeo sostenible para la responsabilidad social de las empresas”. Este tiene por objetivo iniciar un amplio debate sobre cómo se podría fomentar la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone, dice el documento, un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo (2001:6) El informe afirma que las expectativas de los ciudadanos de los países de la Unión Europea sobre las empresas son más altas. En una visión de largo plazo, el crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente deben avanzar en paralelo.

Como bien señala el Libro Verde, la Unión de Confederaciones de la Industria y de los Empresarios de Europa hizo hincapié en que las empresas europeas se consideran parte integrante de la sociedad y actúan de una manera socialmente responsable; consideran que la realización de beneficios es el principal objetivo de las empresas, pero no su única “razón de ser”, y optan por una reflexión de largo plazo sobre las decisiones y las inversiones estratégicas.

Posteriormente a la publicación del Libro Verde, la Comisión ha venido desarrollando algunas definiciones sobre la RSE.

En el caso español (2005) se ha definido el objetivo y definición de la RSE de la siguiente manera: *La RSE tiene como objetivo la sostenibilidad basándose en un proceso estratégico e integrador en el que se vean identificados los diferentes agentes de la sociedad afectados por las actividades de la empresa. Para su desarrollo deben establecerse los cauces necesarios para llegar a identificar fielmente a los diferentes grupos de interés y sus necesidades (...) Las políticas responsables emprendidas desde la empresa generan unos resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente.*

La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión (...) de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos. (...) La RSE se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses

de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en la sociedad en general.(...) Si bien la responsabilidad social corresponde en primer lugar a las empresas se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean públicas y privadas, con ánimo o sin ánimo de lucro (Ministerio de Asuntos Sociales de España, 2005, 2-3).

Como señala más tarde el Ministerio de Asuntos de España, los poderes públicos pueden y deben establecer políticas como las siguientes:

1. de promoción e incentivo de la RSE, aplicable tanto a las grandes empresas como a las Pymes
2. universalizar y regularizar aspectos tales como los reportes de las empresas y su verificación
3. una tarea de fomento (educación y formación, información y apoyo técnico) para el desarrollo de la RSE en la sociedad y las empresas y sus directivos
4. una consolidación de la voz de las partes interesadas o grupos de interés
5. instrumentos de deliberación y concertación para el punto anterior
6. los poderes públicos tienen que utilizar los criterios de la Responsabilidad Social como guía para toda la normativa administrativa con el fin de proteger los derechos de básicos de las personas.

Sobre las inversiones socialmente responsables el Ministerio de Asuntos Sociales de España ha afirmado que la exigencia de un comportamiento responsable de las empresas por parte de algunos inversores permitirá que las instituciones financieras respondan a esta demanda como los denominados productos éticos o socialmente responsables.

3. European Business Campaign on Corporate Social Responsibility

El *European Business Campaign on Corporate Social Responsibility*⁵ es una respuesta al llamado de la Cumbre Europea de marzo de 2000 en Lisboa. Allí los líderes de estados europeos definieron como una nueva meta estratégica el hacer de Europa la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de un crecimiento económico sustentable, con más y mejores puestos de trabajo y una mayor cohesión social.

Esta organización tiene como meta movilizar a personas y socios para integrar a la RSE a los negocios en el contexto europeo. Se han organizado, en 15 ciudades, incluyendo a

⁵ Información disponible en <http://www.csrcampaign.org>

los países que están aplicando a su incorporación a la Unión Europea, redes de trabajo y conferencias lideradas por organizaciones de negocios nacionales activas en el campo de la RSE. Esta red cuenta con 5.000 participantes.

Para la *European Business Campaign* hay tres tipos de responsabilidad: económica, ambiental y social. La RSE trata sobre la integración sobre los temas del lugar de trabajo, derechos humanos, la comunidad y mercado a la base de las estrategias de negocios.

Esta “campana” apunta a los siguientes objetivos:

- Hacer que las personas entren en contacto entre sí para celebrar lo que puede ser alcanzado a través de una nueva forma de hacer negocios.
- Profundizar el conocimiento e implementación de la RSE a través de la capacitación, instrumentos de gestión y difusión del conocimiento.
- Ampliar el debate en responsabilidad social y desarrollar la asociatividad entre negocios y stakeholders.

Con la mirada puesta en la sostenibilidad de los negocios y la reputación de las compañías que incorporan la RSE dentro de sus estrategias, la *European Business Campaign* enuncia algunos de los beneficios de la RSE. Estos son:

- Mejora del comportamiento financiero.
- Reducción de los costos de operación.
- Aumento del valor y reputación de la marca/fábrica.
- Sostenibilidad de largo plazo para la compañía y la sociedad.
- Retorno de las inversiones de largo plazo.
- Mejor gestión del riesgo y la crisis.
- Mejora del comité de trabajadores.
- Buenas relaciones con el gobierno y las comunidades.
- Licencia para operar.
- Aumento de la productividad.

Dentro de la documentación disponible se encuentran dos reportes, ambos denominados *It simply works better!* El primero comprende el período 2002-2003, y segundo el período 2003-2004.

Un elemento útil sobre esta iniciativa es poder conocer lo que se ha denominado como Matriz Europea de Responsabilidad Social de la Empresa. Más adelante se indican, por país, las etiquetas, premios, códigos y principios, las guías para elaborar informes sociales, foros e índices, legislación y, herramientas.

Matriz Europea de Responsabilidad Social de la Empresa

	ETIQUETAS	PREMIOS	CÓDIGOS Y PRINCIPIOS	GUÍAS PARA ELABORAR INFORMES SOCS.	FOROS, ÍNDICES, LEGISLACIÓN	INICIATIVAS DE MULTI-STAKEHOLDERS	HERRAMIENTAS DE RSE
AUSTRIA	-Transfair (Etiqueta de Comercio Justo)		Campaña Clean Clothes				
BÉLGICA	-Etiqueta Social -Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo)	-Koning Boudewijn Prijs -Plus Prize -Bedrijfsrevisoren CSR prize -Randstad HR award -Meest mensvriendelijk bedrijf			-Índice Ethibel -Ley de Fondos de Pensiones (2001)	-Iniciativa Trivisi	-Albatros -SME Key
DINAMARCA	-Det Sociale Indeks -Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo)	> Netværksprisen > Integrationsprisen > MIA-prisen		-Ministerio de Asuntos Sociales: Guía para el Informe Social y Ético -Sociale regnskaber. Inspiration til mindre og mellemstore virksomheder		-Comité de Coordinación para la adopción de medidas preventivas en el mercado laboral -Nordic Partnership	-Det Sociale Indeks. Herramienta para la Autoevaluación -www.socialtaaler.dk
FINLANDIA	-Reilukuappa (Etiqueta de Comercio Justo)	Premio del Informe Ambiental y Social	-Principios Sociales en la importación. Cámara de Comercio -Monika. Comité on Investment and Multinational Enterprises			Foro Ético	-FIBS, Herramientas de RSE para la gestión de recursos humanos -SME Key
FRANCIA	-Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo) -Label socialement responsable - le Comité intersyndical de l'épargne salariale	-De l'Etiquette sur l'Etiquette	Ley la Campaña en el Reporte Social (2001)	-Foro por la Inv. Responsable -Aprobación de la Enmienda a la ley sobre Planes de Ahorro para Empleados -Vigeo			-ORSE, Guía del Análisis Sustentable -CJDES Bilan Societal -AFNOR, Guía para la Gestión de la RSE -IMS Diagnostic Societal

	ETIQUETAS	PREMIOS	CÓDIGOS Y PRINCIPIOS	GUÍAS PARA ELABORAR INFORMES SOCS.	FOROS, INDICES, LEGISLACIÓN	INICIATIVAS DE MULTI-STAKEHOLDERS	HERRAMIENTAS DE RSE
ALEMANIA	-Transfair (Etiqueta de Comercio Justo) -Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)	-Preis Freiheit & Verantwortung -Premio Carl Bertelsmann	-Clean Clothes Campaign		-Foro Nachhaltige Geldanlagen -Indice Natr-Aktien -Ley de acceso al Fondo de Pensiones		
GRECIA		-Premios Ambientales y Sociales de la Cámara de Comercio de Atenas					
IRLANDA	-Fairtrade Mark Ireland (Marca de Comercio Justo) -Estandar Excellence Through People	-Premio Guinness Living Dublin -Best Place to Work Irlanda -Premio ACCA Reporting		-BICT Ireland: Guía para el Informe de Responsabilidad Corporativa	-Hibernian SRI Funds	-Social Partnership Agreements	-Company Support Tool -Workbook on Employee Community Involvement -SMEKey
ITALIA	-Network Lavoro Etico (Etiqueta de Calidad Social) -Transfair (Etiqueta de Comercio Justo) -SA8000	-Oscar di Balacio e della Comunicazione -Socialitas Social Awards -GDO Week Brand Awards	-Confindustria/ABI Guía para la prevención de la corrupción -Clean Clothes Campaign	-Gruppo Bilancio Sociale, Guía para Informes -Ministerio del Trabajo y la Política Social	-Foro per la Finanza Sostenibile		-SME Key -Q-Res Management Tools
LUXEMBURGO		-Le Prix féminin de l'entreprise					
HOLANDA	-Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo)	-Business Compliment -Premio ACC para Informes Ambientales y Sociales -Diversity Award	-Clean Clothes Campaign	-Dutch Council for Annual Reporting guidelines	-Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling KOMPakt		-Guía Rabobank How-to-do para Pymes
NORUEGA	-Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo)	-Retningslinjer for menneskerettigheter og miljø -Initiativ for Etisk Handel				Checklist de Derechos Humanos NHO	

	ETIQUETAS	PREMIOS	CÓDIGOS Y PRINCIPIOS	GUÍAS PARA ELABORAR INFORMES SOCS.	FOROS, INDICES, LEGISLACIÓN	INICIATIVAS DE MULTI-STAKEHOLDERS	HERRAMIENTAS DE RSE
PORTUGAL		-CITE - Prémio Igualdade é Qualidade" -EXAME Premio de Mejores Prácticas	-Clean Clothes Campaign				
ESPAÑA		-Premios Empresa y Sociedad -Premio Éxito en los Negocios	-Código de Buen Gobierno para los Negocios Sustentables -Clean Clothes Campaign	-Iniciativa para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad	-FES Ranking de Empresas		
SUECIA	Rättvismärkt (Etiqueta de Comercio Justo)	Årets Nyföretagare	-Swedish Amnesty Business Group Guidelines -Clean Clothes Campaign		-Indice Humanix Ethical -Ley sobre Fondos de Pensiones Nacionales (2000)	-Global! Ansvsar -Socio sueco para Global Responsibility -Nordic Partnership	
SUIZA	-Max Havelaar (Etiqueta de Comercio Justo) -Etiqueta LINK	Premio de Sostenibilidad	-Clean Clothes Campaign		-Indice de Sostenibilidad SAM		
REINO UNIDO	-SME Kitemark -Etiqueta de Comercio Justo -Good Corporation	-Premio para la Excelencia Negocios en la Comunidad -The Queen's Awards for Enterprise -Premio ACCA UK para Informes de Sostenibilidad	-Iniciativa Ethical Trading -Labour Behind the Label	-Business Impact Framework	-FTS4GOOD -Indice Corporate Responsibility -Morley Sustainability Matrix -UK Sustainable Investment Forum -Regulación de Acceso a las Pensiones, 2000	-New Deal Task Force	-Business Impact Framework -Getting Engaged: A Toolkit for Trustees
EUROPA		-Best Workplaces UE		Global Reporting Initiative	Eurosf	-European Multistakeholder Forum on CSR	-SME Key -SRI Compass

Fuente: Campaign Report on European Excellence 2003-2004.

4. Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo, OCED

La *Líneas directrices de la OCED para empresas multinacionales*, elaboradas en 2000, en adelante *Directrices*, son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales.⁶ Enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables. De lo que se trata es de garantizar que las compañías se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir y mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

Los ámbitos que contemplan las *Directrices* para las empresas multinacionales contienen los siguientes elementos:

- a. *Conceptos y principios*. Se establece la voluntariedad de las recomendaciones, y de la colaboración público privada en la interpretación de las *Directrices*.
- b. *Principios generales*. Son 11 puntos que las empresas deben tener plenamente en cuenta las políticas fijadas por los países en que ejercen su actividad.
- c. *Publicación de informes*. Las empresas deberán divulgar información significativa sobre: resultados financieros y operativos de la empresa; objetivos de la empresa; principales accionistas y los derechos de voto; miembros del consejo de administración y los altos directivos, así como sus remuneraciones; factores de riesgo previsible más importantes; cuestiones significativas relativas a los empleados y a otros terceros interesados en la marcha de la empresa: estructura y políticas de gobierno empresarial. *Información adicional que las empresas pueden incluir*: declaraciones de valores, dirigidas al público, que incluya códigos de conducta; información sobre sistemas de gestión de riesgos y de cumplimiento de disposiciones legales, declaraciones o códigos de conductas; información sobre las relaciones con los empleados y otros terceros interesados en la marcha de la empresa.
- d. *Empleo y relaciones laborales*. En este punto las *Directrices* alientan el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las personas, como a buenas prácticas sindicales y el respeto a los trabajadores y sus representantes.
- e. *Medio ambiente*. Compete a la empresa: Adecuado sistema de gestión ambiental, tanto en la recopilación de información como de la cuantificación de las metas en la mejora de resultados medioambientales, y su seguimiento; Adecuado sistema de información a ciudadanos y trabajadores sobre los efectos de las actividades de la empresas en áreas de medio ambiente, salud y seguridad; Evaluar impactos reversibles vinculados con el ambiente, salud y seguridad; Abstenerse de la falta

⁶ Información disponible en: <http://www.mcx.es/polco/InversionesExteriores/acuerdosinternacionales/directrices/TextoDIRECTRICES.PDF>

de certeza científica que, en situaciones en las que por aumentar la eficiencia de la compañía, puedan llegar a afectar el medio ambiente, la salud y la seguridad de las personas; Mantener planes que aminoren la probabilidad de daños al medio ambiente y la salud; Mejora continua de resultados medio ambientales; Proporcionar una educación adecuada y formación pertinente a los empleados en materia de medio ambiente, salud y de seguridad de las personas; Contribuir al desarrollo de una política pública útil desde el punto de vista medio ambiental y eficiente en términos económicos a través, por ejemplo, de acuerdos de colaboración o de iniciativas que aumenten la sensibilización medioambiental y la protección del medio ambiente.

- f. *Lucha contra la corrupción.* Las empresas no deberán ofrecer, prometer, dar ni solicitar, directa o indirectamente, pagos ilícitos u otras ventajas para obtener o conservar un contrato u otra ventaja ilegítima. Tampoco se deberá solicitar a las empresas que ofrezcan, ni esperar que lo hagan, pagos ilícitos u otras ventajas indebidas.
- g. *Intereses de los consumidores.* En sus relaciones con los consumidores, las empresas deberán actuar siguiendo unas prácticas comerciales y publicitarias justas y deberán adoptar todas las medidas razonables para garantizar la seguridad de los bienes y servicios que proporcionan.
- h. *Ciencia y tecnología.* Implica un esfuerzo por una colaboración activa con los planes de los gobiernos en materia de ciencia y tecnología, desarrollar tecnología y mecanismos de transferencia del know-how en el mundo local, ya sea en ámbito comercial, como académico o profesional.
- i. *Competencia.* Significa que las compañías deberán llevar a cabo sus actividades de forma competitiva, absteniéndose de celebrar contratos que permitan actuar como monopolio o cartel con otras compañías.
- j. *Fiscalidad.* Contribuir a las finanzas públicas locales efectuando el pago de sus deudas fiscales, cumpliendo con las disposiciones legales y reglamentarias del país en donde ejerzan sus actividades.

Principios Generales OECD (2001)

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales del gobierno de acogida.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local, incluidos los sectores empresariales locales, desarrollando al mismo tiempo las actividades de la empresa en los mercados interiores

y exteriores de una manera compatible con la necesidad de prácticas comerciales saludables.

4. Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario relacionadas con el medioambiente, la salud, la seguridad e higiene, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias.
6. Apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.
7. Desarrollar y aplicar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas, mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las *Directrices* o a las políticas de la empresa.
10. Alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las *Directrices*.
11. Abstenerse de cualquier ingerencia indebida en actividades políticas locales.

5. *Global Compact*: Naciones Unidas, New York

Global Compact o Pacto Global, es una iniciativa internacional de las Naciones Unidas, creada en 2000 por Kofi Anan, que insta a los líderes empresariales y las corporaciones para que, voluntariamente trabajen conjuntamente con las agencias de Naciones Unidas, trabajadores y la sociedad civil para apoyar principios ambientales y sociales de carácter universal.⁷

Se espera que los miembros asociados a *Global Compact* comuniquen anualmente a sus *stakeholders* de los avances en la puesta en marcha de sus “10 principios” a través de las memorias anuales, informes de sostenibilidad y otros medios de comunicación corporativos. Se insta, además, a que los participantes remitan una breve descripción

⁷ Sobre la base de www.unglobalcompact.org y *Communication on Progress*. Empresas CMPC (2005)

de estos informes a *Global Compact* o a sus redes locales. Cabe señalar que a los diez principios iniciales se ha incorporado uno más, según se puede observar en la tabla.

Para mantener la integridad de la iniciativa, sólo aquellos participantes que comuniquen sus avances podrán continuar en ella. Por tal motivo, el documento de estos avances denominado "*Communications on Progress*", COPs, debe incluir los siguientes tres elementos:

- Una declaración del presidente corporativo que de cuenta del apoyo a la iniciativa
- Una descripción de las acciones emprendidas para poner en marcha los principios del global compact durante el período anual anterior
- Una medición de los resultados a través de indicadores. Se sugiere, por ejemplo, el Global Reporting Initiative, que será descrito en un acápite posterior.

Los principios del Global Compact

Derechos Humanos

1. Las compañías deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional, y evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.
2. Evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.

Normas Laborales

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
5. La abolición efectiva del trabajo infantil; y
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Medioambiente

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnología inocuas para el medioambiente.

Anticorrupción

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas incluidas extorsión y soborno.

Los países americanos miembros de la red *Global Compact* son Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos, Panamá. Los países americanos sólo observadores que con todo participan son Canadá, Guyana, México, Paraguay y Puerto Rico. El resto de los países aún no participan en la red *Global Compact*. En la Cuarta Parte de este informe se presentará un informe detallado de su acción en Chile.

6. Banco Mundial (BM)

El Banco Mundial (BM) desarrolla un Programa denominado “Gobernanza Corporativa y Responsabilidad Social Corporativa” que dispone de su propio sitio dentro de la web del BM.⁸ El programa tiene por objetivo el desarrollo de un enfoque de aprendizaje orientado a la acción y al desarrollo de capacidades para el cambio institucional. Promueve iniciativas y políticas locales dentro del ámbito nacional para las buenas prácticas de la RSE, y que fortalezca el esfuerzo de promover transparencia, valores sociales sólidos y desarrollo equitativo a nivel mundial. El concepto de RSE se trabaja como elemento que permite ventajas competitivas sostenibles y considera los intereses de los stakeholders para una mirada sistemática de los negocios de las empresas. El BM, a través de esta iniciativa, asiste conjuntamente al gobierno, la sociedad civil y las empresas en la construcción de coaliciones para la acción como para el diseño e implementación de programas integrales de RSE. La labor del BM es la de presentar las herramientas, sistemas y condiciones que proveen incentivos para el profesionalismo y altos estándares de conducta.

Los temas definidos como de interés para la institución dentro de la RSE son nueve, a saber:

1. Gobernabilidad corporativa, códigos y estándares
2. Ética en los negocios, liderazgo y valores
3. Responsabilidad social de la empresa y competitividad
4. Sector privado y desarrollo
5. El sector privado, paz y democracia
6. Negocios, empresariado social y *clusters*
7. Juventud y desarrollo
8. Currículum en asuntos del sector privado y desarrollo
9. VIH/SIDA y el sector privado

Los temas que han merecido mayor atención la *responsabilidad social de la empresa y competitividad* y, *juventud y desarrollo*. En los siguientes puntos se describirán parte de estas iniciativas y las áreas temáticas que comprenden.

⁸ La información que se transcribe se encuentra disponible en www.worldbank.org

RSE y competitividad

Para el BM existen cinco elementos que componen el impacto de la RSE sobre la competitividad sostenible. Son, de alguna manera, la justificación de la promoción de iniciativas de RSE.

1. *Mejora de la reputación de marca.* Las empresas no pueden mantener su ventaja competitiva a menos que se preocupen de clientes, productos, medioambiente y las comunidades en las que operan. El BM alude al Reporte Turnbull, que forma parte de los lineamientos para la gestión corporativa en el Reino Unido.
2. *Operaciones más eficientes.* En el uso de los recursos naturales, reducción de desechos. Menores costes laborales como consecuencia de prácticas responsables con los recursos humanos. Recomienda el desarrollo de programas para mejorar un balance trabajo/vida personal en condiciones laborales dignas, que resultan en un menor ausentismo, menores conflictos laborales y menor rotación de personal. Todo ello reduce costos en la contratación y entrenamiento y afectar positivamente la productividad.
3. *Mejor desempeño financiero.* Sobre la correlación positiva que puede existir entre prácticas empresariales socialmente responsables y un mejor desempeño financiero.
4. *Aumento de las ventas y lealtad de parte del consumidor.* Además de los criterios de precio y calidad, los consumidores además han comenzado a incorporar otros, como los criterios sociales y los medioambientales de fabricación.
5. *Mayor capacidad para atraer y conservar empleados de calidad.* Sobre la responsabilidad social y el atraer y conservar una fuerza laboral comprometida y capacitada para el éxito del negocio.

Programas del BM en marcha en Latinoamérica

El BM desarrolla en Latinoamérica programas de RSE en tres países: Brasil, Guatemala, México, sobre la base de los cinco temas antes definidos.

- **Brasil**

El Banco Mundial lleva a cabo una colaboración con la Fundação Getulio Vargas (FGV), específicamente para la incorporación del RSE y la ética empresarial en el currículo del MBA que imparte la institución.

Además, se ha creado un programa conjunto con la FCG, el Programa de Responsabilidad Corporativa de la Wharton School of Business (Universidad de Pennsylvania) y el Instituto del BM.

Conjuntamente con el Instituto Ethos, el Instituto del BM ha colabora en el “Programa de Cualificación de Empresarios Jóvenes”.

Además, se ha conformado la *Red de Empresarios Jóvenes Brasileños*, que es una asociación sin ánimo de lucro gestionada por estudiantes, integrando los últimos conocimientos académicos con la experiencia práctica de dirigir proyectos de consultoría para compañías en varios sectores. Las entidades participantes son la FGV, la Confederación de Empresas del Brasil y la Federación de Empresarios Jóvenes del Estado de Río de Janeiro.

- Guatemala

Entre las actividades que lleva a cabo el BM es el curso en línea “Responsabilidad Social de la Empresa y Competitividad Responsable”. Es impartido en colaboración con el Instituto Tecnológico de Monterrey. En el curso celebrado en 2005 para estudiantes de Guatemala se contó con la colaboración de la Comisión de Competitividad de Guatemala y CentraRSE, organización que promueve las prácticas de RSE en Guatemala.
- México

El BM lleva a cabo un trabajo de colaboración para los cursos en línea que imparte. En este país se ha establecido un convenio con el Instituto Tecnológico de Monterrey y el grupo industrial CEMEX.

7. Principios *Equator*

Los *Equator Principles*⁹, están orientados a las entidades bancarias y son normas de adhesión voluntaria impulsadas por la Corporación Financiera Internacional (IFC, en inglés), agencia dependiente del Banco Mundial y fueron lanzados en junio de 2003. Los Principios nacieron en 2002 a partir de una reunión de bancos organizada por la IFC para discutir los temas ambientales y sociales en los proyectos de inversión, los “*project finance*”. En dicha reunión los bancos acordaron desarrollar un criterio común para evaluar el riesgo en estos temas, que condujo posteriormente a los principios, 17 en total.

Como no existe una pauta específica para cada proyecto, se aplican las Pautas ambientales del Banco Mundial y las Pautas Generales del IFC sobre Salud y Seguridad. La primera de estas pautas considera 41 tipos de proyectos (por ejemplo, manufacturas, frutas, pesticidas, petróleo, textiles, etc.). Las pautas de IFC considera 28 tipos de proyectos (por ejemplo, aeropuertos, procesamiento de pescados, turismo, pesticidas, etc.).

⁹ Fuente: sitio web: <http://www.equator-principles.com>. Además, “Evaluación crediticia de la banca suma criterios socio-ambientales”, Carmen Mieres. Columna Reputación y Responsabilidad del Diario Financiero, 22.07.2007, página 15. Nota: dicha columna era elaborada conjuntamente con Generación Empresarial, pero dejó de aparecer en mayo de 2005.

En 2005 se cuenta con 31 entidades bancarias que han adoptado los principios. La adhesión implica que los bancos, además de la evaluación crediticia para el financiamiento de los grandes proyectos de inversión, sume criterios sociales y ambientales. Una vez concedido los recursos, se lleva a cabo un seguimiento para asegurarse de que las empresas beneficiarias de crédito cumplan estos estándares.

Aspectos que consideran los principios 17 principios:

- Desarrollo sostenible y uso de recursos naturales renovables
- Protección de la salud, diversidad cultural y biodiversidad (inclusión de especies en peligro y ecosistemas sensibles).
- Sistemas de salud y seguridad (prevención de incendios)
- Impactos socioeconómicos, sobre personas y comunidades indígenas y sobre proyectos anteriores o futuros.
- Sistemas de adquisición y uso del suelo
- Reasentamientos involuntarios de población
- Participación de sectores afectados en el diseño e implementación del proyecto
- Consideración de alternativas preferibles en términos sociales y ambientales
- Eficiencia en la producción, transporte y consumo de energía
- Prevención y control de la contaminación y optimización de la gestión de residuos

Los principios permiten que las compañías bancarias puedan categorizar el riesgo ambiental y social. Si las empresas no cumplen con los principios, se incrementa la tasa de riesgo y, con ello, se encarece el crédito.

Los principios se aplican a proyectos cuyo costo es de US\$50 millones o más, e incluye el impacto ambiental sobre flora y la fauna, la exigencia de compensaciones monetarias para las poblaciones afectadas por la iniciativa, la protección a comunidades indígenas y la prohibición de financiar el uso de trabajo infantil o esclavo.

Los estándares de los proyectos sociales y medioambientales que deben tenerse en cuenta son:

Clasificación de los proyectos según criterios de impacto social y medioambiental en tres categorías, A: riesgo alto, B: riesgo medio y, C: riesgo bajo.

Evaluación medioambiental y social de proyectos clasificados como A o B.

Formulación de un plan de Gestión Medioambiental para todos los proyectos A y para aquellos proyectos B que el banco estime. Dicho plan deberá proponer planes de mitigación, seguimiento y gestión de riesgos sociales y medioambientales para reducir los riesgos de la comunidad donde van a ser implementados.

Los contratos de financiamiento deberán incluir cláusulas de cumplimiento con los estándares sociales y medioambientales y el Plan de Gestión Medioambiental

Los entidades que están adheridas pertenecen a 14 países, y son las mencionadas en el cuadro posterior. Los países americanos representados son Brasil, Canadá y Estados Unidos.

Entidades Bancarias que han adoptado los *Equator Principles* (2005)

ABN AMOR Nank, N.V.	HVB Group
Banco Bradesco	ING Group
Banco do Brasil	JP Morgan Chase
Banco Itaú	KBC
Banco Itaú BBA	Manulife
Bank of America	MCC
Barclays plc	Mizuho Corporate Bank
BBVA	Rabobank Group
Calyon	Royal Bank of Canada
CIBC	Scotiabank
Citigroup	Standard Chartered Bank
Credit Suisse Group	The Royal Bank of Scotland
Dexia Group	Unibanco
Dresdner Bank	WestLB AG
EKF	Westpac Banking Corporation
HSBC Group	

8. Algunas críticas sobre la RSC en *The Economist*

Hasta aquí sólo se ha presentado instancias internacionales que han favorecido el desarrollo de la RSC. Sin embargo, hay posiciones críticas que proceden no tanto de medios corporativos sino más bien de observadores políticos ligados al mundo económico y empresarial. El caso más significativo es el del semanario internacional *The economist*, la excelente revista editada en Inglaterra que tiene un alcance enorme tanto en el mundo de los negocios y de la política como en los ambientes académicos. En su edición de Enero 2004 presenta un largo análisis en que critica con sarcasmo a las empresas que “rinden elaborada obediencia a los principios de la responsabilidad social corporativa. Cuentan con oficiales RSC, consultores RSC, departamentos de RSC e iniciativas RSC ...”¹⁰. Afirma que sus partidarios se basan en un análisis equivocado – y peligrosamente

¹⁰ *The Economist* (Enero 22, 2005), p 11

equivocado – del sistema capitalista que pretenden redimir. A saber, que las ganancias de las empresas privadas no vayan exclusivamente a los accionistas (*shareholders*) y que, preocupándose del bien público, éstas alcancen además a los otros “interesados” de las empresas (*stakeholders*). A menudo, afirma, el estado puede imponer tales obligaciones a través de impuestos y regulaciones a las empresas, “pero esto no descargaría a la empresa iluminada de su deuda social. Para eso se requiere RSC. Ahí está el error” termina afirmando la revista.

Para reforzar su tesis, esta vuelve al análisis neoliberal de M. Friedman, quien en 1970 afirmó en el *New York Times*, que no existe un bien social y que los administradores de las empresas deben limitarse “a aumentar las ganancias para los dueños, es decir los accionistas”. Este pensamiento estuvo a la base de las políticas de ajuste económico del Consenso de Washington, practicadas por el FMI y el Banco Mundial en los países latinoamericanos en los desastrosos años 80s, con magros resultados económicos y sociales. Hoy felizmente estas instituciones internacionales, incluida la ONU, han ido corrigiendo esas políticas y son partidarias además de la RSC como se vio más arriba en este informe.

Sin embargo, la revista otra vez acude a la idea que “la búsqueda egoísta de ganancias presta servicio a una causa social”, apoyándose por supuesto en la frase de Adam Smith en “*La riqueza de las naciones*” que “no es de la benevolencia del carnicero, del cervecero, del panadero, que esperamos nuestra comida, sino de su búsqueda de su propio interés”. No es el lugar aquí para analizar esta discusión teórica. Baste decir que hay cada vez más autores que ponen en duda esa visión estrecha de Adam Smith, quien, como moralista que era, en su obra clásica estaba altamente preocupado de las políticas sociales que afectaban a los productores y los trabajadores. Sin negar el libre mercado, aceptan la necesidad de la acción reguladora del mercado por el Estado pero ahora adhieren también a una tercera alternativa que son las redes de RSC que pueden hacer menos necesaria, al menos en algunos casos, la intervención reguladora del Estado.

Pero razón tiene *The Economist* de hacerse dos preguntas suponiendo las buenas intenciones de RSC – y no sólo motivaciones más bajas por ejemplo de sólo mejorar cosméticamente su imagen corporativa, Estas son: ¿Mejora la RSC las ganancias de la empresa al largo plazo? ¿hace avanzar efectivamente el bien público más amplio? Preguntas a las que no daremos respuesta aquí invitando primero al lector de leer las opciones que ofrecen las diferentes redes de RSC en la segunda parte de este informe.

Otro tema tratado críticamente por *The Economist* es la Ley Sarbanes Oxley¹¹, más conocida como SOX, promulgada por la Securities and Exchange Comisión, SEC, en junio de 2002. El cuerpo legal apunta a restaurar la confianza de los inversionistas tras los frau-

¹¹ Mieres, Carmen “Ley Sarbanes Oxley no puede ser monopolio de la alta gerencia”, el Diario Financiero, 23.09.2004. página 26.

des financieros de firmas como *WorldCom* o *Enron*, de manera que las empresas lleven a cabo sus actividades de manera responsable para con la sociedad y sus *stakeholders*. Por lo demás, no pocos piensan que el crecimiento de la adhesión de las grandes empresas a RSC se debe en buena medida a estos escándalos de corrupción.

Reseña del caso Enron¹²

Hasta el año 2001 Enron Corporation era la empresa de electricidad más grande del mundo. Creada en 1985, alcanzó en 1999 ventas consolidadas por US\$40 billones, obteniendo utilidades netas ese año de US\$893 millones. En 2000, sus ingresos más que duplicaron los del año anterior, bordeando los US\$100 billones. Ese mismo año fue la compañía más grande de Estados Unidos. En agosto de 2000, la acción alcanzó su máximo histórico y se transaba a US\$90,56.

En septiembre de 2001 Wall Street comienza a exigir a la empresa información financiera más detallada. El 16 de octubre Enron reporta su primera pérdida trimestral en más de 4 años, al reconocer una pérdida de US\$1 billón por malos negocios con empresas relacionadas. Veinte días después, el 6 de noviembre, Enron corrige ganancias desde 1997 reconociendo, entre otras cosas, haber sobreestimado ganancias por unos US\$600 millones. Menos de un mes más tarde, el 2 de diciembre, Enron pide la quiebra, constituyéndose en la bancarrota más grande en la historia de los Estados Unidos. Al día siguiente, cuatro mil empleados de la firma fueron despedidos.

Mientras, el 13 de diciembre, ejecutivos de Arthur Andersen, la firma auditoría de Enron, declaran ante el congreso norteamericano que ellos advirtieron a Enron acerca de “posibles actos ilegales”, luego de que la empresa se negara a proveerles información clave que ellos le solicitaran. A comienzos de enero de 2002, Andersen admitía que algunos de sus empleados se deshicieron de documentos con relación a la auditoría a Enron.

El 9 de enero de 2002, el Departamento de Justicia norteamericano abre una investigación criminal contra Enron. Al día siguiente la acción se transaba a US\$0,67. Una semana después la bolsa de Nueva York procede a eliminar la acción de Enron de su listado de valores transables.

Fuente: Sobre la base de Rodrigo Pablo (2002)

La Sarbanes-Oxley Act de 2002 (el Acta), convierte en realidad el reporte sobre control interno para las empresas registradas ante la SEC y sus auditores independientes. Hasta entonces, solamente la *Federal Deposit Insurance Corporation Improvement Act of 1991* (FDICIA) había requerido que muchas instituciones aseguradoras de depósitos presentaran reportes de gerencia sobre la eficacia de los controles internos y sobre la información financiera, así como también reportes emitidos por los auditores independientes con sus aseveraciones de la gerencia¹³.

¹² Pablo, Rodrigo (2002) “Mejores prácticas en la construcción de un clima ético en la empresa”.

¹³ Ernst & Young (2003) “Preparación de Reportes sobre Control Interno. Una Guía para la Evaluación de la Gerencia Conforme a la Sección 404 de Sarbanes-Oxley Act”. Esta corresponde a una guía que a través de la metodología de auditoría COSO, propone una modalidad para el accountability de las compañías que impone la citada ley.

La ley contempla una revisión rigurosa de los datos que una empresa declara en sus estados financieros y que utiliza para sus controles internos. Las subsidiarias de empresas estadounidenses serán responsables de poner al día sus propios métodos y prácticas contables con el fin de dar una valoración del estado de la empresa en el país donde está la subsidiaria. Información errónea por parte de ellas podría afectar también los estados financieros de la oficina matriz. Las multas por proveer información falsa o incorrecta son muy severas. Éstas pueden llegar al extremo de encarcelar a los ejecutivos de la empresa, o que esta sea retirada de la Bolsa de Valores en que cotiza¹⁴.

Un acápite que ha concitado la atención y la crítica es la Sección 404, asimismo, la Sección 303. La Sección 404(a) del Acta dirige a la SEC a que adopte reglas requiriendo que los reportes anuales (i.e., formularios 10-K, 10-KSB, 20-F, y 40-F) contengan una evaluación, al final del año fiscal de la entidad emisora, de la eficacia del control interno sobre la información financiera que reporta. La Sección 404(b) del Acta requiere que el nuevo *Public Company Oversight Board* (el *Board*) o Comités de auditoría pública de la compañía adopten normas para que los auditores independientes atestigüen el reporte de la gerencia sobre el control interno.

En forma separada, según lo requiere la Sección 302(a) del Acta, la SEC adoptó recientemente reglas finales que requieren que el CEO y el CFO de una compañía certifiquen todos los reportes trimestrales y anuales. Desde el 29 de agosto 2002, para la confección de los reportes, el CEO y el CFO deben evaluar la eficacia de los controles y procedimientos de revelación o declaración de la entidad emisora, de los cuales son parte los controles internos sobre información financiera. Sin embargo, estas reglas no requieren atestiguar ni informar por parte del auditor independiente con respecto a tal evaluación o a las revelaciones correspondientes sobre los controles y procedimientos en reportes anuales y trimestrales.

En el fondo, la SOX obliga a las compañías a desarrollar procedimientos integrales de documentación y evaluación para los reportes públicos obligatorios sobre control interno por parte de la gerencia y de los auditores de los gerentes. Empresas consultoras como *Ernst & Young* (2003) han desarrollado herramientas para dar respuesta a estos requerimientos, a partir del empleo del informe del *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO).

Bastante razón tiene *The Economist* en pensar si el remedio no es peor que la enfermedad. Su análisis de cómo – entre otras cosas- han aumentado en forma desmesurada los gastos en auditoría en las empresas, nos muestra que la regulación por parte del Estado tiene también sus bemoles. Esto nos lleva a preguntarnos si no sería mejor abrir un tercer camino que es la RSC, que reconcilie los dos primeros y contribuya al bien común de la sociedad. Al parecer esta pregunta no se la plantea la revista.

¹⁴ Información obtenida del artículo “Mejores prácticas corporativas: Ley Sarbanes-Oxley” del Boletín mexicano Atlatl N°18 de 15 de octubre de 2004, disponible en www.atlatl.com.mx.

SEGUNDA PARTE

LAS REDES PRIVADAS DE RSC EN EL MUNDO
OCCIDENTAL

Dentro de la amplia bibliografía sobre el tema existen dos fuentes de información que permiten verificar el reciente y notable crecimiento de la RSC en el mundo capitalista occidental y en cierta medida en Asia y Oceanía. La primera es la Encuesta KPMG producida por esta entidad suiza en colaboración con la Universidad de Ámsterdam¹⁵ y la segunda es el informe *The state of Corporate Citizenship in the U.S. Business perspectives in 2005*¹⁶ publicado por el Centro de Responsabilidad Ciudadana de Boston Collage en colaboración con *Hitachi Foundation*.

El primer informe KPMG se conoció en 1993. En 2005 se realizó por quinta vez esta encuesta. Después de estudiar a 1600 empresas se seleccionaron finalmente las 250 más grandes transnacionales entre las 500 incluidas en el ranking anual de la revista *Fortune*. Además, se agregó otra muestra que incluye a las 100 empresas más grandes en 16 naciones industrializadas. Esta doble muestra permite tener una visión más global para dar cuenta de la participación de RSC en el mundo. ¿Cuál fue el criterio para determinar si una empresa opera o no con responsabilidad social? Es constatar si éstas emiten o no informes anuales sobre el tema. Estos informes pueden ser separados – así es todavía en la mayoría de casos – o incluidos en el informe corporativo anual, lo que tiende a crecer.

Los resultados son claros: desde 1993 la participación en RSC ha aumentado progresivamente hasta ahora. En 2005, 52 por ciento de las 250 transnacionales emitían informes mientras que en 2002 sólo un 45 por ciento lo hacían. Algo semejante sucede con las 100 más grandes empresas nacionales: 33 por ciento lo hacen ahora mientras que en 2002 sólo un 23 por ciento lo hacía. A nivel nacional los dos países más arriba son Japón (83%) y el Reino Unido (71%). En casi todos los 16 países considerados la participación ha crecido. En el último informe destacan Italia, España, Canadá y Francia. Los informes RSC cubren más bien los sectores industriales con posible impacto ambiental

¹⁵ KPMG Internacional Survey of Corporate Responsibility. Reporting 2005.

¹⁶ The State of Corporate Citizenship in the U.S. Business perspectives in 2005

y el sector financiero y en general traen poca información respecto a los *stakeholders*. De las tres áreas de responsabilidad social corporativa las empresas reportan con mayor atención lo económico y lo ambiental que lo social. Ciertamente no es fácil para las grandes empresas avanzar en la práctica exigente de RSC. En ciertos casos por que tales prácticas y estándares éstas están aún en plena elaboración o experimentación. Por lo demás, la resposanilidad social supone un cambio ético en las personas.

La investigación sobre Ciudadanía Corporativa en el mundo empresarial de Estados Unidos, realizada en 2005 en forma conjunta por el *Center for Corporate Citizenship at Boston Collage*, la Cámara de Comercio de Estados Unidos y la Fundación Hitachi, arroja resultados favorables al proyecto de la “empresa ciudadana”. Es decir, hay en Estados Unidos una adhesión y aceptación a una de las concepciones más avanzadas de RSC. La muestra al azar intenta reflejar la población de pequeñas, medianas y grandes empresas de Estados Unidos. La encuesta obtuvo 1,189 respuestas que muestra el estado actual de la ciudadanía corporativa en ese país. Los ejecutivos estiman que la empresa o corporación debe servir los intereses de los accionistas y empleados pero también debe considerar la protección del medio ambiente, el buen servicio a los clientes y las comunidades en que están insertadas. Sin embargo, los datos sugieren también que existe una cierta distancia entre las acciones efectivas y las actitudes expresadas en las respuestas a la encuesta. Llama además la atención que un 80 por ciento de los ejecutivos de las empresas aprueban el concepto de ciudadanía corporativa, 69 por ciento dice que el público tiene derecho a exigirla de la empresa y un 64 por ciento dice que es también una contribución a las ganancias de la misma empresa.

En las páginas que siguen podrá el lector encontrar las propuestas de diferentes organizaciones para avanzar en el desarrollo de la RSC tanto en Europa como en América. Como dice un ejecutivo de KPMG “es más fácil decir que hacer la responsabilidad corporativa. El verdadero obstáculo es la integración de la misma en la estrategia y operaciones de una organización compleja y en una economía cada día más globalizada. Se trata entonces de emprender un viaje cuyo destino no se puede predecir y cuyos resultados no pueden ser controlados”.¹⁷

En esta Segunda parte examinaremos distintas formas que han asumido las redes empresariales de Responsabilidad Social Corporativa en países de Europa América del Norte y Latinoamérica. Hemos seleccionado los casos que nos han parecido más interesantes e ilustrativos.

¹⁷ Georges Molenkamp, CEO de KPMG Global Sustainability.

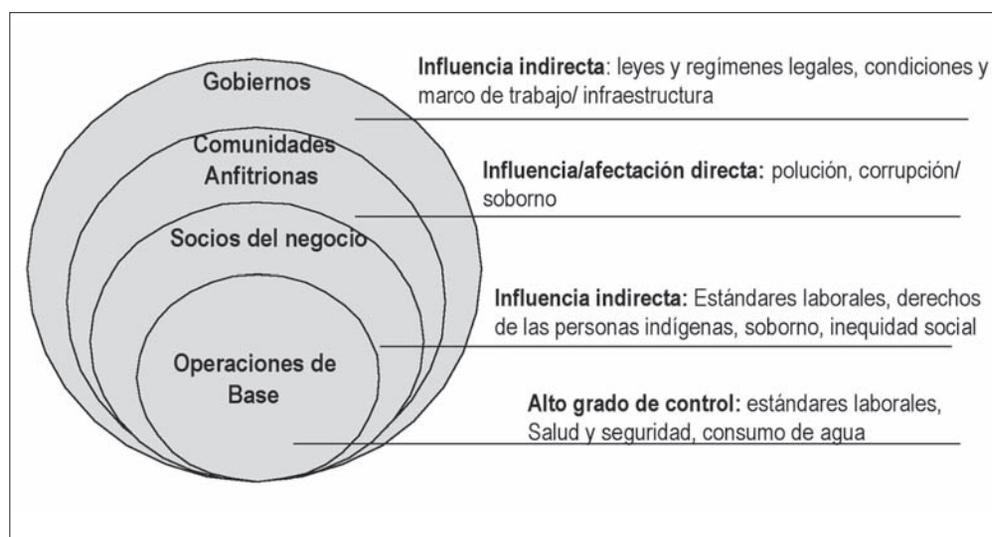
9. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

El *World Business Council for Sustainable Development*, o Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, existe formalmente desde 1997 y asocia a 175 compañías internacionales de 35 países comprometidas con el desarrollo sostenible a través de tres pilares: el crecimiento económico, el balance ecológico y el progreso social.¹⁸

La misión de la organización es el liderazgo en los negocios como catalizador para el cambio hacia el desarrollo sostenible, y para promover el papel de la eco-eficiencia, la innovación y la RSE.

Uno de los documentos disponibles es *Corporate Social Responsibility. The WBCSD's journey* (s/d). En él se describen las áreas de influencia con respecto a la RSE en la empresa, la cadena de valor y cuestiones claves sobre incrementar el desarrollo de la RSE dentro de la Compañía. Nos parece interesante abordar el esquema de las esferas de influencia.

Como se puede observar en la figura, las áreas de influencia más indirectas para el desarrollo de la RSE por parte de las compañías se encuentran en los gobiernos y los socios comerciales. En cambio, las comunidades donde estas compañías están instaladas y las operaciones de base que llevan a cabo son las que influyen más directamente, por un lado y, por el otro, las que reciben un mayor grado de control.



Fuente: WBCSD (2005)

Información disponible en www.wbcd.org

Para medir qué tan comprometida está la empresa con la RSE, WBCSD ha desarrollado el documento *Corporate Social Responsibility: making business sense* (2000). En él se desarrolla un cuestionario de autoevaluación, cuyo contenido se describe a más adelante.

Corporate Social Responsibility: making business sense

- Visión. Una declaración de largo plazo respecto a metas y aspiraciones
 - ¿La empresa tiene escrita su Visión?
 - Sí, tenemos una Visión aprobada por la Dirección
 - La misma está difundida en toda la empresa
 - Está disponible para el público
 - La Visión fue preparada consultando a los stakeholders
 - Existe un proceso para volver a ver la Visión
- Compromiso. Una expresión formal de la empresa referida al área de RSE
 - Existe un punto en las reuniones de directores/gerentes recordando el compromiso de la RSE
 - Existe una persona designada con responsabilidades específicas en cuanto a políticas de RSE.
Nombre _____ Cargo _____
 - Cada director tiene responsabilidades por la implementación de las políticas de RSE
 - El desempeño de la RSE es incluido en la agenda del Consejo/Comité de la empresa
- Valores. Los principios fundamentales a los que adhiere una empresa
 - Los valores corporativos han sido aprobados por la Dirección
 - Los valores son definidos y explicados
 - Los valores fueron formulados en consulta con los stakeholders
 - Los valores han sido comunicados a los empleados
 - Los valores han sido comunicados al público
- Implementación de los valores. Los procesos para asegurar a los valores de la empresa
 - Existe un Código de Conducta
 - Los valores son incluidos como parte de la capacitación del personal
 - Los valores son incluidos en los procesos de reconocimientos y premiación
 - Los objetivos y procesos de la empresa son chequeados en cuanto a su alineación con los valores

- Temas referidos a los stakeholders. Aquellos temas o asuntos en que los stakeholders se consideran afectados por la empresa
 - La empresa ha identificado a los distintos grupos de stakeholders
 - La empresa ha determinado la naturaleza de su relación con los grupos de stakeholders
 - Los temas relevantes de la empresa y sus stakeholders han sido identificados
 - Los temas han sido modificados/confirmados a través del diálogo con los grupos de stakeholders
- Evaluación del impacto. Evaluación de las consecuencias directas e indirectas de las actividades de la empresa
 La empresa ha evaluado el impacto social y ético de sus:
 - Productos/Servicios
 - Anteriores
 - Presentes
 - Futuros
 - Operaciones
 - Anteriores
 - Presentes
 - Futuros
- Formulación de impacto. Las políticas de RSE son un conjunto de principios que informan y guían la implementación de una estrategia de RSE en una empresa
 ¿La empresa ha formulado una política de RSE?
 - Sí
 - La política fue formulada en consulta con grupos o stakeholders
 - La política ha sido comunicada a los empleados
 - La política está publicada y disponible para el público
- Programas / Objetivos. El programa de RSE es el plan para la implementación de la política de la RSE e incluirá, donde sea aplicable, objetivos para lograr mejoras en el desempeño
 - Se ha establecido un programa para monitorear la política de RSE
 - Los objetivos y plazos para una mejora de la RSE han sido identificados y establecidos
 - El programa y los objetivos cubren todos los temas identificados a través del diálogo con los stakeholders
- Monitoreo / Medición del Desempeño. Los procesos y mediciones por los cuales el desempeño es evaluado (contra los objetivos)

- Los indicadores han sido identificados midiendo desempeño contra objetivos
 - Los indicadores han sido definidos en consulta con grupos de stakeholders
 - Los indicadores han sido chequeados para asegurar que son adecuados para los temas
 - El desempeño de la RSE es monitoreado por la gerencia y la Dirección
- Reportes y comunicaciones. Los distintos medios por los cuales una empresa comunica a sus stakeholders su acercamiento y su desempeño en RSE.

Los avances en la implementación de programas de RSE y el logro de objetivos comunicados a:

- Los empleados
- El público
- Otros grupos de stakeholders
- Los reportes contemplan todos los temas identificables en contacto con stakeholders

El desempeño de la empresa respecto a sus valores, temas y objetivos es publicado:

Como un reporte impreso

En internet

- Verificación independiente. *El proceso de revisión independiente para asegurar que el reporte refleja fielmente la actividad de la empresa*

Los Reportes publicados están sujetos a verificación externa independiente

La verificación asegura:

- Publicación de reportes completos
- Fidelidad de la información
- El rigor de elementos de respaldo

- Evaluación. *El proceso por el cual la empresa vuelve a ver y actualiza continuamente la estrategia de RSE y sus acciones tomando en cuenta las expectativas cambiantes de los stakeholders.*

La empresa vuelve a ver y re-evalúa:

- Visión, valores, temas, programas y objetivos a la luz del desempeño
- Esta revisión se desarrolla conjuntamente con los stakeholders
- Los programas y objetivos son modificados como resultados de este proceso

- Sistemas de soporte. *La parte global del sistema gerencial que incluye a la estructura organizacional y a los procesos que respaldan al gerenciamiento, medición y auditoría del desempeño de la RSE.*

Existe un sistema para:

- Recoger el input de los stakeholders

- Efectuar análisis
- Recoger y analizar información relevante a los programas de RSE y sus objetivos
- Existe un programa de auditoría interna que cubre:
- Sistema de respaldo de los valores
- Sistema de respaldo de la RSE
- Desempeño de la RSE
- Los resultados de las auditorías son informados a la Dirección / Consejo.

10. ICC: Business Charter for Sustainable Development

La Cámara Internacional de Comercio, ICC en su sigla en inglés, desarrollo un *Protocolo para el Desarrollo Sustentable*¹⁹ que contiene 16 principios para la gestión ambiental. Su impacto se puede comprender toda vez que su membresía se extiende a 130 países. La elaboración de esta carta ocurre como respuesta al Informe de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo.

Los 16 principios considerados en la carta son los siguientes:

1. **Prioridad Corporativa**
Reconocer la gestión ambiental como entre las más altas prioridades; establecer políticas, programas y prácticas para conducir operaciones de una modo ambiental sano
2. **Gestión Integral**
Integrar dichas políticas, programas y prácticas y desempeño ambiental dentro de cada negocio como un elemento esencial de la gestión en todas sus funciones.
3. **Proceso de Mejoramiento**
Para continuar la mejora de las políticas corporativas, programas y desempeño ambiental, considerando los desarrollos técnicos, comprensión científica, las necesidades de los consumidores y las expectativas de la comunidad, con regulaciones legales como un punto de partida, y aplicar los mismos criterios ambientales internacionales
4. **Educación del Personal**
Para educar, capacitar y motivar al personal para con conducir sus actividades en un ambiente sano y responsable

19 Información disponible en www.bsdglobal.com

5. Prioridad de la Aproximación

Determinar el grado de los impactos ambientales antes de comenzar una actividad o proyecto y antes de frenar una facilidad o dejar un lugar.

6. Productos y Servicios

Desarrollar y proveer productos o servicios que no tienen impacto indebido y son seguras para el uso previsto, que son eficientes en su consumo de energía y recursos naturales, y que pueden ser recicladas, reutilizadas o dispuesta de un modo seguro.

7. Consejo al Cliente

Para aconsejar y, cuando sea relevante, educar a los consumidores, distribuidores y el público en el uso seguro, transportación, almacenamiento y disposición de productos que se proveen, y aplicar consideraciones similares para la provisión de productos.

8. Facilidades y Operaciones

Desarrollar, diseñar y operar facilidades y conducir actividades tomando en consideración el uso eficiente de la energía y materiales, el uso sustentable de recursos renovables, la minimización de impactos ambientales adversos por la generación de residuos, y la disposición segura y responsable de los residuos.

9. Investigación

Conducir o mantener investigación en el impacto ambiental de materias primas, productos, procesos, emisiones y residuos asociados con la empresa y los medios de minimizar tales impactos adversos.

10. Precaución

Modificar la manufactura, marketing o uso de productos o servicios con una comprensión científica y técnica para prevenir degradaciones ambientales serias o irreversibles

11. *Business in the Community*, Reino Unido

*Business in the Community*²⁰ es una organización inglesa con una gran tradición en la promoción de la RSE en el contexto británico y europeo con sede en Londres. Nace en 1982 a raíz de los altos niveles de desempleo existentes y el orden urbano. Si bien las compañías comenzaron a tener una mayor incidencia en los eventos deportivos y culturales, éstas no estaban debidamente integradas con sus comunidades locales. Su propósito es mejorar el impacto que tienen las compañías en la sociedad. Por ello, uno

²⁰ Información disponible en www.bitc.org.uk y también en www.csrcampaign.org

de sus objetivos es invitar a sus miembros a integrar prácticas de negocios responsables en sus operaciones, con el fin de obtener impactos positivos en la sociedad y obtener *beneficios públicos*. Actualmente agrupa 750 compañías, y 60 corresponden a socios globales.

El contexto británico ha tenido un largo camino en la RSE. Por un lado, en los noventa la inversión socialmente responsable fue un tema censurado por los mercados de capitales, como señala el primer informe de la *European Business Campaign 2002-2003*. *El enfoque utilizado por los primeros fondos éticos minoristas en el Reino Unido fue publicar una guía que prohibía la inversión en empresas relacionadas con la producción de armamento, energía nuclear, alcohol o tabaco* (European Business Campaign, 2004:86). Los conocidos escándalos financieros producidos en grandes compañías estadounidenses tuvieron su impacto en el Reino Unido. De esta forma nace en 2001 el índice financiero FTSE4Good, comentado también en este documento, para legitimizar los temas sociales y éticos en el ámbito financiero. La creación del *Corporate Responsibility Index* en 2001 por *Business in the Community* es considerado como uno de los grandes hitos dentro de la RSE en el Reino Unido.

En el ámbito de directrices para la elaboración de reportes sociales, la organización impulsó en 1999 el *Business Impact Framework*. El *Business Impact Review Group* comprende a 20 empresas británicas que se comprometen a evaluarse y publicar un informe, aplicando indicadores de RSE. En diciembre de 2001 se creó un *website* sobre *Corporate Impact Reporting*²¹ en donde se puede acceder a los informes de los participantes, conjuntamente con herramientas y recursos disponibles.

En julio de 2002, *Business in the Community* lanzó su índice de RSE como instrumento para las empresas que comparan sus procesos de gestión y sus actividades sociales con otros sectores. El índice, que está abierto a todas las empresas, mide cómo la empresa integra la RSE en sus prácticas corporativas y le permite identificar carencias en sus actividades.

Existen algunos premios e iniciativas que impulsados por *Business in the Community*. Dentro del ámbito de las certificaciones se encuentra *SME KITEMARK*, y desarrollado conjuntamente con la *European Quality Foundation*²². Está orientado hacia las Pequeñas y Medianas Empresas, y de cómo ellas se ajustan a ciertos criterios al momento de invertir. Además, anualmente la organización otorga el Premio a la calidad: *Business in the Community*. Es organizado conjuntamente con el *Financial Times* y el Departamento de Comercio, Industria y *Accountability*. El premio considera 14 elementos para deter-

²¹ Para mayor información ver www.business-impact.org

²² Para mayor información ver www.corpcommunityinvestment.org

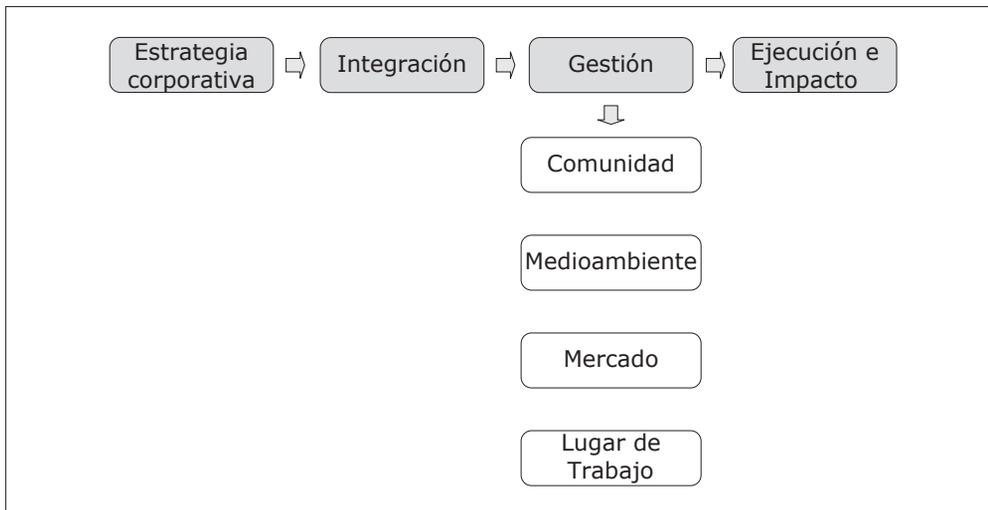
minar el impacto de las compañías en la sociedad y el medioambiente. Algunos de los elementos considerados son, entre otros, inversión en la comunidad, medioambiente, Pymes, personas sin hogar, renovación del vecindario.

El Índice de Responsabilidad Corporativa.

Antes de mencionar algunas líneas generales del índice que ha desarrollado la organización, es necesario mencionar la definición con la que trabaja. *Business in the community* define la responsabilidad corporativa como “la gestión del impacto positivo de la compañía en la sociedad y en el medioambiente, por medio de sus operaciones, servicios o productos, y a través de su interacción con los principales *stakeholders*, como lo son los empleados, clientes, inversionistas, las comunidades y proveedores”.

Empleado desde 2001, *Business in the Community* ha desarrollado un índice cuyo modelo contempla cuatro elementos principales: Estrategia Corporativa, Integración, Gestión y Ejecución e Impacto. Es en el tercer elemento, Gestión, en donde se abordan las cuatro áreas generales donde incide la Responsabilidad Corporativa: Comunidad, Medioambiente, Mercado y Lugar de Trabajo.

Modelo del Índice de RC



Fuente: Business in the Community.

Perfil de la compañía.

Para evaluar a las compañías, el índice emplea tres categorías, A, B y C y las agrupa por quintiles, como una manera de intensificar la competitividad. Este perfil de la compañía es especificado de acuerdo a las áreas de impacto seleccionadas.

A: Compañías que hacen medición y elaboran reportes.

B: Compañías que se mueven dentro de un comité básico

C: Compañías que están comenzando a hacer mediciones de la RS

Los perfiles A, B y C se relacionan luego con las prácticas de gestión en la Comunidad, Medioambiente, Mercado y Lugar de Trabajo

Las Áreas de Impacto analizadas son siete, cuatro áreas son sociales y tres ambientales. Estas son:

- Seguridad del producto
- Salud y seguridad ocupacional
- Cadena de proveedores
- Diversidad en el lugar de trabajo
- Inversión en la comunidad
- Calentamiento global
- Energía y transporte
- Biodiversidad corresponden a

Responsabilidad en el Mercado de Trabajo

Cabe señalar que *Business in the Community* ha venido desarrollando los contenidos de cada uno de los elementos contenidos en su índice de RSE. En lo referente al lugar de trabajo, existe un breve documento denominado *Marketplace Responsibility. What does it mean to be a responsible business in the marketplace* (2003), disponible en su sitio web. La responsabilidad en el lugar de trabajo se define de la manera en que las compañías gestionan el negocio, las relaciones con los clientes y proveedores, desde que se desarrolla un producto o servicio hasta que estos se comercializan, se compran, se desarrolle el marketing, y se vendan.

Para responder al desafío de resolver los problemas que surgen con los productos o proceso hay tres aproximaciones. La primera es ignorar que existe un problema. La segunda es reaccionar para minimizar los impactos negativos. La tercera es anticiparse. Esta visión, afirma *Business in the Community*, es la que genera valor sobre el mediano y largo plazo, y que beneficia a accionistas, empleados, clientes y a la sociedad en general. Y esto es lo que hacen las compañías que son líderes.

Se observan cuatro temas que son importantes para ser una compañía líder dentro del mercado, observando a los distintos grupos de interés alrededor de la compañía.

Las reglas del mercado. Es decir, cómo se enfrentan las reglas, regulaciones que gobiernan al mercado.

Las relaciones con el cliente. La manera en que la compañía cumple con las expectativas y obligaciones con el cliente.

Las relaciones con los proveedores. Áreas de la compañía que impactan a otras directa o indirectamente cuando se compran bienes y servicios en el mercado.

El impacto en terceros. Áreas de la compañía que pueden incidir directa o indirectamente en un alto rango de *stakeholders* como en los clientes.

Afirma el citado documento que las compañías mejoran su liderazgo en el mercado porque lo lideran, no porque lo sigan. Se anticipan a los cambios y crean nuevos productos para darlos a conocer. En este contexto, ven oportunidades en los temas sociales y ambientales en donde los demás sólo ven riesgos. Se anticipan y gestionan temas, y haciéndolo lideran un camino que otros aspiran a seguir. En este proceso son exitosos en el corto y largo plazo, requiriendo el mejoramiento continuo para mantenerlo, pero las recompensas pueden ser considerables. (Business in the Community, 2003: 5). Es de esta manera que una compañía puede llevar un negocio responsable en el mercado.

12. VadeRegio – Un proyecto europeo

La iniciativa se titula “*How Regional and Local Authorities can promote Corporate Social Responsibility*”. Trata sobre cómo las autoridades de gobierno y el Estado del nivel local pueden promover la RSE. La conforman cuatro asociaciones, Agenda por Escocia, Fundación Novia Salcedo en Euskadi, Trivisi Project en Flandes y la Euro Associazione en Sicilia²³.

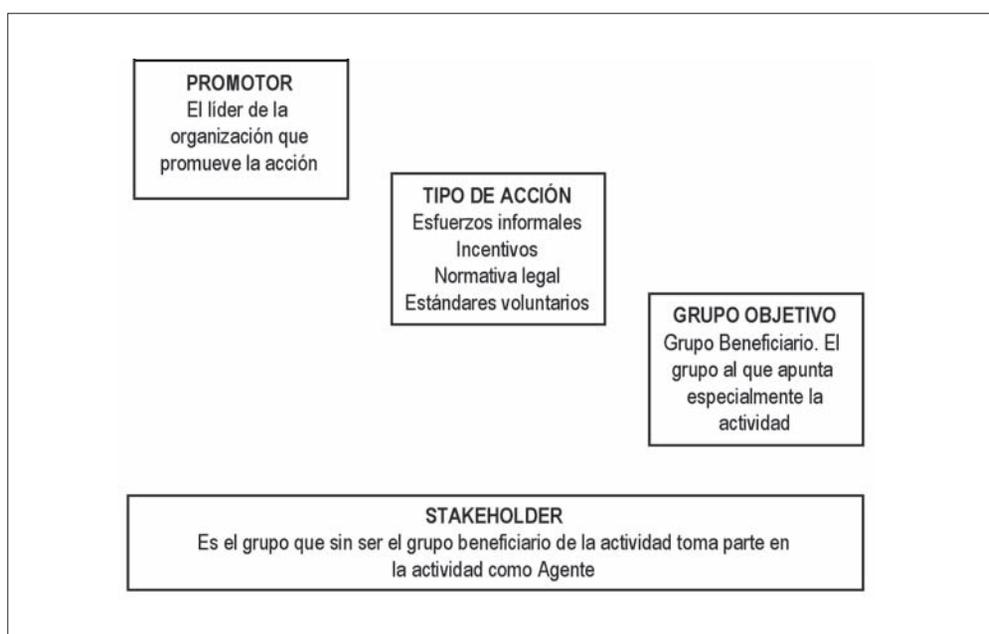
El objetivo de este proyecto busca definir de manera conjunta la experiencia de cuatro regiones europeas y desarrollar un guía para las autoridades locales a lo largo de la Unión Europea en pasos posibles y valiosos para promover la RSE.

En el documento que explica esta iniciativa, “CSR Vaderegio” (2003), el capítulo 4 “*Reuniendo evidencia y compartiendo información*” (pp.37 y ss.) hace referencia a aquellas prácticas de RSE en las regiones adscritas al proyecto, comparándolas luego. La finalidad era contar con una base de datos que sirviese de herramienta al sistematizar la

²³ Los respectivos sitios web de estas organizaciones son: www.noviasalcedo.es, www.trivisi.be, la de Italia, EURO, no ha sido posible de detectar. De las cuatro redes, la que está totalmente en funcionamiento hasta hoy es la Fundación Novia Salcedo. El sitio web de Bélgica está en lengua flamenca.

información y generar un lenguaje compartido acerca de las experiencias de las regiones en el tema de la RSE. Describiremos, seguidamente, las dimensiones de este análisis y , además, los datos recopilados en una de las regiones, Euskadi (País Vasco, España).

Dimensiones del análisis

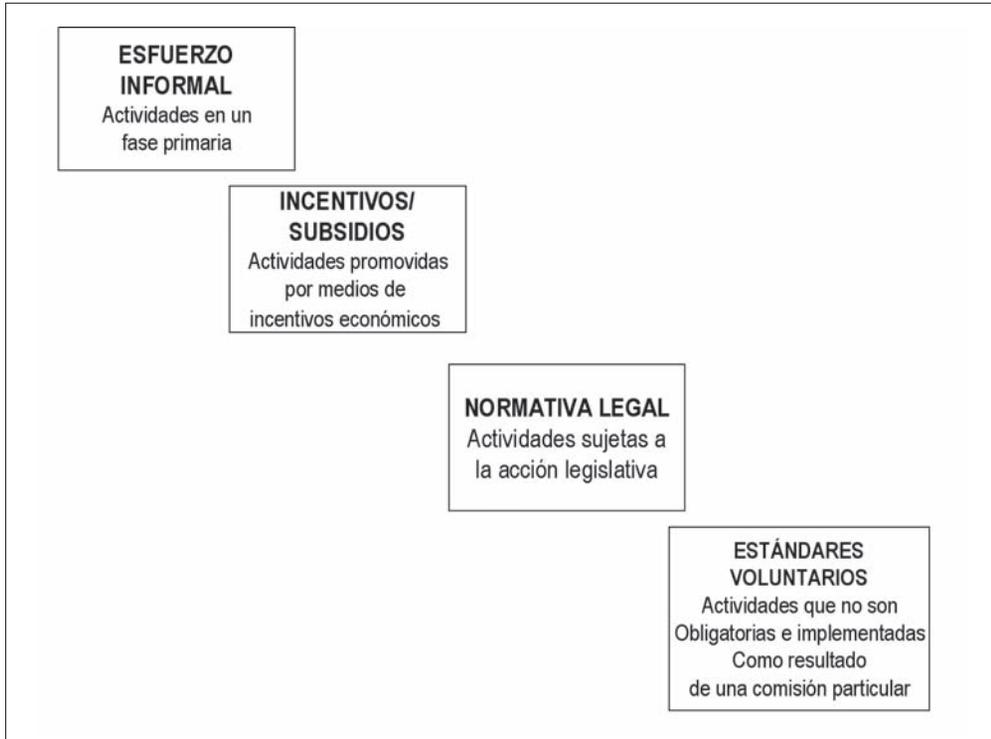


Fuente: Vaderegio (2003)

Las Categorías empleadas

Corresponden a la matriz “Temas típicos de RSE”, elaborado por Agenda, descrito anteriormente.

Tipo de Acción



Fuente: VadeRegio (2003)

Grupo Objetivo

- Corporación
- Organizaciones sin fines de lucro
- Entidades Públicas
- Empleados
- Grupos desaventajados

Stakeholders

- Consumidores, Educadores/Capacitadores
- Compradores corporativos
- Proveedor del Sector Público, Inversionistas
- Vecinos/Comunidades, Empleadores, Empleados
- Inversionistas de la comunidad, Accountants (ver castellano)
- Proveedores, Otros.

Datos recolectados en Euskadi.

Nota: se ha escogido algunas iniciativas en los campos específicos, dada su extensión (28 iniciativas).

CATEGORÍA	NOMBRE	PROMOTOR Y BREVE DESCRIPCIÓN
RSE general	XERTATU	Gobierno Provincial de Vizcaya. Trabaja en el campo de la RSE y une a organizaciones locales e instituciones involucradas en la promoción de la RSE en Vizcaya.
Lugar de Trabajo	HOBETUZ, proyecto de capacitación continua	Gobierno Vasco. Programas para promoción continua de capacitación en actividades desarrolladas por Asociaciones de Empleadores y Uniones de Comercio así como de Centros de Capacitación vinculadas al mejoramiento de competencias profesionales.
	Ayuda para lograr el acceso al mercado de trabajo: Contratación de personas con discapacidad física, psíquica o sensorial	Gobierno Vasco. Departamento de Justicia, Empleo y Seguridad Social. Nota: se entiende que las personas calificadas en este estrato han de certificar su discapacidad por un organismo oficial.
Medio Ambiente	Programa Uso de recursos energéticos renovables 2000. Estudios de factibilidad	Comisión de Energía del País Vasco. Provee de un soporte para instalaciones pequeñas que empleen energía renovable en la Comunidad Autónoma del País Vasco. Específicamente, algunos de estos rubros: instalaciones de calor solar que aplanan colectores o tubos vacíos para la producción de HSW (en inglés: health, safety, and welfare), centrales de energía solar y energía solar para piscinas; generadores de energía eólica, etc.
	Servicio para la gestión integral de la Energía la Industria.	Centro para el ahorro y el desarrollo energético y minero, CADEM. Incluye la gestión de la energía en las actividades diarias de las industrias, haciendo uso de la estructura de operaciones del sistema de aseguramiento de la calidad. Los beneficiarios son las compañías industriales que operan de acuerdo al estándar ISO9000.
Lugar de Trabajo	ERABERRITU	Gobierno Provincial de Vizcaya. Mejoramiento de la competitividad entre las Pymes. Establece un marco de trabajo de ayuda financiera para la estabilidad diseñado para proyectos en las áreas siguientes: liderazgo, políticas y estrategia, individuos, recursos y procesos.
Comunidad	Plan de Voluntariado del País Vasco	Gobierno Vasco, Departamento de Asuntos de Habitacionales y Sociales. Promueve el desarrollo de organizaciones para el voluntariado. Ámbito de acción: planificación, capacitación, recursos humanos, información técnica, participación, buenas prácticas, apoyo económico, diseminación, monitoreo y evaluación.

Prácticas comunes en cada región según área temática²⁴

	SICILIA	ESCOCIA	FLANDES	EUSKADI
Lugar de trabajo	Por un lado un esquema regulador y por otro uno de incentivo, ambos apoyados por las firmas, en la fase de puesta en marcha y las reuniones de resultado con empleados y empleados como con los stakeholders	Esquemas de incentivo apoyados por las firmas y empleados, con el apoyo de un conocimiento creciente por la responsabilidad social, en la que los empleadores y empleados son los stakeholders más importantes	Esquemas basados en el incentivo y esfuerzo apoyado por las firmas y empleados, en la fase de recolección y evaluación de resultados, en la que empleadores y los empleados son los que toman parte más activamente	Esquema de incentivos apoyado por firmas y entidades públicas, en la fase de recopilación y evaluación de resultados, en la que los vecinos son los stakeholders más importantes
Medioambiente		Esquema de incentivos apoyados por las firmas y empleados, en la fase de reuniones y evaluación de resultados, en la que los empleadores son los stakeholders más importantes	Esquemas de incentivo apoyados por las firmas y ciudadanos, en la fase de reuniones y evaluación de resultados	Esquemas de incentivos apoyados por las firmas y los ciudadanos, en la fase de puesta en marcha, en la que los inversionistas corporativos aparecen como los stakeholders más activos
Comunidad	Un esquema de incentivo apoyado por las firmas y con múltiples stakeholders, desde empleadores hasta consumidores individuales	Esquemas de incentivos apoyados por las firmas y ciudadanos, en la fase de implementación, con empleadores y vecinos como los stakeholders más activos	Un esquema basado en el esfuerzo apoyado por diferentes colectivos, desde firmas hasta desempleados, con el objetivo de un conocimiento creciente de la RSE	
Mercado		Variedad de aproximaciones (un esquema basado en el esfuerzo, un esquema de incentivo alguno de otro tipo) apoyado por los ciudadanos, en la fase de implementación en la que los consumidores individuales y proveedores son los stakeholders predominantes	Un esquema de incentivo apoyado por las firmas en la fase de reuniones y de evaluación de resultados, que tiene a los inversionistas como sus únicos stakeholders	Una aproximación regulatoria, en la fase de reuniones y evaluación de resultados, apoyado por firmas, entidades públicas y organizaciones sin fines de lucro, en la que vecinos y se posicionan como el principal stakeholder
Gobernanza	Un esquema de incentivo apoyado por las firmas y entidades públicas, con el apoyo de un conocimiento creciente y en el que los proveedores no han participado como stakeholders		Un esquema de incentivo apoyado por las firmas, en la fase de reunión y evaluación de resultados, en la que los inversionistas son los únicos stakeholders	

²⁴ Fuente "CSR Vederegio" (2003)

Actualmente el proyecto VADEREGIO ha entrado a una **segunda fase**, en la que se ha ampliado a diez las regiones consideradas. Estas son la Renania del Norte-Westfalia, la Toscana, Yorkshire y Humber, Londres, la Región Sur de Dinamarca y la Región Banska Bystrica (Eslovaquia), además de las cuatro regiones iniciales.

Bajo un criterio que agrupa diez reglas, los principales hallazgos a los que se ha arribado se pueden encontrar en el documento “*CSR VADEREGIO. A ten European Regions survey on CRS*”, publicado en 2004 y disponible en el sitio web de la fundación Novia Salcedo²⁵.

Principales Hallazgos del examen de RSE en las 10 regiones europeas del proyecto VADEREGIO (2004).

- Variaciones en la interpretación de la RSE
- Énfasis en aspectos distintos de la RSE a lo largo de las regiones, a menudo enfocado en aspectos específicos más que en un concepto específico
- La ética es el concepto principal para las autoridades regionales de Italia, y lo mismo ocurre para el socio del proyecto de ética para el empresariado en Eslovaquia
- Las metas de la RSE son:
 - Desarrollo económico y regeneración
 - Competitividad regional
 - Desarrollo y consolidación de las Pymes y negocios locales
 - Desarrollo de habilidades y empleabilidad
 - Diversidad e igualdad de oportunidades
 - Gestión de la sostenibilidad y del medioambiente
- Participantes
 - Autoridades públicas elegidas
 - Entidades públicas
 - Compañías privadas
 - Empresas estatales
 - Asociaciones de negocios
 - ONGs
 - Académicos
 - Socios designados específicamente para hacer de puentes junto a varias combinaciones de stakeholders
- Roles o papeles
 - Financiamiento
 - Liderazgo
 - Soporte
 - Disseminación de información
 - Desarrollo de organizaciones específicas para alcanzar objetivos
 - Construir capacidad para ayudar a las organizaciones como mecanismos para alcanzar objetivos del sector público

²⁵ Texto disponible en <http://www.noviasalcedo.es/agendaderesponsabilidadsocial/>

13. AGENDA, Escocia

*Agenda: Social Responsibility in Scotland*²⁶ es una agencia cuyo fin es el desarrollo de un marco coherente de responsabilidad social en Escocia. Funciona como red y actualmente patrocina un proyecto de responsabilidad social a nivel regional en Europa que involucra a varias regiones pertenecientes a Estados de la Unión Europea. Esto significa identificar, a través de experiencias en regiones europeas, de la importancia que se le otorga a este tema por los distintos actores que se pueden encontrar en dichos niveles.

El esquema de trabajo de AGENDA se basa sobre la opinión de los actores involucrados en la responsabilidad social, el *accountability*, sostenibilidad y ciudadanía. Los actores llamados a tomar parte en este foro son los enunciados en el cuadro.



Fuente: Agenda (2005), traducción propia.

AGENDA brinda una colaboración a las autoridades locales y regionales en la promoción de la RSC. Una definición amplia de este concepto es “la integración de las preocupaciones sociales y medioambientales en todas las operaciones de negocios y en interacción

²⁶ Información disponible en www.agenda-scotland.org/

con los *stakeholders*". Según esta institución elementos más comunes asociados a la Responsabilidad Social son los que se enuncian en el siguiente cuadro.

Temas más comunes dentro de la Responsabilidad Social, según Agenda (2005)

Lugar de Trabajo	Mercado	Comunidad	Medio Ambiente	Gobernanza
<ul style="list-style-type: none"> • Equidad • Diversidad • Salud y seguridad • Derechos Humanos • No al trabajo infantil • Balance del trabajo/vida • Aproximarse a un reclutamiento inclusivo • Retención • Trabajo flexible • Prácticas • Moral/lealtad • Entrenamiento y desarrollo • Hostigamiento / bullying • Quejas / agravios • Consultas y participación 	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos del consumidor • Salud y seguridad • Clientes vulnerables / desaventajados • Precios justos • Uso erróneo del producto • Producto completo / exacto • Información • Acceso para las personas con discapacidad • Abastecimiento local (local sourcing) • Términos/Pagos del proveedor • Implicación del proveedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Socios de la comunidad • Voluntariado • Programas de "buena vecindad" • Impacto/amenidad visual • Consulta a la comunidad • Regalos • Conexiones con temas locales de educación, crimen, salud • Huella de sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones • Gestión de residuos • Uso de la energía • Reciclaje • Empaquetado • Huella ambiental • Temas de transporte • Emisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Clara dirección de la compañía • Legislación • Regulación • Gestión del riesgo • Reportes • Inversión socialmente responsable • Valores/prácticas • Códigos de conducta • Transparencia • Involucramiento de los stakeholders

Las actividades específicas que desarrolla Agenda son:

- Gestionar seminarios y paralelamente discusiones en línea en temas específicos de responsabilidad social, compartiendo conocimiento e información
- Ofrecer actividades abiertas para la difusión del conocimiento en diversas localidades en Escocia, generando redes y compartir información e iniciativas
- Llevar a cabo investigación y traducir los parámetros de responsabilidad social para Escocia
- Proveer de un sistema de noticias por e-mail acerca de lo que se desarrolla, eventos y estudios de caso sobre RSE, con énfasis en Escocia pero no limitado a ella.

Una actividad en la que Agenda es participante, en tanto es una agencia regional, pues recibe el apoyo del gobierno de Escocia, es el proyecto acerca de Responsabilidad Social en Regiones de Europa, denominado VADEREGIO, que se comentará seguidamente.

Un aporte interesante es el reporte “Consuming for Good. The role of consumers in driving responsible business” (2004), acerca del papel de los consumidores en el manejo de la responsabilidad social corporativa, y de los factores que la potencian o la debilitan.

“Consuming for Good. The role of consumers in driving responsible business” (2004)

Los hallazgos de esta investigación desarrollada por Agenda representan una mirada amplia acerca de las vías en las que los consumidores deben y pueden acelerar el desarrollo de la responsabilidad en los negocios. En esta investigación se consultaron fuentes europeas, británicas y escocesas sobre el estado de este tema para su tratamiento en el Reino Unido y Escocia. Las principales conclusiones del trabajo llevado a cabo en la región fueron.

- La tendencia hacia un consumo ético es identificable, está en crecimiento y se diversifica. Se vincula con un deseo más amplio por productos y servicios de calidad y no se refiere sólo a límites socioeconómicos. Sin embargo, el mercado por unos bienes “éticos” más específicos no provee por sí mismo una razón evidente para que las compañías enganchen con la RSE
- Más que hacer compras éticas, las fuerzas de los consumidores pueden ser grandes conductores de la RSE, pero son ambiguas. La retórica del consumidor entusiasta por comprarle a las compañías con prácticas responsables (tal como evidencia MORI, entre otros) está en conflicto con la influencia práctica del deseo por precios más baratos, y la conveniencia. El ampliamente difundido poder del consumidor, por ejemplo, a través de boicots en economías globalizadas, está marcadamente contrastada con la naturaleza inconsecuente con las decisiones de compra de los consumidores individuales
- Muchas grandes compañías se han preocupado por resolver la presión limitada del consumidor por mayor responsabilidad. En algunos casos, las reuniones de RSE de las compañías han ido más allá de los que sus clientes les demandan. Más que ser castigados comercialmente por ello, han ganado en reputación y activado el entusiasmo latente y las compras del consumidor.
- Otras compañías parecen sentirse limitadas por la falta de preocupación en lo referido a la ética o sustentabilidad de los clientes. Inseguros del territorio en el que se mueven, enfocan sus actividades para alcanzar los precios bajos, opciones y conveniencia de lo que los consumidores tradicionalmente demandan.
- La información disponible para los consumidores acerca de la RSE es imperfecta y sus decisiones no están bien informadas por la evidencia de la ética y la práctica sustentable de los productores y distribuidores. La comunicación de la RSE de la pequeña empresa está directamente direccionada a los consumidores. Ellos a menudo van recogiendo información de RSE a través de la comunicación acerca de las marcas que no dan una base consistente para comparar productos en competencia, productores o sectores.

- Para que los consumidores sean conductores significativos de la RSE precisan información que sea manejable, consistente y controlable. En sectores donde la información se verifica de manera independiente sobre productos o servicios en los puntos de compra los consumidores tienen una base clara para comparar las opciones éticas o sustentables, a las que responden, generalmente, de una manera positiva.
- La información de los productos verificada de manera independiente también trae beneficios para las compañías. Los lleva a ganarse la confianza de los consumidores y disipa las acusaciones de RSE. Las organizaciones que llevan a cabo la verificación pueden efectivamente catalizar la actividad de RSE haciendo un puente entre la distancia entre consumidores y compañías.

14. Canadian Business for Social Responsibility, Vancouver - Toronto

La red *Canadian Business for Social Responsibility*²⁷, CBSR, fue fundada en 1995 y funciona a través de la membresía de compañías nacionales canadienses que a través de una reunión de comisión acordaron operar de manera responsable en el ámbito, social, ambiental y financiero, reconociendo el interés que tienen los *stakeholders*, representados por los inversionistas, proveedores, empleados, socios de negocios, las comunidades locales, el medioambiente y la sociedad en general.

CBSR colabora para que las compañías sepan dar respuesta a las siguientes preguntas:

- Cómo hacer que los empleados de la compañía adopten la RSE, a través de toda la jerarquía
- Cómo transformar los actos de caridad fortuitos en una estrategia de RSE coherente y fuerte.
- Cómo comunicar la RSE de la compañía hacia el interior de ella y hacia fuera
- Cómo desarrollar negocios dentro de la RSE en la compañía

La red CBSR en 2005 tiene una agenda que aborda los siguientes elementos:

- Derechos humanos
- Desarrollo de comunidades desaventajadas por medio del partenariado
- Aborígenes y responsabilidad social
- Premio de sustentabilidad
- Prácticas de sustentabilidad para empleadores y empleados
- Pequeños negocios y responsabilidad social

²⁷ Información disponible en www.cbsr.bc.ca

CBRS mantiene a la comunidad de asociados informado acerca de los eventos vinculados con su agenda y, además, de avisos de puestos de trabajo en el ámbito de la responsabilidad social. Asimismo, ofrece información acerca de reportes y documentos de trabajo sobre RSE, directrices para ser una “buena Compañía”.

Entre los reportes disponibles existe lo BCSR ha denominado “Internalizando el kit de herramientas de RSE”. Hay 8 pasos sugeridos para las empresas, para los cuales BCSR ofrece, seguidamente, sus servicios. El documento en cuestión hace hincapié en que cada empresa debe determinar su propio acercamiento a la RSE, pues no hay uno único.

Set de herramientas para el desarrollo de la RSE, según la BCSR.

1. Tener un juicio del conocimiento y actitudes del empleado de cómo perciben la RSE
2. Identificar los pro y los contras de la propia RSE
3. Comprender las mejores prácticas de RSE
4. Determinar una aproximación propia de RSE
5. Comunicar el mensaje de RSE
6. Hacer propio esta RSE a los empleados
7. Poner en marcha un plan de acción de RSE
8. Medir los beneficios del negocio de las iniciativas de RSE que la dirección desea poner en marcha

Fuente: Internalizing CSR Toolkit (BCSR)

Dentro de la documentación producida para el apoyo que brinda BCSR a las empresas asociadas hay uno denominado *Building a Corporate Social Responsibility Plan-Using a System Approach* (2001). Dicho documento expresa que la puesta en marcha de la RSE dentro de una organización debe serlo sobre la base de una planificación disciplinada, y enfocarla.

Bajo esta mirada estratégica los elementos esenciales son la *amplitud* de la RSE y la *profundidad*. Para darle este carácter estratégico el documento se basa en las directrices “*Goodcompany Guidelines for Corporate Social Performance*”, que establece seis principales stakeholders: comunidad, empleados, clientes, Canadian Business for social Responsibility

15. Goodcompany Guidelines for Corporate Social Performance de CCSR

Uno de los elementos que es relevante dentro del contexto canadiense son las “*Goodcompany Guidelines for Corporate Social Performance*”²⁸ (CCSR, 2002). Inicialmente se denominaba “*Base Level Guidelines for Corporate Social Performance*”, publicado por la CCSR en 1996. Las *Goodcompany Guidelines* fueron desarrolladas considerando el contexto internacional y, especialmente, el de las compañías canadienses, como también el de las pequeñas y medianas empresas. Es un set de directrices de lo que las compañías pueden hacer para llegar a ser más responsable social y ambientalmente. No se refieren a cómo hacer las cosas, sino a qué hacer en el ámbito de la responsabilidad social. Estas directrices proveen de un set de herramientas para hacer una aproximación propia a la RSE a través de un *checklist* en nueve ámbitos incluyendo, además de los stakeholders, a las operaciones internacionales. Para cada ámbito se considera un checklist en las siguientes temas: a) Comité, b) Políticas, c) Programa, d) Programa de evaluación y medición, e) Involucramiento de los stakeholders y f) Accountability/transparencia

A continuación se transcriben tres de los siete *checklist*, que corresponden a empleados, medioambiente, y accionistas.

²⁸ Disponible en www.ccsr.bc.ca

CHECKLIST DE EMPLEADOS	Comité	Política	Programa	Medición y evaluación del Programa	Involucra al Stakeholder	Accountability /Transparencia
Asegura pago justo y a tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prioriza salud y seguridad del empleado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prioriza el empleo de locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera el empleo de locales o de la región y las necesidades de capacitación en una estrategia de recursos humanos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asegura el acceso y comprensión de las políticas de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brinda una revisión del comportamiento de los empleado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promueve un acceso equitativo al empleo y promoción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el salario para vivir como un punto para las compensaciones de los empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Provee de beneficios para el empleado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Provee de oportunidades para compartir el crecimiento de la compañía y beneficios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza un modelo de negocios claro para trabajo externalizado (out-sourcing)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investiga las alternativas para los despidos y reducciones de la compañía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anima la comunicación entre empleados y la gerencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoya a los empleados para balancear el trabajo, la familia, y el personal desarrollando comités	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Provee de un recurso o remisión para asesoramiento confidencial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Practica una gerencia de puertas abiertas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responde y recolecta puntualmente las quejas de los empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Involucra a los empleados en:						
Definición de programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo de indicadores de conducta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evaluación de Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CHECKLIST AMBIENTAL	Comité	Política	Programa	Medición y evaluación del Programa	Involucra al Stakeholder	Accountability /Transparencia
Cumple con la ley y las regulaciones ambientales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se compromete a minimizar los impactos negativos y optimizar los beneficios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lleva a cabo análisis completos del ciclo de vida de todos los productos/servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responde y recolecta puntualmente las quejas de los empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Involucra a los empleados en:						
Definición de programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo de indicadores de conducta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evaluación de Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CHECKLIST DE ACCIONISTAS	Comité	Política	Programa	Medición y evaluación del Programa	Involucra al Stakeholder	Accountability /Transparencia
Pone en marcha la política fiscal, sistemas de gestión financieros y controles contables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informa a los accionistas de los éxitos financieros y no financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿No comparte información inapropiadamente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Afirma la visión que incluye objetivos no financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colabora en objetivos financieros y no financieros en la capacitación de empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Involucra a los accionistas en:						
Definición de la dirección de negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo de indicadores de conducta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evaluación de la compañía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. *Business for Social Responsibility*, Estados Unidos

*Business for Social Responsibility*²⁹, BSR, es una organización estadounidense de carácter global para la promoción de la RSE en las grandes corporaciones comerciales. Nace en 1992. Inicialmente incluía a 50 grandes compañías. Su objetivo ha sido elevar y mejorar la RSE dentro de las corporaciones. Por ello, la entidad proporciona a sus miembros una serie de herramientas y servicios relacionados, vinculado a la ventaja competitiva que genera el desarrollo de políticas y prácticas socialmente responsables en el ámbito de los negocios. Se trata, entonces, de lograr una relación efectiva entre los desafíos del mundo globalizado de los negocios y la relación costo-eficiencia.

Las compañías miembros de BSR reciben el apoyo experto de estas buenas prácticas en lo que se refiere al diseño, implementación y evaluación. Se proporciona, además, programas de entrenamiento, asistencia técnica, servicios de consultoría en investigación y negocios, y acceso a documentos que produce BSR.

BSR hace hincapié en que no promueve un estándar específico de RSE, ni tampoco adhiere a tomar decisiones respecto de las políticas públicas relacionadas. BSR centra su apoyo al brindar una asistencia a las compañías de acuerdo a las situaciones y necesidades específicas de las compañías.

Con el tiempo, BSR ha adquirido una experiencia en facilitar la interacción con representantes del sector público como de las ONGs. Su trabajo va más allá del que puede realizarse con las grandes compañías, pues incluye también a las pequeñas y medianas.

Por otro lado, BSR es un socio fundador de EMPRESA, que es el “Foro de Negocios en Responsabilidad Social en las Américas”, que insta a la generación de una red en el continente, promocionando el intercambio de información, colaboración, redes de trabajo, entre otros servicios. La formación de nuevas organizaciones de negocios es su objetivo, y en los últimos tres años ha prestado colaboración en países como Argentina, Brasil, Chile, México, Panamá

Entre los diversos servicios disponibles se encuentra la revista de publicación trimestral *Leading Perspectives*. En 25 páginas se analizan las principales tendencias, informes y debates acerca de la RSE. Su mirada es de carácter global, por lo que no se limita al contexto estadounidense solamente, ni tampoco al de las empresas. Por ello, es posible encontrar artículos sobre la transparencia en América Latina, o Sudáfrica, o una mirada regional sobre las corporaciones y las RSE en Asia. Asimismo, ofrece artículos tanto sobre el acontecer de las corporaciones y sus relaciones con la sociedad, como el debate de políticas públicas sobre la RSE en el contexto de los gobiernos de diferentes países.

²⁹ Información disponible en www.bsr.org

Por otro lado, existen variados artículos disponibles de investigadores que discuten el debate sobre las tendencias en RSE.

17. Banco Interamericano de Desarrollo, BID

El BID ha tenido en el último lustro una fuerte acción de difusión en América Latina del tema de ética y empresa y más últimamente sobre la Responsabilidad Social Empresarial.³⁰ Su boletín electrónico trilingüe “Ética y Desarrollo” alcanzó hacia fines de 2005 su edición N° 160 y es una excelente fuente de información sobre la marcha de RSC en la región latinoamericana y el Caribe. Además organiza en variados países de la región seminarios de alto nivel y ha financiado algunos proyectos de investigación sobre temas de la RSE en las Pymes y otros.

18. *The Center for Corporate Citizenship at Boston College*

*The Center for Corporate Citizenship at Boston College*³¹ funciona en el *Wallace School of Management* desde 1985. Cuenta con un equipo teórico de gran categoría que ha logrado avanzar desde el concepto de *Corporate responsibility* (responsabilidad corporativa) al de *Corporate citizenship* (ciudadanía corporativa) que corresponde mejor a este mundo globalizado en que las grandes empresas transnacionales poseen un enorme poder sobre la sociedad. De ahí que deben asumir sus responsabilidad no sólo a frente sus *stakeholders* sino también en el ámbito público nacional y global y así adquirir una ciudadanía corporativa.

Como institución de investigación, parte importante de su quehacer está dirigido a la producción de documentos y a la certificación, como asimismo, a la educación para ejecutivos. Su trabajo se vincula a las grandes corporaciones globales, y su colaboración para ayudarles a definir, planear y hacer operar la ciudadanía corporativa. Cuenta con 350 miembros, organizaciones a las que se brinda esta capacitación en ciudadanía corporativa.

Algunos de los proyectos en curso que desarrolla *The Center for Corporate Citizenship* son:

- Estándar del Instituto
- Red de liderazgo global

³⁰ El BID opera desde su Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo/SDS: www.iadb.org

³¹ La información y textos citados están disponibles en www.bcccc.net

- Cómo las multinacionales estadounidenses operacionalizan la ciudadanía corporativa
- Liderazgo de negocios en la sociedad
- Estado de la ciudadanía corporativa
- Voluntariado corporativo y retiro laboral
- Estudios de caso
- Índice de involucramiento de la comunidad

El *Center for Corporate Citizenship*, a través del Programa de Educación para Ejecutivos ofrece lo que se denomina “*Certificate Programs in Corporate Community Involvement*”³². El razón de estos programas se encuentra en que las firmas socias del centro deben saber afrontar y desarrollar estrategias para ser un buen ciudadano corporativo, capacitando para ello a los CEOs de las compañías, los gerentes generales, los ejecutivos de ciudadanía corporativa y los gerentes de involucramiento de la comunidad.

El programa Educación para Ejecutivos ofrece tres modalidades de programas:

Programas de certificación de inscripción abierta.

Son 10 programas de inscripción abierta para gerentes en áreas como comunidad/asuntos públicos, ciudadanía corporativa, involucramiento de la comunidad, marketing, comunicaciones y relaciones públicas/con los medios de comunicación. Los cursos se pueden hacer separadamente, completando créditos para cada curso. Al cabo de 10 créditos se obtiene el *Certificate Programs in Corporate Community Involvement*. Luego de 20 créditos se obtiene el Certificado Avanzado. El curso se enfoca desarrollar habilidades y competencias y enfatiza los conceptos de planificación y marcos de trabajo, instrucción progresiva para la sala de clases y red de trabajo con pares de compañías líderes.

Programas in situ.

El centro ofrece la posibilidad de impartir un curso o varios de él o la totalidad del Programa de certificación a la propia organización.

Programas para ejecutivos “senior”.

Se ofrece un desarrollo para ejecutivos más avanzados de acuerdo a las necesidades propias. Se desarrolla para Estados Unidos a través de series de mesas de trabajo en un foro.

³² “Programs in Corporate Community Involvement 2004-2005”

Los programas ofrecidos actualmente son:

- Institucionalizar el involucramiento en comunidad corporativa
- Alianzas Corporación/Comunidad: qué es lo que los hace trabajar, por qué fallan.
- La construcción de programas efectivos de voluntariado para empleados
- Filantropía estratégica
- Evaluación y Medición
- Difusión del malestar, construcción de confianza: comunicación con el público clave
- Ciudadanía corporativa y operaciones locales
- Identificación, adaptación y adopción de buenas prácticas en el involucramiento de la comunidad corporativa
- Comunicación y calificación de la ciudadanía corporativa

Cómo el involucramiento de la comunidad puede conducir a la nueva ciudadanía corporativa

El *Center for Corporate Citizenship* dispone de una copiosa bibliografía disponible en su sitio web acerca de la ciudadanía corporativa. Entre ellos vale la pena mencionar:

- The Value Proposition for Corporate Citizenship
- Ten Half-Truths of Integrating Corporate Citizenship
- Putting the Corporation Responsibility (realizado conjuntamente con AccountAbility-UK)

*The Value Proposition for Corporate Citizenship*³³ es un texto dirigido a los ejecutivos que se encuentran enfrentados a sopesar las expectativas de los *stakeholders* con la gestión exitosa de los negocios. Específicamente, hace hincapié en que los valores pueden ser el hilo conductor para la ciudadanía en muchas compañías líderes, y su importancia va a ser más importante dadas las complejidades de la globalización.

Tal como señala este texto, las compañías competitivas del futuro encontrarán caminos para fundamentalmente alistarse y adoptar sus valores básicos –incluyendo los valores que la sociedad espera que tengan– en sus operaciones, desde la estrategia, para la gerencia, la gestión, las múltiples decisiones de todo tipo hecha por los empleados desde arriba abajo.

El marco de trabajo para llegar a contar con una propuesta de valores para la ciudadanía corporativa incluye los siguientes pasos:

³³ Steven A. Rochlin and Bradley K. Googins (2005) *The Value Proposition for Corporate Citizenship*

Comprender, alinear y relevar los valores de la compañía:

- Reconocer los valores como pieza fundacional de la ciudadanía corporativa y elevar a la prominencia del éxito financiero
- Hacer opciones en cómo incorporar mejor las expectativas de la sociedad al alinearse con valores corporativos internos
- Asegurar que un alcance completo de valores es la base de todos los otros tests para la toma de decisiones estratégicas

Unir estos valores ponderados e integrados a la estrategia base:

- Determinar riesgos
- Identificar oportunidades
- Fusionar estrategia, valores, riesgos y oportunidad para conducir innovación y mejorar el comportamiento de los negocios existentes

Crear sistemas de ayuda para reforzar los valores en acción:

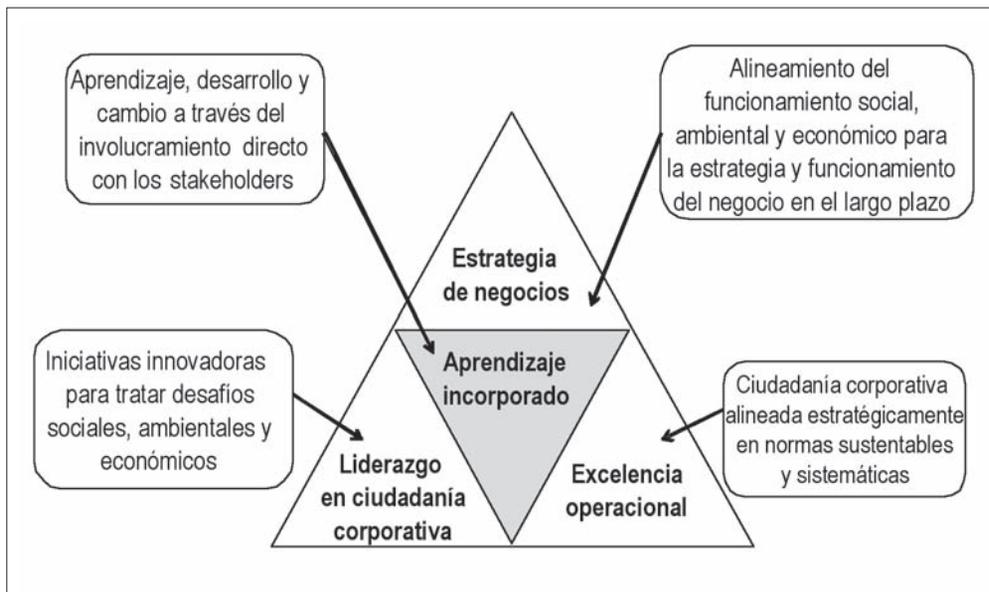
- Proveer capacitación e incentivos
- Gestionar las compensaciones, conflictos y tensión dentro de los valores.

Los valores de la compañía identificados por un grupo 10 corporaciones exitosas en este documento son: *respeto, integridad, innovación, enfoque en los resultados, honestidad, transparencia, prosperidad, rapidez, liderazgo, comportamiento, comunidad, confianza, imaginación, empatía, profesionalismo, mantener nuestros compromisos, el cliente, enfoque, el valor, responsabilidad, ser decisivo, auténtico, trabajo en equipo, contribución, agilidad, accountability, conocimiento, pasión, competición, excelencia, perseverancia, iniciativa, originalidad.*

En conjunto con la organización inglesa *AccountAbility*, el *Center for Corporate Citizenship* elaboró el texto denominado *Putting the Corporate into Corporate Responsibility (CR)*³⁴. En este documento se analizaron las posibles respuestas a la preguntas: ¿cómo se puede definir un comportamiento de excelencia en CR?, ¿dónde se ubica la CR dentro de la definición de excelencia en los negocios? A través de estudios de casos en diez compañías globales fue que *AccountAbility* y el *Center for Corporate Citizenship* buscaron dar respuestas a estas interrogantes, dando inicio, además, a la *Global Leadership Network*. El grupo de las 10 compañías que fueron partícipes del estudio fueron IBM, GE, 3M, FedEx, Diageo, Cargill, Manpower, Omron, GM y Cemex. El marco de trabajo con el que se trabajó se muestra en el siguiente cuadro.

³⁴ Steven Rochlin, Kathleen Witter, Philip Monaghan and Vicky Murray (2005), *Putting the Corporate into Corporate Responsibility (CR)*. Greenline Publishing and AccountAbility.

Marco de trabajo para la excelencia en RSC



Fuente: *The Trustees of Boston College and AccountAbility*, 2005

Los elementos del marco de trabajo, esto es, el aprendizaje incorporado, la estrategia de negocios, el liderazgo en responsabilidad corporativa y la excelencia en las operaciones, fueron testeados en las distintas compañías. Como resultado de los estudios de caso se concluyó sobre la necesidad de “instalar lo corporativo en la responsabilidad corporativa”. Las compañías pueden ser excelentes ciudadanos corporativos si la responsabilidad corporativa está alineada con la estrategia gerencial de la firma, agrega en su conclusión final el referido texto.

Otro documento relevante dentro de los estudios llevados a cabo por la institución es *“Ten Half-Truths of Integrating Corporate Citizenship”*. En él se analizan las recomendaciones tradicionales que son esenciales para la introducción de la ciudadanía corporativa, y las ventajas y cuestionamientos que tienen dichos enunciados. En la tabla siguiente está el cuadro resumen de dicho estudio.

Diez medias verdades de la integración de la ciudadanía corporativa

SI...	VERDAD A MEDIAS	PERO...
Conecta la ciudadanía corporativa a la agenda de negocios y abre las puertas a discusiones más estratégicas	Hacer el estudio de caso	Puede ser sobredimensionada, subvalorada, y ocultar el verdadero valor de la ciudadanía corporativa como un elemento organizacional base; puede inhibir el pensamiento estratégico
Lleva a la compañía la legitimización de objetivos de terceras personas; provee de una estructura de medición	Adoptar un código externo o estándar	Puede conducir a volúmenes de datos para completar "box-checking" de conformidad; puede que no se traduzca en la visión y actos específicos de la compañía que avancen profundicen la ciudadanía corporativa
Provee de un poderoso motivador; provee de un concepto de negocios bien establecido	Haga de la disminución del riesgo un conductor primario	Puede poner a la compañía de un modo reactivo; la ciudadanía corporativa puede perder su orientación hacia la oportunidad.
Asegura un estatus prioritario y es esencial para asegurar recursos	Instalarla desde arriba	Esperar por la aprobación ejecutiva puede retrasar el progreso e inhibe actividades donde la aprobación es innecesaria; el apoyo desde arriba no asegura una ayuda a lo largo de la organización
Asignarle un dueño para que se preocupe de hacer calzar la ciudadanía corporativa y la estrategia de la compañía	Designar a un dueño de responsabilidad corporativa	Puede dar como resultado que la ciudadanía corporativa sea percibida como una responsabilidad unilateral y periférica para el negocio principal
Conduce a un <i>accountability</i> y pone a la compañía en una rendición de cuentas pública; enfoca la atención interna en ciudadanía corporativa	Producir un reporte social	Puede ser un uso burocrático del tiempo que distrae del progreso; puede convertirse para la actividad actual de ciudadanía corporativa
Crea un foro para compartir temas y conocimientos dentro de la compañía; produce nuevas ideas, sinergia, y alineación	Convocar un comité multifuncional	Puede ser visto como el motivo de reunión para la reunión; puede crear rivalidad entre el <i>staff</i> y la línea de mando
Amplia el compromiso y asegura el nexo de la ciudadanía corporativa con la estrategia de negocios	Comprometer a la línea de mando de la organización	Puede dar como resultado una actividad fragmentada e inconsistente y reunión en la ausencia de un mecanismo de integración
Aumenta el nivel de bienestar y reduce la resistencia; provee de una aproximación de "prueba y error"; puede dar el salto a la ciudadanía corporativa	Construir sobre políticas y sistemas ya existentes	Puede dañar la innovación y la energía en el tiempo
Construye conexiones más profundas para los <i>stakeholders</i> , amplía las perspectivas hacia fuera y puede construir programas entretenidos	Formar socios por sectores	Puede difuminar la agenda ciudadanía corporativa, no reemplaza las reuniones internas para el involucramiento del <i>stakeholder</i>



19. CEMEFI, México

Como señalara Agüero (2002:17), *las empresas involucradas en México en algún tipo de responsabilidad social se desarrollaron en torno al hilo conductor entre filantropía y RSE*. Y uno de los referentes para la difusión de la RSE es el Centro Mexicano para la Filantropía³⁵, CEMEFI.

El CEMEFI fue fundado en 1998 y agrupa a empresas, fundaciones, e individuos para la promoción de una cultura filantrópica. Su misión es promover la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México, y fortalecer la participación organizada de la sociedad.

La Cemefi creó un programa empresarial en 1997, que se ha transformado en el Programa de responsabilidad social empresarial, con el fin de “apoyar a las empresas en la implementación, desarrollo, evaluación y mejora de prácticas socialmente responsables, que les permitan alcanzar la excelencia de negocio, impactando positivamente a la sociedad”. El programa cuenta con una membresía de 75 empresas y 21 fundaciones empresariales. A través de este programa, la empresa puede diagnosticar dónde se encuentra dentro de los estándares que conforman la responsabilidad social, comparar y medir sus resultados, así como aplicar eficazmente sus programas de donaciones e inversión social.

Además, el CEMEFI distingue a las empresas con el reconocimiento Empresa Socialmente Responsable, ESR. En este caso, El CEMEFI convoca a todas las empresas mexicanas para que participen en un proceso de evaluación de las prácticas de responsabilidad social que llevan a cabo en cuatro áreas: Ética empresarial, Calidad de vida en la empresa, Vinculación con la comunidad, Cuidado y preservación del medio ambiente. Este distintivo permite ser utilizado por un año.

Además de esta organización, hay otras que han desarrollado iniciativas en torno a la RSE, entre ellas la Confederación Patronal de la República Mexicana, COPARMEX, el Consejo de Coordinación Empresarial, CCE, el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, COMPITE. Asimismo se pueden mencionar al Instituto Tecnológico de Monterrey, que ha desarrollado estudios conjuntamente con CEMEFI, y la Unión Social de Empresarios de México, USEM, afiliada a UNIAPAC de México.

Para dar una estatus más permanente a la RSE en este país nació la Alianza por la Responsabilidad Social en México AliarSE que otorga, desde el año 2000 y conjuntamente con CEMEFI, el Premio Mejor Práctica de Responsabilidad Social Empresarial a

³⁵ Información disponible en www.cemefi.org y en F. Agüero (2002). *La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*. Universidad de Miami.

las compañías que operan en México. AliaRSE constituye una tentativa de coordinar las actividades de USEM, Fundación Mexicana para el Desarrollo FMDR, Coparmex, Desarrollo Empresarial Mexicano, DESEM, organización destinada a promover el espíritu empresarial entre la gente joven, la CCE y CEMEFI, y de promover una posición común sobre legislación (Agüero, 2002: 19).

20. CentraRSE, Guatemala

El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial de Guatemala, CentraRSE, es una organización que busca que las empresas implementen conscientemente prácticas en el país. La iniciativa que dio origen a la institución es la conformación de un Comité para abordar la RSE en Guatemala, impulsado por el Banco Mundial y el Consejo de Fundaciones Privadas en 1998, estableciéndose formalmente en 2003.

Además de su vinculación con el desarrollo de cursos sobre RSE en conjunto con el Banco Mundial, CentraRSE ha desarrollado un instrumento valioso que es el documento "*IndicaRSE. Indicadores de Responsabilidad Social 2005*"³⁶. Este documento desarrolla una metodología para preparar el Informe de RSE de las empresas. Es un instrumento de autoevaluación que además permite medir la aplicación de políticas y prácticas de RSE. Los indicadores están elaborados en formato de cuestionario, con un modelo único aplicable para todo tipo de sector económico. En él se sugiere a las empresas preguntarse por las siguientes 7 áreas de la organización, a saber:

1. *Valores y Transparencia.* Principios y fundamentos éticos en cada uno de los aspectos concernientes a la operación y toma de decisiones basadas en la ética por parte de la empresa y sus miembros, su transparencia interna y externa, así como su cumplimiento con el régimen laboral
2. *Calidad de la Vida Laboral, o Actores Internos.* Se refiere a las condiciones óptimas y adecuadas en términos laborales, para lograr mayor productividad y desarrollo personal- también incluye relaciones y gobernabilidad interna de los accionistas y de los colaboradores a todo nivel organizacional.
3. *Proveedores.* Es el principio que parte de la selección de los proveedores y de una construcción de una relación responsable y sostenible. Una empresa responsable en su operación también exige criterios acorde a sus lineamientos a toda su cadena productiva. Además construye una relación basada en el intercambio transparente
4. *Medio Ambiente.* Respeto y cuidado del entorno natural, en la forma en que se hacen los negocios, logrando un uso sostenible de sus insumos, reduciendo

³⁶ Información disponible en www.centrase.org

emisiones y residuos, generando mayor eficiencia, y produciendo más con menos.

5. *Consumidores / Clientes.* Es la responsabilidad de la empresa con sus clientes y/o consumidores en términos de mejor servicios al cliente, claridad en sus transacciones comerciales, mejores productos, cumplimiento con estándares de calidad, mercadeo responsable y mejor respuesta a sus exigencias y necesidades. Esto fortalece la marca y da una mayor lealtad al cliente.
6. *Relaciones con la Comunidad.* Contribuir al desarrollo y superación de las comunidades inmediatas en donde opera la empresa y donde tenga intereses comerciales. Esta relación de estar basada en una contribución y responsabilidad compartida, ya que es una relación ganar-ganar para ambas partes logrando así un desarrollo sostenible, reforzando la reputación de la empresa y logrando la confianza por parte de la comunidad.
7. *Relaciones con el Estado.* Participar en el diseño de políticas estatales y hacer alianzas para ejecutar proyectos conjuntos con gobiernos locales o centrales, para el propósito de ampliar el impacto de buenas prácticas a nivel nacional.

Teniendo presente que estas son las áreas sobre las que se examina a la empresa, para lo cual CentraRSE ofrece su orientación y coordinación externa, se procede al desarrollo del instrumento propiamente tal. En ello, la participación de los directivos internos es esencial.

Metodología de IndicaRSE 2005

Luego de completar el perfil con las características generales de la empresa, completar el cuestionario conlleva encargados por área. De acuerdo a los ejes, los encargados recomendados son:

EJE	Encargado Recomendado
Valores y transparencia	Gerente General
Actores internos (Calidad de Vida Laboral)	Gerente de Recursos Humanos / Colaboradores al azar
Medio Ambiente	Gerente de Producción / Administrativo
Proveedores	Gerente Administrativo / Compras
Clientes / Consumidores	Gerente de Mercadeo / Gerente de Ventas
Relaciones con la Comunidad	Gerente General/ Encargado de Relaciones Públicas / Gerente de Mercadeo/ y/o la instancia específica encargada del vínculo empresa-comunidad
Relaciones con el Estado	Gerente General / Encargado de Relaciones Públicas / Gerente de Mercadeo

Fuente: CentraRSE 2005

Las preguntas. Existen cuatro tipos de preguntas, a saber:

Preguntas en una escala de *Sí – En proceso – No*. Ejemplo:

	Sí	En proceso	No	No aplica
1. En esta empresa se ha articulado un código de ética por escrito (formalmente)				

- Preguntas cuantitativas. Para darle profundidad y soporte a las respuestas de la empresa
- Preguntas de autodiagnóstico. Sucesión de declaraciones que mejor describan la situación de la empresa
- Preguntas abiertas / comentarios. Sobre información extra, notas de casos exitosos, situaciones a mejorar, etc.

A continuación transcribiremos el ítem **Proveedores**.

Proveedores

EN ESTA EMPRESA		Sí	En proceso	No	No aplica
Al seleccionar proveedores o hacer subcontrataciones					
1	Se evalúa y selecciona basándose en criterios de...	Precio			
		Calidad			
		Plazo de entrega			
		Impacto al medio ambiente			
		Participación en la comunidad			
		Transparencia			
		Otros criterios de RSE			
2	Existen normas explícitas que exigen que los Proveedores...	Cumplan con la ley			
		Cumplan con sus requerimientos fiscales			
		Cumplan con regulaciones ambientales			
		Cumplan con la legislación en contra del trabajo infantil			
		Cumplan con la legislación en contra del trabajo forzado			
		Cumplan con la legislación en contra del lavado de dinero			
		Respeten y promuevan la propiedad intelectual			
No incurran en ningún tipo de competencia desleal					

EN ESTA EMPRESA		Si	En proceso	No	No aplica
Al seleccionar proveedores o hacer subcontrataciones					
3	Existe un compromiso por escrito con los proveedores que buscan la incorporación de prácticas de RSE				
4	Se incentiva la participación de todos los actores de la cadena productiva por medio de diálogos con consultas con los mismos				
5	Adopta criterios de compra que garanticen que los productos no sean piratas, falsificados, de contrabando o robados (verificación del origen)				
6	La empresa da preferencia a proveedores que tienen criterios de RSE con sus proveedores (sub-proveedores de la empresa)				
7	La empresa discute temas de RSE con sus proveedores regularmente				
8	La empresa posee una política explícita para colaborar y cooperar con toda su cadena productiva para elevar la RSE de su sector productivo				
9	Incluye a sus proveedores en campañas de información de valores, cultura y principios de la empresa				

En cuanto a certificaciones internacionales y sus proveedores					
10	Tiene proveedores certificados por organizaciones internacionales (como AA, SA, ISO, OHSAS, FSC, FLA, etc.)				
11	Posee políticas de compra que benefician a proveedores que estén certificados socialmente por organizaciones internacionales				
12	Su empresa compra únicamente de proveedores que estén certificados por entidades como ISO, SA, u otras organizaciones similares				

En cuanto a colaboradores subcontratados					
13	Integra a colaboradores subcontratados en programas internos de capacitación y/o educación				

¿Qué porcentaje de sus proveedores están certificados en SA 8000, ISO 9000/14000, OHSAS 18000, etc.?	%
Porcentaje de proveedores que visita regularmente (1 año) para inspeccionar criterios de selección	%

Diagnóstico

1. Los proveedores se escogen en base a precio, calidad y entrega	2. Se trabaja únicamente con proveedores que cumplan con la ley y se le da preferencia a los que tengan algunos criterios de RSE	3. Es obligación que los proveedores tengan incorporados los criterios de RSE en sus propias empresas. No se hacen excepciones	4. La empresa toma una actitud proactiva de incorporar los principios de la RSE a lo largo de la cadena productiva

Debajo del cuadro Diagnóstico se trata de conocer en qué nivel, en el caso de los Proveedores, se encuentra la organización con respecto a la RSE. Seguidamente, se anotarán los comentarios específicos que procedan sobre esta área.

Comentarios

21. Colombia

En Colombia el desarrollo de la RSE ha estado organizado alrededor de fundaciones que, como señala Agüero, *están ligadas más o menos directamente a empresas familiares* (Agüero, 2002: 59 y ss). Estas fundaciones llevan a cabo sus propios programas de inversiones sociales y filantrópicas, y no hay una organización o estructura central que las reúna.

Las Corporaciones, que son solventadas por fundaciones del sector privado, se orientan hacia áreas de interés público. *Las corporaciones obtuvieron un estatus más importante en la Constitución de 1991, constituyendo la instancia en la cual diferentes contribuyentes del sector privado se coordinan, entre ellos y con el Estado, en torno a temas específicos o áreas de políticas*, señala Agüero. Entre estas corporaciones se pueden citar a Corpoeducación, Corporación Excelencia en la Justicia, Transparencia por Colombia,

Coinvertir, Corporación Calidad, Centro de Gestión Hospitalaria, Corporación Colombia Internacional, Fundación Ideas para la Paz.

Otra organización de referencia en la promoción de la RSE es el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible³⁷, CECODES. Esta corporación la conforman 28 empresas y tres gremios pertenecientes a distintas áreas industriales: minería, petróleo, agro-industria, manufactura, construcción, comercio, banca y seguros. Fue creado en 1993 como el capítulo colombiano del World Business Council for Sustainable Development, WBCSD, mencionado anteriormente. La misión principal de CECODES es ayudar y orientar a las empresas en la implementación de prácticas de mejoramiento continuo para alcanzar el equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y ambientales, en armonía con el desarrollo sostenible en la sociedad colombiana. Además, apoya al gobierno en el diseño y puesta en marcha de políticas y leyes que promueven la sostenibilidad.

22. Ibase, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

El Ibase, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas³⁸, fue creado en 1981 y es una institución de utilidad pública federal, sin fines de lucro y sin ninguna vinculación religiosa o política. Su misión es la construcción de la democracia, combatiendo las desigualdades y estimulando la participación ciudadana.

Actualmente desarrolla las siguiente líneas programáticas:

- Alternativas democráticas a la globalización
- Democratización de la ciudad
- Economía solidaria
- Foro social mundial, FSM
- Monitoreo de políticas públicas
- Participación de la sociedad civil en el espacio público
- Responsabilidad social y ética en las organizaciones
- Seguridad alimentaria

En lo referido al capítulo *Responsabilidad social y ética en las organizaciones* Ibase desarrolla dos proyectos:

³⁷ Información disponible en www.cecodes.org.co

³⁸ Toda la información de Ibase está disponible en el sitio web www.ibase.br

- a) Responsabilidad social de las empresas (RSE) y Balance Social
- b) “Red Puentes”: Red latinoamericana de RSE

En lo que respecta a RSE y el Balance Social, la meta es que las empresas que actúan en Brasil publiquen el Balance Social. Hasta 2004 son 724 los Balances Sociales ya publicados en el modelo Ibase y que están disponibles para su consulta. Se ha involucrado a un amplio público para el debate del tema. Asimismo, además del balance para las empresas, Ibase ha generado otros tres tipos de balance: i) instituciones de enseñanza, fundaciones y organizaciones sociales, ii) micro y pequeñas empresas y, iii) cooperativas.

En lo que respecta a la Red Puentes³⁹, creada en enero de 2002, tiene entre sus objetivos el fortalecimiento de colaboraciones internacionales que estimulen prácticas empresariales socialmente responsables, utilizando el Balance Social y otras herramientas de RS como instrumento.

En 2005 son 31 las instituciones integradas a esta articulación latinoamericana, entre ONGs, organizaciones ambientalistas, organizaciones de defensa de consumidores, defensa de los derechos de las mujeres y movimientos sociales de Argentina, Brasil, México, Chile, Uruguay y Holanda.

En el cuadro siguiente se describen los puntos que contienen el Balance Social, a partir del reporte de control de gestión que elabora la misma institución Ibase.

Balance Social Ibase 2004 (sobre base de informe de la misma organización)

COMPONENTE	SUBCOMPONENTE
1. Identificación	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de la Institución • Tipo o categoría (conforme instrucciones) • Naturaleza jurídica <ul style="list-style-type: none"> - Asociación - Fundación - Sociedad • ¿Sin fines económicos? <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No • ¿Exento de la cuota patronal del INSS? <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No • ¿Posee Certificado de Entidad Beneficiaria de Asistencia Social, Cebas? <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No • Posee registro en: <ul style="list-style-type: none"> - CNAS - CEAS - CMAS • ¿De utilidad pública? <ul style="list-style-type: none"> - NO - Si: Federal; Estatal; Municipal • ¿Calificada como OSCIP?³⁹ <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No

³⁸ La información de esta red se encuentra disponible en www.redpuentes.org

³⁹ OSCIP: Organizaciones de la Sociedad Civil de Interés Público. Ley 9.790/99

COMPONENTE	SUBCOMPONENTE
2. Origen de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> a. Recursos gubernamentales b. Donaciones de personas jurídicas c. Donaciones de personas físicas d. Contribuciones e. Patrocinios f. Cooperación internacional g. Prestación de servicios h. Cooperación internacional i. Prestación de servicios y/o venta de productos j. Otros ingresos
3. Aplicación de los recursos	<p>GASTOS TOTALES</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Proyectos, programas y acciones sociales (excluyendo personal) b. Personal (sueldos más beneficios más cargas sociales) c. Gastos varios (suma de gastos abajo consignados) <p>Operacionales Impuestos y tasas Financieros Capital (máquinas más instalaciones más equipos) Otros (que se deben listar de acuerdo a importancia)</p>
4. Indicadores sociales internos (Acciones y beneficios para funcionarios)	<ul style="list-style-type: none"> a. Alimentación b. Educación c. Capacitación y desarrollo profesional d. Guardería y desarrollo profesional e. Guardería o auxilio-guardería y/o escuela f. Salud g. Seguridad y transporte en el trabajo h. Transporte i. Becas/pasantías j. Otros (bonificación) <p>TOTAL – Indicadores sociales internos</p>
5. Proyectos, acciones y contribuciones para la sociedad	En este ítem se listan los proyectos de la organización. En el caso de Ibase, los que se ejecutaron de acuerdo a las líneas programáticas, que no describiremos en este recuadro
6. Otros indicadores	En este ítem listó la proporción de alumnos a los que beneficia con sus proyectos, a través de becas (integrales, parciales, o de áreas investigación que cubre)
7. Indicadores sobre el cuerpo funcional	<ul style="list-style-type: none"> N° total de empleados al final del período N° de contrataciones durante el período N° de prestaciones de servicio % de empleados de más de 45 años N° de mujeres que trabajan en la Institución % de cargos gerenciales ocupados por mujeres Edad promedio de las mujeres en cargos gerenciales Sueldo promedio de las mujeres Edad promedio de los hombres en cargos gerenciales Sueldo promedio de los hombres N° de negros/as que trabajan en la institución % de cargos gerenciales ocupados por negros/as Edad promedio de los negros/as en cargos gerenciales Sueldo promedio de los negros/as N° de blancos/as que trabajan en la institución Sueldo promedio de los blancos N° de pasantes N° de voluntarios/as N° de portadores/as de necesidades especiales Salario promedio de portadores/as de necesidades especiales
8. Calificación del cuerpo funcional	En este ítem se califica a los docentes, según si poseen doctorado, maestría, especialización, graduados. Seguidamente, se compara a los funcionarios del cuerpo técnico y administrativo, agregando las categorías de nivel secundario, primario, primario incompleto y personas no alfabetizadas.

COMPONENTE	SUBCOMPONENTE
9. Informaciones importantes con relación a la ética, transparencia y RS	<ul style="list-style-type: none"> • Relación entre la mayor y menor remuneración • El proceso de contratación de empleados, si es por indicación o concurso • ¿Desarrolla la institución alguna política o acción de valorización de la diversidad en su cuadro funcional?, Si procede, ¿cuáles? • ¿Desarrolla la organización alguna política de valorización de la diversidad entre alumnos/as y/o beneficiarios?, si procede, ¿es institucionalizada? • En la selección de asociados/as y prestadores/as de servicios, criterios éticos y de RS y ambiental: no se consideran; se sugieren; se exigen. • La participación de los empleados /as en la planificación: no ocurre; ocurre en los cargos gerenciales; ocurre en todos los niveles • Los proceso electorales democráticos para la elección de los coordinadores/as y directores/as de la organización: no ocurren; ocurren regularmente; ocurren solamente para puestos intermedios • La institución posee Comisión/Consejo de Ética para el seguimiento de: todas las actividades; enseñanza en investigación; experimentación animal; no hay
10. Otras informaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Durante el período anterior las principales fuentes de recursos fueron: <ul style="list-style-type: none"> a. Donaciones de personas jurídicas b. Donaciones de personas físicas c. Cooperación internacional d. Prestación de servicios e. Otros ingresos • La clasificación de los proyectos ejecutados en el período considera <ul style="list-style-type: none"> a. Definición de Plan estratégico (y líneas programáticas) b. Línea programática Foro Social Mundial c. Otros • Convenciones

23. Instituto Ethos, Brasil

El Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social es una organización brasileña privada sin fines de lucro, creada en 1998 en São Paulo, cuya misión es diseminar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, promoviendo encuentros, divulgando informaciones, constituyendo bancos de datos y publicando manuales, entre otras actividades.⁴¹

El Instituto Ethos trabaja en cinco líneas de actuación, a saber

1. Ampliación del movimiento de responsabilidad social empresarial (sensibilización e involucramiento de empresas en todo el Brasil, articulación de socios, sensibilización de los medios para el tema de la RSE, coordinación de la creación del comité brasileño de Global Compact, etc.)

2. Profundización de prácticas de RSE (Indicadores Ethos de RSE, -incluyendo versiones para micro y pequeñas empresas y algunos sectores de la economía-, Conferencia Nacional anual para más de un millón de participantes, constitución de redes de interés, promoción de la publicación de balances sociales y de sustentabilidad, producción de publicaciones y manuales prácticos).

⁴⁰ Instituto Ethos (2002) "Responsabilidade social empresarial, Estado e sociedade civil: o caso do Instituto Ethos" en Instituto Ethos de Empresas de Responsabilidades Social (2002) "Responsabilidade Social das Empresas. A contribuição das Empresas". Sao Paulo: Pierópolis.

3. Influencia sobre mercados y sus actores más importantes en el sentido de crear un ambiente favorable a la práctica de responsabilidad social (desarrollo de criterios de inversiones socialmente responsables con fondos de pensión en el Brasil, desarrollo de programas de políticas públicas y RSE, participación en diversos consejos gubernamentales para la discusión de la agenda pública brasileña.

4. Articulación del movimiento de RSE con políticas públicas:

4.1 Desarrollo de políticas para promover la RSE y desarrollar marcos legales

4.2 Promoción de la participación de empresas en la pauta de políticas públicas del Instituto Ethos

4.3 Fomento a la participación de las empresas en el control de la sociedad, por medio de fomento al acompañamiento y recopilación de las responsabilidades legales, transparencia gubernamental y conducta ética

4.4 Divulgación de la RSE en espacios públicos y eventos

4.5 Estructuración de procesos de consulta a miembros y socios de la compañía

5. Producción de información (reporte anual de Empresas y Responsabilidad Social – Percepción y tendencias del consumidor, producción y divulgación del contenido y un sitio de referencia sobre el tema en internet, recopilación y divulgación de datos y casos de las empresas, promoción del intercambio con entidades internacionales líderes en el tema de la responsabilidad social).

El Instituto Ethos ha desarrollado un set de **herramientas de gestión**, cuyo componente principal para este estudio es el Balance Social. Estas herramientas son instrumentos de auto-evaluación y aprendizaje, de uso esencialmente interno, desarrolladas para atender a las necesidades de las empresas en las diversas etapas de su gestión, desde el diagnóstico, planeamiento e implementación, hasta el *benchmarking* y evaluación, más allá de la transparencia y aprendizaje.

Herramientas de gestión Instituto Ethos



Fuente: Uniethos (2005)

El Balance Social

La guía de Elaboración del Balance Social 2004 del Instituto Ethos busca ser un instrumento de gestión y de diálogo con las partes interesadas. En texto introductorio afirma que es un instrumento de diálogo en la medida que la comunicación de las oportunidades y desafíos sociales, económicos y ambientales es inmensamente superior a la simple respuesta de una solicitud de información, transformándose en un ingrediente clave para la construcción, sustentación y refinamiento del involucramiento de las partes interesadas.⁴²

Los componentes principales del Balance Social son los que están descritos en el siguiente cuadro, de manera resumida.

Balance Social Ethos 2004

Principios y criterios	<ul style="list-style-type: none"> • Relevancia • Veracidad • Claridad • Sea comparable • Regularidad • Sea verificable
1. Presentación de la Compañía	
Mensaje del presidente	<ul style="list-style-type: none"> • Puntos altos del contenido y compromisos a ser alcanzados; • Declaración de compromiso con relación a objetivos económicos, sociales y ecológicos a los que la empresa se propone; • Reconocimiento de éxitos e fracasos logrados a lo largo del proceso. <p>Desafíos más significativos para la organización y para el respectivo sector en el sentido de integrar la responsabilidad por el desempeño financiero al desempeño social, ambiental y económico, bien como las implicaciones de estos hechos en las estrategias futuras.</p>
Perfil de la iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> • Síntesis de la visión general de la empresa. La información es más segregada para las grandes empresas que para las pequeñas. Los puntos sugeridos son: <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre organización 2. Principales productos, incluso marcas 3. Número de empleados 4. Fecha del informe inmediatamente anterior 5. Naturaleza de los mercados en los que actúa, perfil de los clientes, p.e.: mayorista/minorista, gobiernos 6. Especie de empresa: sociedad comercial/sociedad civil/ empresa pública; de responsabilidad limitada/sociedad anónima, etc. 7. Desdoblamiento de ventas – rentas por país/región del país 8. Cambios significativos en el tamaño, estructura, propiedad, productos y servicios que ocurrieron en el presente informe
Sector de la Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Sector en la que empresa actúa y la contribución del sector a la economía como un todo, presentando, además, cuestiones específicas del sector vinculadas a la RSE

⁴² Instituto Ethos (2004) “Guía de Elaboración del Balance Social 2004”. Disponible en formato pdf en www.ethos.org.br

La empresa	
Histórico	Etapas por las que ha pasado la empresa
Principios y valores	Principios, valores, códigos de conducta, dilemas relacionados con el negocios, iniciativas voluntarias
Estructura y funcionamiento	Principales aspectos de la estructura organizacional en el nivel macro, e informaciones de cómo la empresa opera; además, los aspectos más significativos de los sistemas de gestión
Gobierno corporativo	Sistema de dirección, especialmente de consejeros, los comités que integran el Consejo y su <i>modus operandi</i>

La actividad empresarial	
Visión	Visión de futuro de la empresa, articulación de desafíos de orden ético, social, ambiental y económico en el desarrollo de sus actividades
Diálogos con las partes interesadas	<p>Criterios y proceso utilizados en su diálogo con los <i>stakeholders</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los criterios utilizados en la elección de las partes interesadas; 2. Los instrumentos utilizados para el diálogo con las partes interesadas, tales como: encuestas de opinión, grupos de foco, paneles y otros. También se debe citar la frecuencia de aplicación de estos instrumentos; 3. Los tipos de informaciones logradas por medio de ese diálogo, así como el uso que se hace de ellas (base para indicadores, referencias para <i>benchmarking</i>, etc.).

Indicadores de desempeño	<p>En este punto se emplean dimensiones cualitativas y cuantitativas. Las dimensiones cualitativas se vinculan, más bien, con la RSE.</p> <p>Indicadores de desempeño económico</p> <p>ASPECTOS CUALITATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impactos en el país a través de la producción y distribución de riqueza por parte de la empresa; • Resultados oriundos de la productividad lograda en el período; • Procedimientos, criterios y retornos de inversiones realizadas en la propia empresa y en la comunidad. <p>ASPECTOS CUANTITATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción y distribución de la riqueza • Productividad • Inversiones <p>Indicadores de desempeño social</p> <p>I. Público Interno</p> <p>Aspectos cualitativos</p> <p>Indicadores Cuantitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil de los colaboradores (empleados) 2. Perfil de salarios 3. comparación salarial 4. salud y seguridad 5. educación y entrenamiento 6. tasas de atracción y retención de profesionales 7. otros indicadores: educación y entrenamiento, salud y seguridad, compromiso con el porvenir de los niños, diversidad, creación de empleos <p>II. Proveedores</p> <p>Aspectos Cualitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. naturaleza y perfil de los proveedores 2. prestadores de servicios y trabajadores tercerizados (sugerido)
--------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>III. Consumidores/Clientes Aspectos Cualitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Encuesta sobre la satisfacción de los consumidores/clientes 2. Servicio de atención a consumidores/clientes <p>Aspectos Cuantitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio de atención al consumidor – SAC. <p>IV. Comunidad Aspectos Cualitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inversiones Sociales 2. otros: incentivos fiscales, estímulo empleados, problemas comunitarios discutivos con otras empresas, evaluación social de proyectos con participación de beneficiarios (sugerido) <p>V. Gobierno y Sociedad Aspectos cualitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inversiones en campañas de interés público 2. Otros: apoyo a debates abiertos de campañas políticas, perfeccionamiento a políticas públicas (sugeridos) <p>Indicadores de desempeño ambiental</p> <p>Aspectos cualitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Política ambiental 2. Iniciativas relacionadas con la gestión ambiental 3. Principales impactos ecológicos <p>Aspectos cuantitativos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de recursos 2. Otros sugeridos: en el área de política ambiental, uso de recursos, compromiso con futuras generaciones
Anexos	<p>Demostrativo de Balance Social (Modelo Ibase) Iniciativas de Interés Social (Proyectos Sociales)</p>

24. Perú

En Perú podemos mencionar la importancia que ha tenido el desarrollo empresarial a Perú 2021, el Instituto de Responsabilidad Social de la Empresa, IDRS, y el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, CIUP.

Perú 2021 nace como una reacción frente a la crisis de violencia e inestabilidad en los momentos más duros de la guerra con Sendero Luminoso. Sin estar orientadas inicialmente al desarrollo de la RSE, gradualmente la fue incorporando dentro de su quehacer. Se instaló a partir de la reunión de empresarios más bien jóvenes en 1992, y las actividades que desarrollaba apuntaban a difundir sus punto de vista entre la gente de negocios. En 1995 establece una alianza con la Inter-American Foundation, acuerdo que permaneció hasta 1999, para la promoción del proyecto “Promoción de la Visión de las Empresas y RSE”, en el que se desarrollaron actividades que difundieron la responsabilidad social de la empresa en Lima. Posteriormente, Perú 2021 ha venido desarrollando diversas actividades, y se ha integrado a la red patrocinada por Business for Social Responsibility, BSR y Empresa, según menciona Agüero (2002:47 y ss.).

La siguiente organización es el Instituto de Responsabilidad Social de la Empresa, IDRS. La apoyan diversos organismos, como Perú 2021, el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, CIUP, el Instituto de Liderazgo para el Desarrollo Sostenible, LIDES, Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo, SASE, la Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana, AmCham, la Confederación de Instituciones Empresariales Privadas, CONFIEP, y el Instituto Peruano de Administración de Empresas. Las principales líneas de trabajo son la promoción de debates, talleres y conferencias, la circulación y evaluación de indicadores y códigos internacionales existentes, la creación de bancos de información y, la realización de consultorías para ayudar a las empresas a crear e implementar estrategias de RSE, ofreciendo capacitación para ello.

El Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, CIUP, se ha establecido como lugar para la investigación y acción de la RSE. Contando con el apoyo de la Fundación Ford, el CIUP ha investigado temas de filantropía y voluntariado. Ha establecido, también, alianzas con otras universidades para la promoción de la RSE entre los jóvenes egresados. Asimismo, alberga una biblioteca de RSE.

25. DERES, Uruguay

DERES⁴³ es la agencia uruguaya para la promoción de la RSE. Se inició en 1999 de manera informal por iniciativa de dirigentes empresariales y la Universidad Católica de Uruguay y en mayo de 2001 se constituye formalmente. Está integrada por empresas, organizaciones empresariales e instituciones.

La RSE se define por DERES como *una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.*

Las empresas que integran DERES adhieren al siguiente compromiso:

1. Promover y difundir en los diferentes ámbitos de su actividad el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria
2. Desarrollar todas sus actividades éticamente y con integridad
3. Desarrollar políticas que impliquen un tratamiento justo y equitativo con sus empleados
4. Promover instancias de capacitación para los empleados, que les permita mejorar sus condiciones de trabajo y aspiraciones personales

⁴³ Información disponible en www.deres.org.uy

5. Permitir la pluralidad de pensamientos no discriminando a los trabajadores por su religión, raza, sexo, convicciones políticas o discapacidades
6. Cumplir con las obligaciones fiscales, de seguridad social, laborales y todas aquellas establecidas por las leyes y regulaciones de nuestro país.
7. mantener una activa preocupación por el medio ambiente, desarrollando acciones que impliquen su protección y preservación
8. Contribuir al logro de un mejor desarrollo y calidad de vida de la comunidad en general y de los sectores más carenciados en particular.

En su promoción de las *buenas prácticas* de RS en las empresas ofrece tres instrumentos para la evaluación y desarrollo de éstas, a saber:

- Manual de Autoevaluación
- Manual de Primeros Pasos
- Balance Social

El **Manual de primeros pasos** está diseñado para que los empresarios desarrollen e implementen acciones de Responsabilidad Social Empresarial. A través de ejemplos y sugerencias introducción a la organización en el desarrollo de la RSE, haciendo incapié en la creatividad de los empresarios en este camino.

El **Balance Social** está pensado para que las empresas uruguayas se presenten al interior del país, como para el exterior, con los más altos estándares tanto a nivel de su comportamiento con el medio ambiente como la RS. Tal como afirma DERES, cuanto más abiertas sean las empresas, mayor confianza generarán, mejorarán su reputación y serán percibidas como administradoras de sus riesgos, fomentando la inversión local y extranjera. Y tal es el sentido de la elaboración del Balance Social, considerando las particularidades propias del contexto nacional.

El **Manual de Autoevaluación** está diseñado para que las empresas realicen una mirada introspectiva sobre su propio desempeño en las distintas áreas de la RSE. La pregunta clave de esta indagación es *¿cuál es grado de desarrollo que la empresa tiene en cuanto a la RSE?*

Considerado el paso inicial para la cultura de la RSE, la organización aconseja que una vez respondido este instrumento, la empresa fije metas y objetivos a cumplir en aquellas áreas que la misma visualice que “hay más por hacer” de acuerdo a sus propios tiempos, situación y cultura.

A continuación se menciona parte del contenido del **Manual de Autoevaluación**.

- Áreas que consulta
 - Valores y Principios Éticos
 - Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 - Apoyo a la Comunidad
 - Protección del Medio Ambiente
 - Marketing Responsable

Se responde a través de la categoría Sí (siempre); A veces; No (Nunca); No Corresponde, *no es aplicable para nuestro caso*. Las puntuaciones obtenidas permiten obtener un Pentágono ilustrado, que permite ilustrar los resultados en forma individual (por área).

Cada Área la conforman componentes y subcomponentes. Describiremos los componentes por área. Dada su extensión, se omitirán los subcomponentes.

- Valores y Principios Éticos
 - Misión y Visión
 - Códigos
 - Procedimientos
 - Varios
- Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 - Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales
 - Condiciones Ambientales
 - Inversión en prevención de salud y seguridad
 - Participación de fuerza de trabajo por géneros
 - Capacitación del personal y desarrollo profesional
 - Transparencia de información
 - Libertad de sindicalización
 - Estructura de Retribuciones
 - Deportes
 - Plan de Retiro
 - Rotación y retención de empleados
 - El trabajador y su familia
 - Percepción y evaluación interna
 - Cantidad de accidentes de trabajo

- Capacitación
- Cantidad de hombres y mujeres
- Cantidad de discapacitados empleados
- Marketing Responsable
 - Consideración de la opinión del cliente
 - Proceso de reclamaciones
 - Relaciones en las cadenas de proveedores
 - Investigación y desarrollo
 - Marketing y comunicación
- Protección del Medio Ambiente
 - El medio ambiente como compromiso empresarial
 - Desarrollo de prácticas de medio ambiente
 - Impacto medioambiental
 - Certificaciones medioambientales que posee la empresa
 - Consumo de agua
 - Consumo de energía eléctrica
- Apoyo a la comunidad
 - Políticas de apoyo a la comunidad
 - Asignación de los recursos
 - Voluntariado y participación
 - Áreas prioritarias de apoyo comunitario
 - Destinatarios (tipos de organizaciones que reciben apoyo)
 - Monto en dinero que la empresa destinó a programas comunitarios
 - Porcentaje de dicho monto sobre las ventas
 - Monto aproximado en especies, productos, etc., que la empresa destinó a programas comunitarios
 - Cantidad de horas dedicadas por la empresa a programas comunitarios
 - Sobre el total de directivos y gerentes, porcentaje de los que participan en organizaciones sociales y/o comunitarias (ONGs, Fundaciones, etc.)
 - Sobre el total de ventas de la empresa, porcentajes de las que participan en actividades de apoyo a la comunidad

26. Argentina

En el caso argentino gran parte de la RSE tiene lugar a través de fundaciones empresariales y no necesariamente a través de una disposición real de la empresa hacia la RSE, como señala Agüero (2002). Además, poco a poco se han ido diferenciado las actividades filantrópicas y los programas comunitarios del concepto de responsabilidad social. *BSR y Empresa han tratado de impulsar la creación de una organización central, como lo han hecho en otros países, pero se han quejado de dificultades* (Agüero, 2002: 43).

Las organizaciones que llevan a cabo iniciativas en RSE son:

- *Fundación de Tucumán*.⁴⁴ Contribuye al desarrollo de la región del nordeste de Argentina a través de iniciativas privadas de innovación y compromisos sociales, componentes para asegurar el crecimiento de los negocios. Ofrece asesoría y consultoría sobre temas asociados a la RSE a las empresas socias y aglutina aproximadamente a 100 empresas.
- *Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial*⁴⁵, IARSE. Con sede en Córdoba, está vinculado al mundo académico y su presencia en los foros.
- *El Centro para la Responsabilidad Social*⁴⁶. Es parte del grupo Interrupción, y agrupa a emprendedores que trabajan sobre la base de valores de RSE.
- Algunas universidades como la *IAE-Austral* y el *Instituto Universitario IDEA*, que realizan investigaciones sobre la RSE.
- La red *ComunicaRSE*⁴⁷. Es un centro para la difusión de la RSE en la Argentina, y la promoción de cambios éticos y solidarios a favor del cambio social. Es espacio de comunicación de un periodismo especializado que informa de novedades de la RSE tanto del nivel nacional como internacional. Emite un informe denominado “Estudio de opinión pública de Responsabilidad Social Empresaria”, una encuesta anual en el nivel nacional. Recientemente se ha asociado con la red empresaria regional Forum Empresa, para la divulgación de la RSE en América Latina.

⁴⁴ Para mayor información ver www.fundtuc.org

⁴⁵ Para mayor información ver www.iarse.org

⁴⁶ Para mayor información ver www.interrupcion.net

⁴⁷ Para mayor información ver www.comunicarseweb.com.ar

TERCERA PARTE

ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN E INFORMES
ANUALES DE RSC

La antigua *International Organization for Standardization* (ISO) introdujo ya en 1996 el estándar ISO 14000 sobre sistemas de gestión ambiental, compatibilizando las demandas del Acuerdo de Río y las negociaciones de la ronda de Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Durante los años noventa emergieron además numerosos tipos de estándares para la elaboración de reportes anuales RSC, práctica que se ha extendido considerablemente entre las grandes empresas transnacionales. Entre ellos, uno de los más importantes son los utilizados por el *Global Reporting Initiative*, GRI, que se ha transformado en una guía global para la confección de los reportes de sustentabilidad corporativa, concernientes a las actividades, de las compañías productivas o de servicios, en su dimensión económica, ambiental y social. Hay otros utilizados por las empresas bancarias (*FTSE4Good Index Series*) y los “etiquetados sociales” propuestos a los consumidores por gobiernos europeos (Bélgica, Dinamarca e Italia). También se analizan en esta parte la “*accountability*” o el rendir cuentas de las prácticas laborales y con los *stakeholders* de las empresas de acuerdos con los estándares propuestos por la OIT y otros.

Los lectores podrán utilizar los extractos y resúmenes propuestos aquí pero tendrán además las indicaciones para ampliar las informaciones en las diferentes páginas *web* identificadas más abajo.

27. *International Organization for Standardization*, ISO

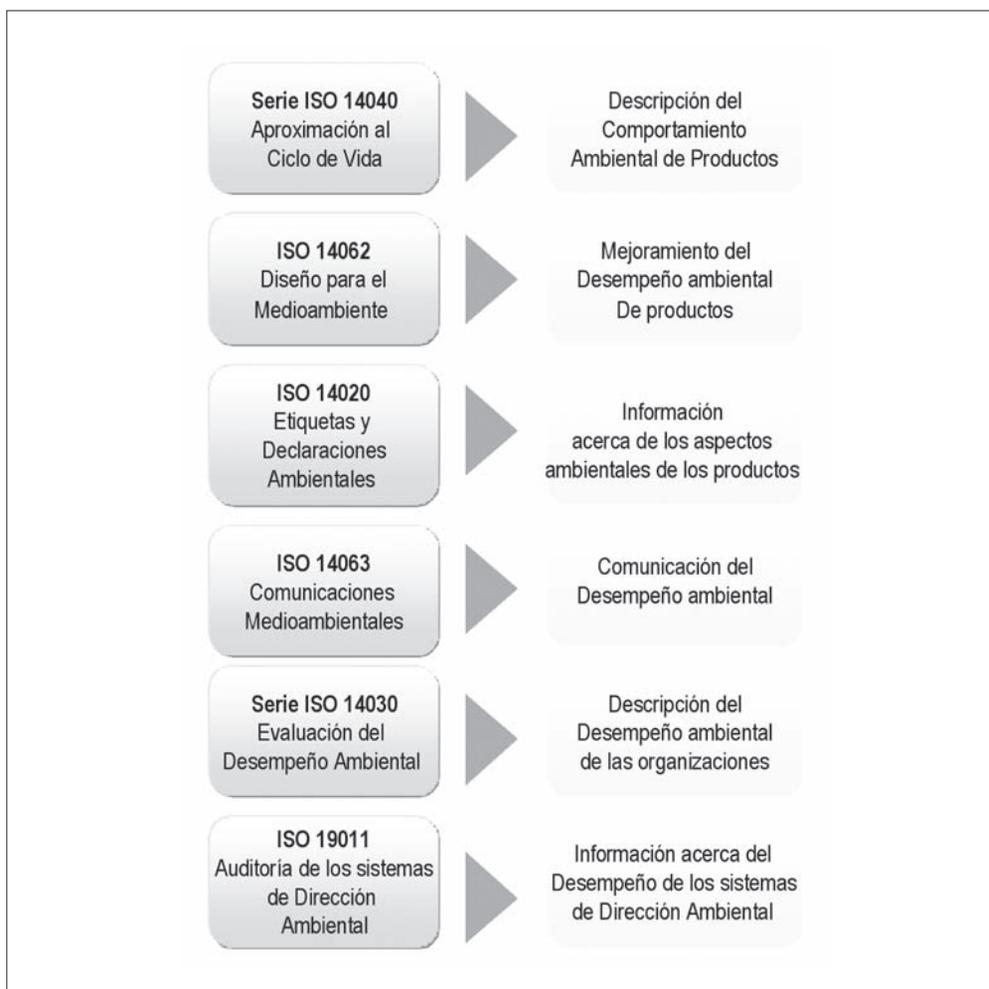
International Organization for Standardization introdujo en 1996 el estándar ISO 14000 sobre sistemas de gestión ambiental, compatibilizando las demandas del Acuerdo de Río y las negociaciones de la ronda de Uruguay del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (en inglés, GATT, *General Agreement on Tariffs and Trade*). Mientras que el GATT se concentraba en la necesidad de reducir las barreras no arancelarias al comercio, el Acuerdo de Río elaboró una comisión para la protección del medioambiente en el mundo.

Los estándares de ISO proveen de un marco para la certificación en procesos y productos. En el área de la responsabilidad social se puede reconocer dos áreas: medio ambiente y la RSE propiamente tal. En lo que se refiere a medio ambiente se encuentra la norma ISO 14000. En el área medioambiental ISO ha desarrollado dos áreas de acción para conocer las necesidades de todos los *stakeholders* desde los negocios, la industria, autorices civiles y organizaciones no gubernamentales así como de consumidores en el campo medioambiental.

Según señala el documento *The ISO 14000 Family of International Standards* (2002, 13 pp.), el primer ámbito de acción lo compone el portafolio de estándares para muestreo y métodos de medición para ocuparse de los desafíos específicos en el área ambiental. En segundo lugar, ISO ha desarrollado estándares que ayudan a las organizaciones a una aproximación más proactiva en la gestión de asuntos ambientales. Este tipo de estándares pueden ser implementados en cualquier tipo de organización, ya sea en el sector público o privado. Para conducir esta estrategia de aproximación, ISO estableció un nuevo comité técnico, ISO/TC 207 en 1993, *Environmental Management*. Este tenía como meta articular el “desarrollo sustentable”, bajo el criterio de la Conferencia de Río de Naciones Unidas, bajo el trabajo desarrollado por el grupo de trabajo denominado *Strategic Advisory Group on Environment* (SAGE). Este grupo consultor, establecido en 1991 llevó a cabo un trabajo conjunto en muchos países y organismos internacionales para colaborar en la definición de cómo Estándares Internacionales podrían colaborar a una mejor gestión ambiental (*environmental management*).

El resultado del esfuerzo llevado a cabo es el ISO 14000, familia de estándares en la gestión ambiental, una práctica caja de herramientas para ayudar en la puesta marcha del desarrollo sustentable. ISO 14000 posee un modelo el sistema de gestión medioambiental, cuyos aspectos principales se describen en el recuadro.

Modelo ISO 14000



Fuente: *Environmental Management (2002)*, traducción propia.

La primera fase del modelo se orienta a la priorización de la temática ambiental, que se corresponde con el ciclo de vida.

El sistema de gestión ambiental (en inglés EMS, *Environmental Management System*), ISO 14001 es un marco que ayuda a las organizaciones en la mejor gestión del impacto de sus actividades en el medioambiente y para demostrar buenas condiciones en la gestión ambiental.

El ISO 14062 supone la integración de aspectos medioambientales en el diseño y desarrollo. El ISO 14020 y 14063 se refieren a la comunicación del desempeño ambiental.

El ISO 14030 es el monitoreo del desempeño ambiental, en tanto el ISO 19011 es un monitoreo del sistema de gerencia empleado.

Las herramientas del ISO 14000 proveen, según afirma ISO (2000:5) significativos beneficios económicos tangibles que incluyen:

- reducir el uso de materiales/recursos en estado natural
- reducir el consumo de energía
- mejorar los procesos de eficiencia
- reducir generación de desperdicios y costos asociados
- utilización de recursos renovables

28. *ISO Advisory Group on Social Responsibility*

Más allá de los criterios ambientales empleados en ISO 14000, existe también un capítulo específico asociado a la Responsabilidad Social. En este ámbito, ISO se ha preparado para presentar la Guía de Responsabilidad Social, que será presentado en 2008.

En el desarrollo de esta tarea, el *ISO Advisory Group on Social Responsibility* (AG), fundado en 2002 por el *ISO Technical Management Board* (TMB), ha trabajado sobre los siguientes términos de referencia:

- determinar si ISO debería proceder en el desarrollo del campo de la responsabilidad social
- si así fuese, determinar el alcance del trabajo y el tipo de resultados

En 2003, el TMB solicitó al grupo consultor en responsabilidad social (AG) que produjera un “*working report*” para conocer el estado del arte y las iniciativas en responsabilidad social y una lista y análisis de los temas relevantes para el desarrollo futuro en estándares internacionales para la responsabilidad social.

Resultado de ello es el *Working Report on Social Responsibility* publicado en 2004. En este documento se desarrollan las siguientes áreas:

- Sección 1. Conceptos: ¿de qué estamos hablando cuando nos referimos a la RSE/RS?
- Sección 2. Temas relacionados con la estandarización en RS
- Sección 3. Capacidad de ISO de llevar a cabo trabajo en el área de RS

Además, se anexa un cuadro con los componentes posibles de responsabilidad social, que son los del cuadro siguiente.

Componentes de responsabilidad social

COMPONENTE	SUBCOMPONENTE
1. Prácticas comerciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos justos o claros 2. Advertencias éticas 3. Evitar abuso del dominio del mercado 4. Otros...
2. Comportamiento anti-competitivo	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas de origen • Otros... • Gobierno corporativo • Sistemas de acuerdo regulatorio • Composición e integridad de la junta o consejo • Informes transparentes y accountability • Gestión del riesgo • Sistemas de auditoría interna • Protección de la propiedad intelectual • Protección a los "soplones" • Otros...
3. Empleo y desarrollo industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Igualdad de oportunidades • Salarios y condiciones claros • Libertad de asociación • Empleo y ascenso no discriminatorios • No al trabajo infantil • No al trabajo forzado • Prácticas disciplinarias razonables • Horas y condiciones de trabajo razonables • Protección de la privacidad individual • Mecanismos de resolución de conflictos claros • Mecanismos de comunicación internos • Otros.... <ul style="list-style-type: none"> • Minimización de los impactos ambientales • Reciclaje de productos • Gestión de la disposición/destrucción de productos • Otros... <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de negocios • Salud y seguridad • Prácticas de trabajo seguro • Ambiente de trabajo seguro • Higiene ocupacional • Facilidades en el lugar de trabajo • Control de sustancias riesgosas y peligrosas • Ergonomía • Previsión de emergencias • Compensación laboral clara, programas de rehabilitación y retorno al trabajo • Otros...
4. Protección ambiental /sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Producción sustentable • Reducción de energía • Gestión del consumo y emisión ("<i>waste and discharge management</i>") • Protección de la flora, fauna y herencia cultural • Consulta / Comunicación con Stakeholder • Otros...
5. Buena ciudadanía corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución al bien de la sociedad • Filantropía • Accountability Organizacional • Reporte de Responsabilidad Social • Rechazo al soborno y corrupción • Otros...

ISO se ha propuesto entregar un índice de responsabilidad social que, a partir de la matriz anterior, entregará al público en 2008 con el nombre de ISO 26000.

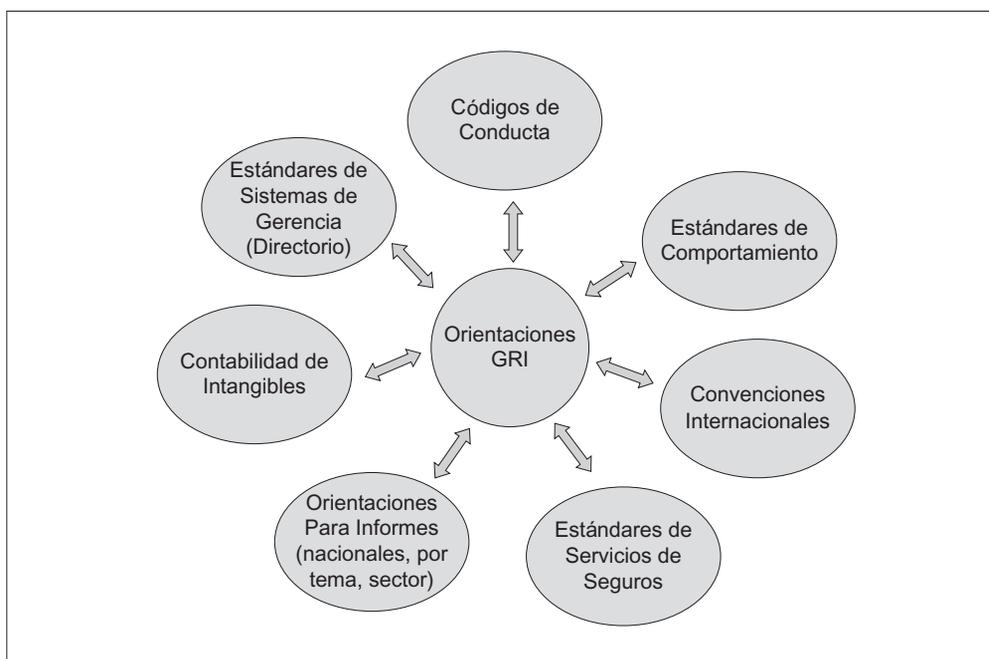
29. Global Reporting Initiative, GRI

El *Global Reporting Initiative*, GRI, se ha transformado en una guía global para la confección de los reportes de sustentabilidad, sobre las actividades, productos o servicios de las compañías, en su dimensión económica, ambiental y social. A partir de 2002, GRI colabora con la iniciativa Global Compact de Naciones Unidas.

GRI comenzó como un proyecto de la organización ambiental de los Estados Unidos CERES, con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. En 2002, GRI se hizo independiente. El elemento que marca su presencia en el contexto internacional es la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad”. Organizaciones como el Grupo Santander ha trabajado con estas pautas en la preparación de la Memoria Anual de Responsabilidad Social. Las áreas que cubre el Informe GRI se desglosan luego en indicadores, ellas son:

- Indicadores de desempeño económico
- Indicadores de desempeño social
 - Laborales
 - Derechos humanos
 - Sociedad
 - Responsabilidad de producto
- Indicadores de desempeño medioambiental

Elementos que GRI busca armonizar



Fuente: *Global Reporting Initiative, 2002.*

Ahora bien, las Orientaciones de GRI para la preparación de los informes están fundadas sobre determinado grupo de principios, que permiten proveer de una representación balanceada y razonable para presentar a la organización como sustentable; facilita su comparación; incluye temas de interés para los *stakeholders*. Los principios a los que se refiere son:

- Transparencia
- Ser inclusivo
- Ser posible de auditar
- Sea completo
- Relevancia
- Contexto sustentable
- Exactitud
- Neutralidad
- Sea comparable
- Claridad
- Puntualidad

El contenido del Reporte, según GRI, debiera contener cinco acápite, a saber:

Visión y estrategia: una declaración desde los CEO y discusión de los informes de la estrategia de sostenibilidad de la organización

Perfil: una descripción de la organización, operaciones, incluyendo esfuerzos que alcancen los *stakeholders*

Estructura de gobierno y sistemas de gerencia: estructura organizacional, políticas, sistemas de gerencia, esfuerzos de los contratos de los inversionistas

El contenido del índice GRI: tablas con referencias cruzadas que indique el lugar de información específica para saber en qué grado la organización cumple con las Orientaciones GRI

Indicadores de estado de situación: mediciones acerca de la situación de la organización auditada dividida en indicadores de situación económica, mediambiental y social.

El reporte GRI es uno de los más empleados actualmente, y es el que en este momento la red Prohumana está tratando de dar a conocer en el contexto chileno, habiendo traído al director de dicha institución europea a dar a conocer el Reporte GRI al empresariado nacional en junio de 2005.

Seguidamente se describen los principales elementos que componen el Informe GRI sobre RSE.

Índice GRI (Contenido básico)

Indicador GRI	Descripción
Visión y Estrategia	
1.1	Declaración de visión y estrategia
1.2	Declaración del Presidente
Perfil	
2.1	Perfil organizacional
2.2	Productos de importancia
2.3	Estructura de organización
2.4	Divisiones de importancia
2.5	Países en donde opera
2.6	Características de la propiedad
2.7	Mercados que abarca
2.8	Escala de organización
2.9	Lista de inversionistas
2.10	Personas de contacto
2.11	Período de informe
2.12	Fecha del informe anterior
2.13	Límites del informe
2.14	Cambios significativos
2.15	Informes de los <i>Joint Ventures</i>
2.16	Nuevas declaraciones
2.17	Decisiones de no aplicación del GRI
2.18	Criterios y definiciones en la contabilidad costo/beneficio
2.19	Cambios en los métodos de medición
2.20	Aseguramiento internacional
2.21	Verificación independiente
2.22	Formas para conseguir información adicional
Estructura de gobierno y sistemas de gerencia	
3.1	Estructura de gerencia
3.2	Porcentaje de tablas no ejecutivas e independientes
3.3	Proceso para determinar tablas maestras
3.4	Proceso de graduación de tablas
3.5	Conexión a la compensación gerencial
3.6	Estructura de organización
3.7	Declaración de misión y valor
3.8	Resoluciones de los accionistas
3.9	Identificación de los accionistas
3.10	Consulta a los inversionistas
3.11	Información proporcionada por los inversionistas
3.12	Utilización de la información de los inversionistas
3.13	Acercamiento preventivo
3.14	Iniciativas externas
3.15	Membresía al negocio
3.16	Impactos hacia arriba y abajo
3.17	Impactos indirectos
3.18	Principales decisiones de operaciones
3.19	Programas de funcionamiento
3.20	Niveles de certificación de los sistemas de gerencia
Contenido del Índice GRI	
4.1	Contenido del Índice GRI
Indicadores de desempeño económico	
EC1	Ventas netas
EC2	Desglose geográfico de los mercados
EC3	Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y de todos los servicios contratados
EC4	Porcentaje de contratos pagados en las condiciones acordadas
EC5	Gastos salariales totales (sueldos, pensiones y otras prestaciones, e indemnizaciones de despido, desglosados por países o regiones, referidos a pagos actuales, sin incluir compromisos futuros)
EC6	Distribución capital, desglosada por interés sobre deudas y préstamos, y dividendos sobre acciones de todo tipo, con especificación de cualquier retraso de los dividendos preferentes en las cuentas anuales auditadas del ejercicio 2004
EC7	Aumento/disminución de las ganancias del período
EC8	Suma total de todos los impuestos pagados, desglosados por países
EC9	Subsidios recibidos, desglosados por países o regiones, englobando subvenciones, desgravaciones fiscales y otro tipo de beneficios financieros que no supongan una transacción de mercancías y servicios
EC10	Donaciones a la comunidad, sociedad civil u otros grupos, en metálico y en especie, desglosadas por tipos de grupos
EC11	Desglose de los proveedores por organización y países
EC12	Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa
EC13	Impactos económicos indirectos de la organización, señalando las principales externalidades asociadas a los productos y servicios de la organización informante
Indicadores de desempeño social:	
Prácticas laborales	
LA-1	Desglose colectivo de trabajadores, si es posible por regiones/países, situación, tipo de contratación y modalidad del contrato

LA-2	Creación de empleo neto y promedio de facturación desglosada por países/región
LA-3	Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes u otros representantes responsables, desglosado geográficamente o porcentaje de empleados incluidos en convenios colectivos, desglosado por países/regiones.
LA-4	Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados, sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones informantes
LA-5	Métodos de registro y notificación de los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales en referencia al repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT
LA-6	Descripción de las comisiones conjuntas sobre la salud y seguridad compuestas por la dirección y los representantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones
LA-7	Tasa de ausentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados)
LA-8	Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH/SIDA
LA-9	Promedio de horas de formación por año y empleado, según categoría de empleado
LA-10	Descripción de políticas y programas de igualdad de oportunidades, y de sistemas de revisión para asegurar el cumplimiento y los resultados de las revisiones
LA-11	Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo (incluida la junta directiva), atendiendo a la proporción entre sexos y otros indicadores de diversidad, si se consideran culturalmente apropiados
LA-12	Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley
LA-13	Disposiciones sobre la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o la gestión, incluido el gobierno corporativo
LA-14	Datos evidentes que certifiquen el cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en sus Directrices relativas a los sistemas de gestión de la salud en el trabajo
LA-15	Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de los empleados y gestionan los programas de jubilación
LA-16	Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de empleados y gestionan los programas de jubilación

LA-17	Políticas específicas enfocadas a la gestión de los conocimientos prácticos o a la formación continua
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

Indicadores de desempeño social:	
Derechos humanos	
HR-1	Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos en torno a derechos humanos vinculados a las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados
HR-2	Muestras de que se tienen en consideración los impactos de derechos humanos a la hora de tomar decisiones sobre los procedimientos, inversiones o elección de proveedores/contratistas
HR-3	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos necesarios para valorar la actuación en derechos humanos con respecto a la cadena de suministro y los contratistas, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados
HR-4	Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos/programas globales dedicados a evitar todo tipo de discriminación en las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados
HR-5	Análisis de la política de libertad de asociación y su grado de aplicación (aparte de las leyes locales), así como de los procedimientos/ programas relacionados con este tema
HR-6	Exposición de la política de rechazo de trabajo infantil
HR-7	Exposición de la política de rechazo del trabajo forzoso y obligatorio
HR-8	Formación de empleados en cuanto a las prácticas relativas a los derechos humanos, importantes para el desarrollo de las operaciones
HR-9	Descripción de las prácticas de apelación relacionadas (no exclusivamente) a los derechos humanos
HR-10	Análisis de las políticas de no-represalia y de los sistemas confidenciales de queja (incluyendo pero limitándose a su impacto en los derechos humanos)
HR-11	Formación del personal de seguridad en derechos humanos
HR-12	Descripción de políticas, directrices y procedimientos diseñados para abordar las necesidades de los pueblos indígenas
HR-13	Descripción de mecanismos de reclamación para la comunidad gestionados conjuntamente por la organización y las autoridades
HR-14	Porcentaje de los ingresos resultantes de las operaciones que se redistribuyen a las comunidades locales

Indicadores de desempeño social:	
Sociedad	
SO-1	Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las regiones afectadas por las actividades y de los procedimientos / programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimientos y sus resultados
SO-2	Descripción de política, sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento en torno a la corrupción y al soborno, dirigidos tanto a las organizaciones como a los empleados
SO-3	Descripción de política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política
SO-4	Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética
SO-5	Cantidad de dinero donado a instituciones y partidos políticos cuya función principal es la de financiar a los partidos o a sus candidatos
SO-6	Resoluciones relativas a causas judiciales sobre las normativas antimonopolio
SO-7	Descripción de políticas y sistemas de gestión / procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia

Indicadores de desempeño social:	
Responsabilidad de producto	
PR-1	Descripción de la política de salud y seguridad del cliente durante la utilización de productos y servicios, grado de información y aplicación, y relación de procedimientos o programas relacionados con este tema, así como con los sistemas de seguimiento
PR-2	Descripción de políticas, sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes al etiquetado y a la información sobre productos
PR-3	Descripción de políticas, sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento concernientes a la intimidad del cliente
PR-4	Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así como sanciones y multas impuestas a estas infracciones
PR-5	Número de demandas ratificadas por organismos reguladores oficiales o similares para la supervisión o regulación de la salubridad y seguridad de los productos y servicios.

PR-6	Etiquetado de productos y cumplimientos de códigos no obligatorios, o distinciones relacionadas con la responsabilidad social y/o ambiental
PR-7	Número y tipo de incumplimientos de las normativas sobre información y etiquetado de productos, así como de sanciones y multas impuestas como consecuencia de estas infracciones
PR-8	Análisis de políticas, sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de gestión y cumplimiento respecto a la satisfacción del cliente, así como de los resultados de los estudios que evalúen esa satisfacción
PR-9	Descripción de políticas, sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento de normativas legales y códigos no obligatorios referentes a la publicidad
PR-10	Número y tipos de infracciones cometidas en el marco de las normativas sobre <i>marketing</i> y la publicidad
PR-11	Número de demandas probadas con respecto a las violaciones de la intimidad del cliente

Indicadores de desempeño ambiental:	
EN-1	Consumo total de materias primas, a parte de agua, por tipo
EN-2	Porcentaje de materias primas utilizados que son residuos (procesados o no) procedentes de fuentes externas a la organización informante, referidos tanto a las materias primas recicladas tras su consumo como a los residuos de origen industrial
EN-3	Consumo directos de energía, desglosado por fuentes primarias
EN-4	Consumo indirectos de energía, señalar toda la energía empleada para producir y distribuir productos energéticos adquiridos por la organización informante, como por ejemplo, electricidad o calor
EN-5	Consumo total de agua
EN-6	Ubicación y extensión de suelo en propiedad, arrendado o administrado en los hábitats ricos en biodiversidad
EN-7	Análisis de los principales impactos en la biodiversidad derivados de las actividades y/o productos y servicios en los entornos terrestre, marino y de agua dulce.
EN-8	Emisiones de gases efecto invernadero
EN-9	Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono. Especificar cada cifra individualmente con arreglo a lo dispuesto en los Anexos A, B, C y E del Protocolo de Montreal, expresada en toneladas de equivalentes de CFC-11 (potencial reductor de ozono)

EN-10	NOx, SOx y otra emisiones atmosféricas de importancia desglosadas por tipo, incluyendo emisiones de sustancias reguladas de acuerdo a lo dispuesto en las leyes y normativas locales y a convenios y tratados internacionales.
EN-11	Cantidad total de residuos, desglosados por tipos y destinos. Los «destinos» hacen referencia a los métodos de tratamiento de los residuos, como son la fabricación de abono orgánico, la reutilización, el reciclaje, la recuperación, la incineración o el vertido
EN-12	Vertidos al agua de importancia, por tipo
EN-13	Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, expresados en cifras y volumen totales. La importancia se refiere tanto al tamaño del vertido como al impacto causado en el entorno.
EN-14	Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios
EN-15	Porcentaje del peso de los productos vendidos susceptible de ser recuperado al final de la vida útil de éstos y porcentaje recuperado en la realidad
EN-16	Episodios y multas asociados al incumplimiento de los convenios/tratados/declaraciones de aplicación internacional, así como de las normativas locales, regionales, subnacionales y nacionales asociadas a los temas ambientales
EN-17	Iniciativas para emplear fuentes de energías renovables y para incrementar el rendimiento energético
EN-18	Huella del consumo de energía (por ejemplo, consumo energético anual durante el periodo de vida) de los principales productos, expresada en julios
EN-19	Otros usos indirectos (previos/posteriores) de la energía y sus implicaciones, como los desplazamientos de la organización, la gestión del ciclo de vida de un producto y el empleo de materias primas con gran intensidad de energía
EN-20	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por el consumo del agua, incluyendo los humedales de la Lista Ramsar y la contribución general a las tendencias ambientales
EN-21	Extracción anual de aguas subterráneas y superficiales como porcentaje de la cantidad anual renovable de agua, disponible en las fuentes, desglosado por región
EN-22	Cómputo total de reciclaje y reutilización de agua, incluyendo aguas residuales y otros tipos de agua utilizados, por ejemplo, el agua de refrigeración
EN-23	Extensión total de suelo en propiedad, arrendado o administrado, dedicado a actividades de producción o a la extracción

EN-24	Porcentaje de superficie impermeable en relación con el suelo adquirido o arrendado
EN-25	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas y sensibles
EN-26	Cambios ocasionados en los hábitat naturales como consecuencia de las actividades y operaciones, y porcentaje de hábitat protegido o restaurado, señalando el tipo de hábitat afectado y su estado de conservación
EN-27	Objetivos, programas y objetivos para proteger y restaurar ecosistemas y especies autóctonas en las zonas degradadas.
EN-28	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN cuyos hábitat se encuentran en las zonas afectadas por las operaciones
EN-29	Unidades empresariales que están operando o tienen previsto operar dentro o en los alrededores de áreas protegidas o sensibles
EN-30	Otras emisiones indirectas relevantes de gases efecto invernadero (el CO2, el CH4, el N2O, los HFC, los PFC, el SF6). Se refiere a las emisiones que resultan de las actividades de la entidad informante, pero se producen desde fuentes propiedad de otra empresa.
EN-31	Cualquier producción, transporte, importación o exportación de aquellos residuos considerados como «peligrosos» de acuerdo con lo estipulado en los Anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea
EN-32	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por los vertidos de agua y residuos líquidos Actuación de los proveedores en relación a los aspectos ambientales de los programas y procedimientos elaborados en respuesta al apartado Estructura de gobierno y sistemas de gestión
EN-33	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por los vertidos de agua y residuos líquidos
EN-34	Gastos totales en materia de medio ambiente
EN-35	por tipo



30. Dow Jones Sustainable Index, DJSI

Tanto el Dow Jones Sustainable Index⁴⁸, DJSI, como el FTSE4Good son índices bursátiles especializados que proporcionan indicadores que permiten mostrar el desempeño ambiental y social de las compañías dentro de sectores industriales.

El DJSI considera tres criterios, a saber, económico, ambiental y social. Tal como señala Núñez (2003: 27 y ss.), la metodología utilizada por el DJSI se basa en la aplicación de estas tres dimensiones o criterios a cada compañía elegida en el Dow Jones Sustainable Index World Investment Stock Universe. Cuenta con criterios generales para todas las industrias y específicas de acuerdo al sector del que se trate.

El *Corporate Sustainability Assessment Questionnaire 2005* contempla, para cada criterio, un set de preguntas, que se complementa luego con información adicional de la compañía.

Criterios económicos:

- Códigos de Conducta
- Gobierno Corporativo
- Relaciones con los clientes
- Estabilidad Financiera
- Relaciones con los inversionistas
- Gestión del riesgo y crisis
- Sistemas de medición
- Planificación estrategia
- Sistema de aprovisionamiento
- Criterios específicos de la industria

Criterios ambientales:

- Gestión ambiental
- Comportamiento ambiental
- Criterios específicos de la industria

Criterios sociales:

- Satisfacción del empleado

⁴⁸ Información disponible en www.sustainability-index.com

- Stakeholders externos
- Indicadores de capital humano
- Gestión del Personal
- Aprendizaje organizacional
- Publicación de reportes
- Remuneraciones, beneficios, trabajo flexible
- Capacidades de la fuerza de trabajo; criterios específicos de la industria

31. FTSE4Good Index Series

El índice FTSE4Good ha sido diseñado para medir el comportamiento de las compañías que cuentan con estándares reconocidos globalmente en responsabilidad corporativa, y facilita la inversión en dichas compañías. Proviene del Grupo FTSE, que es un proveedor global de índices en el área de los mercados financieros. El FTSE4Good fue creado en 2001, como una plataforma para mejorar el acceso a la Responsabilidad Social Corporativa. La influencia de este índice está en contribuir a la armonización del monitoreo de los riesgos no financieros que impactan en las compañías asociadas a los índices de FTSE en el mundo global, además de conseguir ciertos beneficios con ello. Estos son: gestión del riesgo, reputación, ahorrar dinero, ampliar el mercado, contar con una “licencia para operar”.

FTSE ha creado un *Modelo de Práctica del Buen Gobierno para la Responsabilidad Corporativa*⁴⁹ que contempla los siguientes puntos:

- **Comprensión**, que las compañías entiendan cómo afectan al medio ambiente y la sociedad en donde operan, para mal y para bien.
- **Política**, que las compañías establezcan metas y límites que reflejen su responsabilidad y que guíen su comportamiento con respecto a los desafíos sociales y ambientales. Han de fijar objetivos pertinentes y un norte para un desempeño mejorado.
- **Sistemas de Gerencia**, que las compañías establezcan procesos y estructuras en el nivel operativo para asegurar que las políticas son puestas en marcha y los riesgos se gestionan de manera efectiva.
- **Comportamiento y Monitoreo**, que las compañías mejoren de manera continua su comportamiento ambiental y social en línea con los objetivos y el sistema de metas a través de sus políticas, y monitoreen el éxito en obtenerlo.
- **Reportes**, las empresas deben comunicar de manera efectiva y clara la comprensión de sus impactos, políticas, sistemas de gerencia y comportamiento con respeto a los

⁴⁹ Información disponible en www.ftse.com

temas sociales y ambientales. Cuando sea posible, los reportes o informes deben ser elaborados independientemente.

- **Consultas**, las compañías deben consultar a las *stakeholders* claves sobre las actividades e impactos de la compañía
- **Estrategia de Negocios**, que las compañías incorporen las prácticas de responsabilidad corporativa y desarrollo sustentable en la estrategia de negocios principal, integrando las responsabilidad corporativa a lo largo de toda la compañía.

Fuente: Model of Best Governance Practice for Corporate Responsibility

Los criterios del índice se contienen en el documento “*FTSE4Good Index Series. Inclusion Criteria*”. Esto significa que no toda empresa que lo desee puede ser incluida dentro de este índice, sino aquellas que han adoptado el siguiente universo de índices: FTSE-All Share Index (Reino Unido), o el FTSE All-World Developed Index (Global). Para ser una empresa elegible se tienen que cumplir requerimientos en tres áreas en la compañía:

- Trabajar hacia un desarrollo sostenible
- Desarrollar una relación positiva con los stakeholders
- Promover y mantener los derechos humanos

Hay ciertas compañías de ciertas industrias que están excluidas de este índice:

- Productores de tabaco
- Compañías que manufacturan total o parcialmente sistemas de armas nucleares
- Compañías que manufacturan sistemas de armas
- Dueños u operadores de estaciones nucleares
- Compañías involucradas en la extracción o procesamiento de uranio

Para el proceso de selección de una compañía se revisan los siguientes criterios:

- Criterios Ambientales, para los cuales se aplican indicadores según si la compañía pertenece a un sector de Alto Impacto, Impacto Medio o Bajo Impacto.
- Criterios Sociales y Stakeholders, con criterios segmentados. En este caso se divide a las compañías en tres grupos: i) *Global Resource Sector*, si la compañía ha sido identificada como del alto impacto más alto en el sector global del recurso de que se trate; ii) *Significant Involvement in Countries of Concern*, compañías con un alto impacto potencial en lo que refiere a los derechos humanos; iii) Resto de las compañías.
- Criterios para los Derechos Humanos

Cada uno de los criterios contiene indicadores según se trate de Políticas, Alta Dirección o Prácticas/Comportamiento. Más abajo se indican algunos elementos de los criterios social/stakeholders y de derechos humanos que contiene el índice FTSE4Good.

Criterios Sociales y Stakeholders

ÁREA	INDICADORES
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Adoptar política de oportunidades equitativas y/o incluir un comité de equidad en las oportunidades o diversidad en su informe anual o website. • Adopción de un Código de Conducta o Principios de Negocios
Sistemas de Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> • Proveer evidencia de sistemas de equidad de oportunidades • Proveer evidencia de sistemas de seguridad o salud • Proveer evidencia de capacitación o sistemas de desarrollo de personal • Proveer evidencia de sistemas de mantención de buenas relaciones laborales
Reportes	<ul style="list-style-type: none"> • Uno o más de: <ul style="list-style-type: none"> - Donaciones de caridad sobre 50 libras esterlinas - Funcionamiento de esquemas de nóminas de pagos - Asignación de responsabilidad para donaciones de caridad o relaciones con la comunidad por parte del gerente general.

Fuente: FTSE4Good Index Series. Inclusion Criteria

Criterios de Derechos Humanos

ÁREA	CRITERIOS
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas Públicas • Responsabilidad de la Alta Dirección de la Compañía • Código Laboral según estándares de la OIT o UN Global Compact/SA8000/Guía OECD • Declaración Universal de Derechos Humanos • Guía para la Guardias Armados de Seguridad • Gente Indígena
Sistemas de Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de criterio de política y monitoreo • Capacitación de empleados en Derechos Humanos • Consulta a los stakeholders • Grado de impacto de los Derechos Humanos
Reportes	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un Reporte de Derechos Humanos • Abordar Políticas y Sistemas de Gerencia

Fuente: FTSE4Good Index Series. Inclusion Criteria

32. Etiquetado Social de Bélgica

En el Informe 2002-2003 de la Campaña Europea de Responsabilidad Social se hace mención de la iniciativa del gobierno belga sobre el **etiquetado social**⁵⁰ de los productos. Dicha certificación permite a los consumidores belgas distinguir aquellos productos que han sido elaborados en condiciones laborales satisfactorias. En 2002, el Parlamen-

⁵⁰ Información disponible en www.csrcampaign.org/publications/Excellencereport2002_page333.aspx

to de ese país aprobó una ley cuyo objetivo era promover la producción socialmente responsable, conocida como “ley de la etiqueta social”. Dicha ley solicitó la creación de un comité formado por 16 grupos, en representación de federaciones de empresarios, ONGs, sindicatos, organizaciones de consumidores y sector público, encargados de asignar la etiqueta social a ciertos productos. El comité es el responsable de revisar las auditorías sociales de las empresas que apliquen la etiqueta social, que se aplica a los productos, pero no a la compañía.

Lo que la etiqueta social garantiza a los consumidores es que un producto ha sido elaborado respetando los derechos sociales fundamentales que establecen las convenciones básicas de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, esto es, que en la cadena de producción no ha habido mano de obra infantil, que los trabajadores han podido organizarse colectivamente y que no ha existido discriminación alguna. En la práctica significa que las empresas interesadas en la etiqueta social tienen que demostrar que han respetado las normas de la OIT en todas las etapas de su producción, aún fuera de Europa. Por tanto, al adquirir productos con etiqueta social, los consumidores contribuyen al desarrollo en el hemisferio sur, que es donde se llevan a cabo la mayoría de los procesos de producción de la economía globalizada. Uno de los objetivos de la ley es el apoyo a la industrialización socialmente responsable y disminuir la gran brecha existente entre el hemisferio norte y el hemisferio sur. La etiqueta social no es obligatoria, por lo que corresponde a cada empresa medir los costes y beneficios que supone aplicarla.

El comité formado para aplicar la ley de la etiqueta social actúa como asesor del Ministerio de Economía, y éste a su vez está obligado a seguir sus recomendaciones. Su principal función es identificar las auditorías que se utilizarán para conseguir la etiqueta. La ley permite que el control y verificación de la etiqueta social se produzca también en los países en desarrollo.

Uno de los aspectos en el que hay un acuerdo generalizado, desde sindicatos a federaciones de empleados y ONGs, es que la producción debe respetar los derechos sociales de los trabajadores promocionando productos cuya cadena de producción los haya considerado. El desafío es que la etiqueta social llegue a los consumidores, afirma el citado documento.

33. Etiquetado Social de Dinamarca

Dinamarca cuenta con un tipo de etiquetado social denominado Det Sociale Indeks o Índice Social⁵¹. En este país, ha sido el mismo gobierno, a través del Ministerio de Asun-

⁵¹ Información disponible en www.detsocialeindeks.dk

to Sociales, quien se ha encargado de elaborar una guía para el informe social y ético. Además, existe esta herramienta para la autoevaluación. La aplicación de este índice debe permitir a las empresas lo siguiente:

- Evaluación el nivel de la empresa en lo tocante a la responsabilidad social
- Diseño de recomendaciones específicas para la mejora de lo que puede ser incluido directamente en planes de acción para trabajar con la RSE en los años posteriores
- Comunicación al medio externo del compromiso social de la empresa

Este instrumento se aplica a los miembros de la empresa, incluyendo a los directivos, en grupos de 5 a 10 personas. Ellos van respondiendo el cuestionario, discutiendo y analizando la organización al día de hoy y sus expectativas.

El contenido básico del Índice Social, a través del desarrollo de 18 puntos, se analiza en 5 categorías, esto es, i) comportamiento del mercado, ii) empleados, iii) medioambiente, iv) sociedad y, v) gobernanza. Estas categorías se enfrentan, según su pertinencia, a los siguientes elementos: materias primas, proveedores, transporte y distribución, investigación, producción, ventas y marketing, usuario final y consumo.

Contenidos del Índice Social

Incluye tres partes:

1. Lo que queremos
2. Lo que hacemos
3. Lo que podemos hacer

Lo que queremos: un ejemplo.

- *La empresa tiene una política de responsabilidad social:*

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Sí y No	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Los ejemplos que sugiere el caso danés son como los que siguen:

1. la empresa toma consideraciones socialmente responsables que toma en cuenta cuando recluta personal nuevo.

De esta forma, a través del consenso, y desarrollando cada uno de los contenidos, la empresa puede llegar a certificarse y usar un símbolo o etiqueta social. Si llega a al menos 60 de los 100 puntos posibles, puede llegar a emplear el símbolo de Responsabilidad Social, la etiqueta S, por un período de 3 años. En el caso danés se considera que esta etiqueta permite:

- Comunicación veraz de las actividades de la organización o empresa y un acuerdo de responsabilidad social con los *stakeholders* con que cuenta.
- Atracción y retención de personal, clientes, socios comerciales, etc.
- Una buena ventaja con respecto a competidores en relación con mejoramientos posibles.

34. Social Accountability International, SAI

Social Accountability International,⁵² SAI, es una organización que promueve los derechos humanos para los trabajadores en el mundo como un estándar organizacional. La promoción de los derechos de los trabajadores lleva a cabo a través del sistema voluntario SA8000, que es un programa de verificación de códigos de conducta y certificación de fábricas comenzado en octubre de 1997 por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA) de Nueva York. El SA8000 se basa en los estándares de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, y la Convención de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos.

SAI trabaja con muchos grupos de interés, que colaboran en el mejoramiento de la puesta en marcha del sistema SA8000. Por tal motivo SAI trabaja con las compañías, grupos de consumidores, organizaciones no gubernamentales, organizaciones laborales, agencias de gobierno, y entidades de certificación en el mundo.

SA8000

El estándar y sistema de verificación SA8000 es una herramienta que permite asegurar lugares de trabajo humanos. Incluye:

1. Requerimientos del sistema de gerencia en el nivel de la fábrica
2. Involucramiento de los stakeholders
3. Hacer públicos los reportes, al menos en el sitio web de la SAI
4. Hacer que los consumidores e inversionistas sepan que las compañías que cumplen con la norma SA8000 aseguran los derechos humanos en el lugar de trabajo.

⁵² Información disponible en www.sa-int.org

Los temas que aborda la norma SA8000 son las convenciones enunciadas por la OIT, la Declaración Universal de Derechos Humanos y la Convención de los Derechos del Niño. Los temas que abarca son:

1. **Trabajo Infantil.** Ningún trabajador de menos de 15, mínimo hasta 14 para aquellos países que se rigen por la excepción 138 para los países en desarrollo según la Convención de la OIT.
2. **Trabajos forzados.** Ningún trabajo forzado, es decir, todo trabajo o servicio exigido de cualquier persona bajo la amenaza de cualquier castigo, y para el que dicha persona no se ha ofrecido voluntariamente
3. **Salud y Seguridad.** Proveer un ambiente de trabajo seguro y saludable; tomar cursos de acción para prevenir daños; capacitación regular para trabajadores saludables y seguros, acceso a baños y agua potable.
4. **Libertad de Asociación y Derecho de Negociación Colectiva.** Respetar el derecho de los empleados a formar sindicatos, y a ser miembros del sindicato de su elección, así como a negociar colectivamente. En los casos en que la libertad de asociación y el derecho a negociación colectiva estén restringidos por la ley local, la compañía facilitará instrumentos paralelos para que todo el personal pueda asociarse libremente, y negociar colectivamente.
5. **Discriminación.** No efectuar ni auspiciar ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, o afiliación política al contratar, compensar, entrenar, promocionar, despedir, o jubilar a su personal.
6. **Medidas Disciplinarias.** La compañía no utilizará ni apoyará el uso de castigos corporales, coerción mental o física, ni abusos verbales.
7. **Horario de Trabajo.** Acatar la legislación aplicable y las reglas de su industria en materia de horas trabajadas, que no exceda las 48 horas semanales y contar con un día libre cada semana. Las horas extras no deben sobrepasar las 12 horas por semana, han de ser de carácter voluntario, y remuneradas con un salario superior al de las horas normales.
8. **Compensación.** Garantizar que los salarios pagados por una semana de trabajo cumplan con la normativa legal o reglas mínimas establecidas por cada industria respectiva, de modo que sean suficientes para cubrir las necesidades básicas del personal y para ofrecer cierta capacidad de gasto discrecional. Además, que no se realicen deducciones de los salarios por razones disciplinarias.
9. **Sistemas de Gerencia.** Facilitar el cumplimiento y mantenimiento de la certificación más allá de la simple adhesión a la integración al estándar en los sistemas de gerencia y las prácticas de la alta dirección.



Para poner en marcha el Sistema SA8000, existe la *certificación* y el *Corporate Involvement Program, CIP*, que asegura que toda la cadena de proveedores que utiliza una compañía cumpla con las normas SA8000. Este producto fue lanzado en 1999 e incorpora empresas tanto de Estados Unidos como del resto del mundo. El CIP contempla dos niveles para ayudar en los negocios y a las demás organizaciones.

El nivel 1 se denomina *explorer* y el siguiente *signatory*. El programa completo contempla tres años de duración, luego de una cuota de incorporación que va entre los US\$3.000 y US\$25.000 para el nivel *explorer* y entre los US\$10.000 y los US\$65.000 para el nivel *signatory*, de acuerdo al monto anual de facturación de la compañía.

Al cabo del primer año se audita un plan piloto, en el segundo se pone en marcha, en el año tres se confecciona el Reporte del plan piloto respecto del grado de cumplimiento del SA8000. Para el nivel *Signatory* se agrega la adopción formal del sistema SA8000 como código de prácticas laborales para la compañía.

Indice de la Norma SA8000

- I. Propósito y ámbito de aplicación
- II. Elementos normativos y su interpretación
- III. Definiciones
 - 1. Definición de Compañía
 - 2. Definición de Proveedor
 - 3. Definición de Subcontratista
 - 4. Definición de acción remedial
 - 5. Definición de acción correctora
 - 6. Definición de parte interesada
 - 7. Definición de trabajador joven
 - 8. Definición de trabajo infantil
 - 9. Definición de trabajos forzados
 - 10. Definición de recuperación de niños
- IV. Requerimientos de Responsabilidad Social
 - 1. Trabajo infantil
 - 2. Trabajos forzados
 - 3. Salud y seguridad en el trabajo
 - 4. Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva
 - 5. Discriminación
 - 6. Medidas disciplinarias
 - 7. Horarios de Trabajo
 - 8. Compensación
 - 9. Sistema de gestión
 - i. Política
 - ii. Revisión por la Administración
 - iii. Representantes de la compañía
 - iv. Planeamiento y Aplicación
 - v. Control de Proveedores
 - vi. Identificando Problemas e Iniciando Acciones Correctoras
 - vii. Comunicación Externa
 - viii. Acceso para Verificación
 - ix. Registros

Fuente: SAI, SA8000 (1997)

35. *AccountAbility*, Reino Unido

AccountAbility,⁵³ como se conoce al *Institute of Social and Ethical AccountAbility* (Reino Unido) fue creada en 1995 y es una institución sin fines de lucro que promueve el *accountability* para el desarrollo sostenible, generando redes entre el ámbito de los negocios, la sociedad civil y el sector público.

Para cumplir con su objetivo desarrolla cuatro iniciativas:

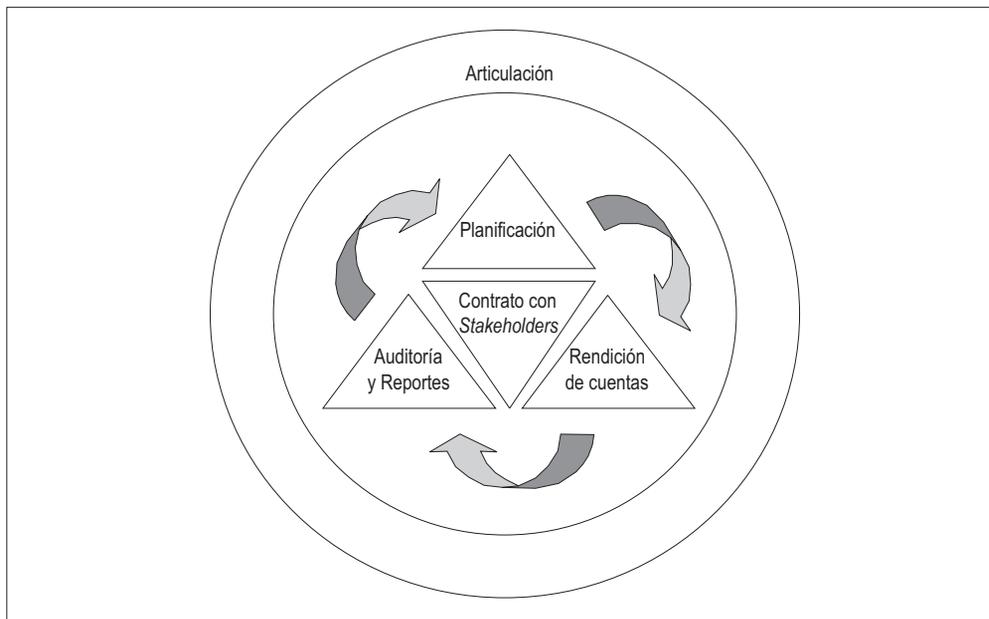
1. El empleo de herramientas y estándares de *rendición de cuentas o responsabilidad (accountability)*, especialmente a través de las **AA1000 Series**
2. Desarrollar investigación que explore mejores prácticas para practicantes y hacedores de política en la rendición de cuentas de la organización
3. Promover competencias en la rendición de cuentas entre profesionales
4. Asegurar un ambiente para la rendición de cuentas en el mercado y las políticas públicas

En 1999 *AccountAbility* elaboró un marco denominado “*AccountAbility 1000 (AA1000). Estándares, guías y calificación profesional*”. El objetivo, tal como dice el documento, es mejorar la rendición de cuentas y todo el desempeño de las organizaciones a través del incremento de la calidad en la rendición de cuentas social y ética, la auditoría y divulgación.

El proceso del modelo AA 1000 tiene el siguiente esquema.

⁵³ Sobre la base de información disponible en www.accountability.org.uk

Modelo del Proceso AA1000



Fuente: ISEA (1999)

Traducción propia

El modelo se desagrega luego en procesos, estos son:

ÁREA	PROCESO
Planificación:	<p>Proceso 1. Establecimiento de la comisión y procedimientos de gobernanza</p> <p>Proceso 2. Identificación de los <i>stakeholders</i></p> <p>Proceso 3. Redefinición y revisión de valores</p>
Proceso de rendición de cuentas (Accounting)	<p>Proceso 4. Identificación de los temas</p> <p>Proceso 5. Determinación del alcance del proceso</p> <p>Proceso 6. Identificación de indicadores</p> <p>Proceso 7. Recolección de información</p> <p>Proceso 8. Análisis de información, el set de objetivos (set targets) y desarrollo del mejoramiento del plan</p>
Proceso de Auditoría y divulgación de reportes	<p>Proceso 9. Preparar reporte(s)</p> <p>Proceso 10. Reporte(s) de auditoría</p> <p>Proceso 11. Comunicar el reporte(s) y obtener retroalimentación</p>
Articulación	Proceso 12. Establecer y articular sistemas

Los ámbitos sobre los que se desarrolla el trabajo son las “dimensiones éticas y sociales de la organización”, que aborda:

1. Aspectos financieros
2. Aspectos ambientales
3. Aspectos sociales y éticos
4. Liderazgo y gobernanza

Habiendo seguido el modelo se analizan dichos aspectos, en el ámbito interno de la compañía implica la **generación de competencias** y **requerimientos de cualificación** para los profesionales.

CUARTA PARTE

RSC EN CHILE

En Chile la difusión y fomento de la Responsabilidad Social Corporativa ha surgido al alero de algunas organizaciones vinculadas al sector público, empresarial y académico. El proceso se ha activado a comienzos del siglo actual. Entre las organizaciones podemos mencionar a CORFO, la USEC, la Fundación PROhumana, la Fundación Acción Empresarial y VINCULAR, organismo asociado a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Asimismo, existen premios de ética empresarial y RSE, que evalúan ámbitos tales como el área social, ambiental y económica de las organizaciones. Hay que mencionar instituciones como ENADE y revistas como CAPITAL que organizan grandes eventos con alta participación empresarial sobre estos temas. Lo mismo podría decirse de un mayor interés manifestado por la ética de empresas en algunas universidades y también en la prensa.

Este primer balance por cierto no es exhaustivo. Es un primer esfuerzo de síntesis desarrollado desde el Departamento de Administración de la Universidad Alberto Hurtado. Pero, con todo, permite ver en las páginas siguientes de que efectivamente hay avances considerables en el desarrollo de las instituciones RSE. Sin embargo, se percibirá también que el proceso es prometedor pero aún incipiente, por ejemplo en términos de adhesión eficaz a redes RSC y RSE tanto nacionales como internacionales. Por otra parte, no hay información suficiente sobre si se está verdaderamente produciendo un cambio cultural en los empresarios y *stakeholders* que implique un tránsito a una ética vivida y no tanto a la sola adopción de medidas cosméticas que buscan ante todo mejorar la imagen corporativa. En las páginas anteriores se ha visto que en países del norte hay no pocas organizaciones que se comprometen a una “ciudadanía corporativa”. En Chile, ¿vamos ya transitando por ese camino?

36. Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)

CORFO es una connotada corporación estatal encargada del fomento fabril durante gran parte del siglo pasado y que apoyó fuertemente el desarrollo industrial del país.

Hoy prosigue estimulando el desarrollo de la actual economía de mercado globalizado centrada en la libre empresa, sobre todo en ciertas áreas específicas como la tecnológica y la asistencia técnica. Sin embargo, se interesa también en apoyar el desarrollo de la RSE entre los empresarios de Pymes en áreas territoriales como sucede actualmente al sur de Santiago, dentro de la Región Metropolitana.

Sin duda, que a partir de su larga experiencia esta corporación, que goza de una competencia técnica puesta al día, tiene mucho que decir respecto a la relación existente entre tres planos donde deben desplegar sus actividades las empresas en el capitalismo globalizado de hoy: las leyes, las regulaciones internacionales y estatales, y, finalmente la RSE. Las primeras dos son su “piso”. Es decir que ésta sólo comienza a operar cuando las empresas cumplen con las dos primeras. Y ésta contiene tres elementos complementarios: es una actividad de relaciones públicas; es una acción social compensatoria que trata de resolver o al menos mitigar las externalidades negativas, y es un enfoque integral preventivo y sistemático hacia una administración más limpia. Concluye el análisis señalando que la RSE sólo es posible en el marco de una institucionalidad y normas ampliamente legitimadas en la ciudadanía, es decir, democráticas. Y plantea dos cuestiones importantes: ¿cómo asegurar que la RSE sea rentable para los que la introducen? ¿Cuánta regulación y cuanta voluntariedad son necesarias para que la economía de mercado funcione bien y de manera socialmente aceptable?⁵⁴

37. Confederación de la Producción y el Comercio, CPC

La Confederación de la Producción y del Comercio⁵⁵, CPC, es el organismo gremial cunpular del empresariado chileno y reúne a los principales sectores productivos del país. Dentro de los temas relevantes considerados por la Confederación se encuentra la RSE, desarrollado por las distintas ramas que la conforman, a saber, la Sociedad Nacional de Agricultura, SNA, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, CNC, la Sociedad Nacional de Minería, SONAMI, la Sociedad de Fomento Fabril, SOFOFA, la Cámara Chilena de la Construcción (CChC), y la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF).

En lo que se refiere a responsabilidad social, la CPC estimula la adopción de buenas prácticas de RSE entre sus asociados, de manera de fortalecer la proyección de la empresa dentro de la sociedad y mejorar el bienestar de los chilenos. Existen una serie de ideas fuerzas sobre este tema dentro de la CPC. Estas son:

⁵⁴ Oscar Landerretche Gacitúa, “¿Cómo asegurar la responsabilidad? Regulación y legislación”, Vicepresidencia, CORFO, Santiago, 2005. Cf. www.corfo.cl

⁵⁵ Información disponible en http://www.cpc.cl/responsabilidad_soc.asp

1. La RSE no sólo es compatible con un sistema de economía de mercado, sino que constituye un requisito indispensable para su subsistencia.
2. Al constituirse como un camino ético, de buenas prácticas, la RSE corresponde a todo tipo de empresas -grandes, medianas y pequeñas-.
3. La RSE es rentable.
4. La RSE es un elemento de valor e inversión; no es filantropía o sólo donación benéfica.
5. El sector privado sitúa la RSE como un elemento integral del engranaje económico y social del país, entendiendo que no puede mirarse como un propósito separado, y menos divergente, de las acciones que se requieren para hacer de Chile una nación más competitiva.
6. El empresariado debe estar consciente de que en un mundo globalizado, con amplio acceso a la tecnología y fácil homologación de los factores precio-calidad, un importante elemento diferenciador de una empresa es su comportamiento frente a la sociedad.

Producto de estas ideas fuerza, la Comisión de Responsabilidad Social de la CPC ha desarrollado una agenda que contiene múltiples actividades, y ciertas recomendaciones al empresariado, a saber:

1. Tener una declaración pública de cada empresa o gremio sobre Responsabilidad Social y adoptar de manera soberana, manuales de buenas prácticas, códigos, declaraciones o cartas éticas, de acuerdo a su propia realidad sectorial.
2. Dar a conocer a la opinión pública las acciones que realizan en beneficio de la comunidad y las buenas prácticas empresariales en general.
3. Aprovechar los incentivos tributarios que estimulan el compromiso de las empresas con la pobreza, el arte, la cultura, la educación, el deporte y la política.
4. Privilegiar las iniciativas de RSE relacionadas con la educación y la capacitación, las cuales constituyen los factores que pueden romper con el círculo vicioso de la pobreza en sectores marginales de nuestro país.

Numerosos seminarios y conferencias que abordan la temática de la RSE han sido desarrollados durante los últimos años por la CPC, asimismo, una publicación específica sobre el área llamada *Rentabilidad de las Buenas Prácticas Laborales*, publicado en 2003 por la Organización Internacional del Trabajo con el apoyo de la CPC. Este estudio aborda cómo las buenas prácticas laborales no sólo son aquellas que encomienda la ley, y enfatiza los aspectos positivos que adquieren dentro de la empresa. Seguidamente, se desarrollan varios capítulos y uno de ellos dedicado exclusivamente a las buenas

prácticas laborales. En primer lugar, aquellas prácticas laborales vinculadas al cumplimiento de la ley, que aborda temas tales como escrituras de los contratos de trabajo, el registro de la asistencia y horas trabajadas, horas extraordinarias y comités paritarios. En segundo lugar, describe y analiza las prácticas laborales vinculadas a la dirección de personas, es decir, lo que dice referencia a capacitación, motivación, comunicaciones, remuneraciones, respeto a la dignidad de las personas. Luego se comenta un estudio de caso, a través de las empresas que han ganado el Premio Nacional la Calidad, que anualmente entrega el Centro Nacional de la Productividad y la Calidad, CNPC.

38. Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)

La Federación Gremial de la Industria,⁵⁶ SOFOFA, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial en Chile, también ha desarrollado actividades enfocadas a la RSE, en especial las que dicen relación con la calidad de vida de los trabajadores industriales, en un comienzo, ampliando su aplicación a otras áreas como por ejemplo el apoyo a discapacitados.

Las actividades de RSE enfocadas hacia los trabajadores abordan temas tales como vivienda, salud, educación, deportes, entre otras. La importancia asignada a la RSE ha llevado crear una organización destinada al desarrollo de este tema: *Sofofa Responsabilidad Social*, para la difusión y promoción de buenas prácticas empresariales, el desarrollo de un marco ético y, el fomento de iniciativas voluntarias vinculadas con el bienestar de la sociedad. *Sofofa Responsabilidad Social* ha desarrollado seis principios que la sustentan, estos son:

1. Que la primera responsabilidad de la empresa es ser eficiente y rentable para poder cumplir con su rol natural y contribuir al crecimiento del país.
2. Que entiende la Responsabilidad Social Empresarial -RSE- como un pilar del desarrollo sustentable, que articula el progreso económico, social y el cuidado del medio ambiente.
3. Que impulsará en las empresas el desarrollo de un marco ético que colabore con el establecimiento de un ambiente que propicie el debido cumplimiento de las normas jurídicas y la cooperación y entendimiento entre los accionistas, socios, trabajadores, clientes y proveedores de las empresas.
4. Que desea estimular el desarrollo de la RSE para fortalecer la proyección de la empresa ante la sociedad y mejorar el bienestar de los chilenos.

⁵⁶ Información disponible en www.sofofa.cl

5. Que considera relevante fomentar la incorporación de la RSE en las prácticas internas y externas de la empresa, entendiéndola como un factor de competitividad, sustentabilidad y posicionamiento en el mercado y la sociedad.
6. Que promoverá y realizará iniciativas en diversas áreas sociales para contribuir efectivamente a elevar la calidad de vida de los trabajadores de las empresas y sus familias.

Los ámbitos específicos en se desarrollan actividades son:

- *Vivienda*, en lo que respecta a soluciones habitacionales para trabajadores de las empresas vinculadas de alguna u otra manera a la SOFOFA, en convenio también con empresas constructoras, y desarrollado tanto en Santiago como en regiones.
- *Salud*, sobre el Seguro de Salud de la Industria como de convenios farmacéuticos.
- Discapacidad, en apoyo a la integración social y laboral de personas con discapacidad.
- *Concurso de cuentos*, específicamente, el Concurso de Cuentos de la Industria “Padres e Hijos”, celebrado desde hace cuatro años.
- *Folclore*, específicamente el Encuentro Nacional de Canto y Danza de la Industria
- *Educación Técnico Profesional*, en lo que respecta los 18 liceos técnico profesionales que administra SOFOFA, la asesoría al Ministerio de Educación de Bolivia en el *Programa de Mejoramiento de la Formación Técnica y Tecnológica*; inserción laboral de egresados, etc.
- *Capacitación y Recursos Humanos*, a través del Organismo Técnico Intermedio para Capacitación, OTIC SOFOFA, fundada en 1978, para el mantenimiento y promoción del Personal.
- *Responsabilidad Social Empresarial*, en lo que respecta al Premio SOFOFA Responsabilidad Social, como los estudio de caso desarrollados y publicados conjuntamente ACCIÓN RSE
- *Deporte*, para la promoción y participación en actividades deportivas de los trabajadores de las empresas.
- *Microempresa*, a través de la Corporación de Promoción para la Pequeña Em-

presa, PROPESA. Contribuye a la formación de empleos, formación y capacitación y gestión.

- *Rehabilitación Social*, en este ámbito se encuentra CORESOL, que es una corporación privada sin fines de lucro creada en 1994 con el fin de impulsar un programa de rehabilitación para presidiarios, como objetivo esencial de prevención de la delincuencia

Desde el año 1998 se otorga el “Premio SOFOFA Responsabilidad Social”, que busca reconocer públicamente a aquellas empresas sobresalientes por desarrollar un programa de Responsabilidad Social integral y permanente. Específicamente, distingue a aquellas empresas que desarrollan buenas prácticas respecto de sus clientes, empleados, proveedores, comunidades vecinas y demás grupos de interés, y procuran proteger el medio ambiente. Las personas y organizaciones que han recibido esta distinción han sido:

- 2004 J. Riveros S.A.I.C.
- 2003 Chilectra
- 2002 Don Ernesto Ayala Oliva
- 2001 CCU y Empresas CMPC
- 2000 Agrosuper
- 1999 Fundación Coca-Cola
- 1998 Shell Chile

39. Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos (USEC)

La, USEC⁵⁷, ha venido trabajando recientemente en el desarrollo del *Modelo de Gestión Responsabilidad Social Empresarial*. En esta labor trabaja conjuntamente con la Asociación Chilena de Seguridad y con la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, a través de su Centro de RSE, VINCULAR y con el apoyo de *The Center for Corporate Citizenship* del Boston College, siendo VINCULAR la organización que conduce el desarrollo del modelo. Las preguntas de trabajo de este modelo⁵⁸ son tres, a saber:

1. ¿Cómo integrar principios de la RSE a los procesos de toma de decisiones?
2. ¿Cómo motivar a la dirección y a los empleados para que integren estos principios en sus decisiones y operaciones diarias?

⁵⁷ Información disponible en www.usec.cl

⁵⁸ Información disponible en http://www.usec.cl/documentos/modelo_gestion_lanzamiento.pdf

3. ¿Cómo ayudar a la dirección y a los empleados a integrar estos principios en sus decisiones y operaciones diarias, apoyándoles en la resolución de dilemas éticos?

Los beneficios estimados de la puesta en marcha del modelo planteado considera las líneas directrices y convenios a los que suscriben los países y compañías multinacionales, principales normas y estándares de organizaciones privadas y, el apoyo técnico de entidades dedicadas a la promoción de la RSE. A ello se suman las herramientas y protocolos ya utilizados en Chile: Guía Técnica para la ejecución de diagnósticos FAT (Fondo de Asistencia Técnica) de CORFO, Proyecto de Norma Gestión Integral PYME de CORFO, ChileCalidad e INN (Instituto Nacional de Normalización), Protocolos BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) y Eurep GAP (Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas). El modelo ha venido siendo desarrollado con el apoyo de Conicyt a través de FONDEF, organismo estatal que financia proyectos de investigación y desarrollo científico-tecnológico.

40. Acción RSE

Acción RSE⁵⁹, o *Acción Empresarial*, es una organización sin fines de lucro que nace del sector empresarial para promover la RSE de las compañías que operan en Chile, tanto en lo referido a las buenas prácticas empresariales como a experiencias en la materia.

Acción RSE nació originariamente dentro de la organización *Generación Empresarial*, para la formación de ejecutivos chilenos en el área de RSE. Luego, se amplió el concepto ya no sólo al ámbito del ejecutivo, sino también el de la empresa como un todo. Y en mayo de 2000 nace, entonces, Acción Empresarial, conocida como ACCION RSE. Esta es una iniciativa del sector privado chileno, y desde sus orígenes ha sido impulsado por *Business for Social Responsibility*, BSR (EE.UU) y Fundación Generación Empresarial, y cuenta con el patrocinio de la Confederación de la Producción y del Comercio de Chile.

Las compañías que son socias de Acción Empresarial son las que acceden a información práctica, investigaciones, talleres de entrenamiento, intercambio de experiencias y actividades de difusión. Siendo Acción Empresarial miembro activo del FORO Empresa, que reúne a 2.200 compañías del continente americano.

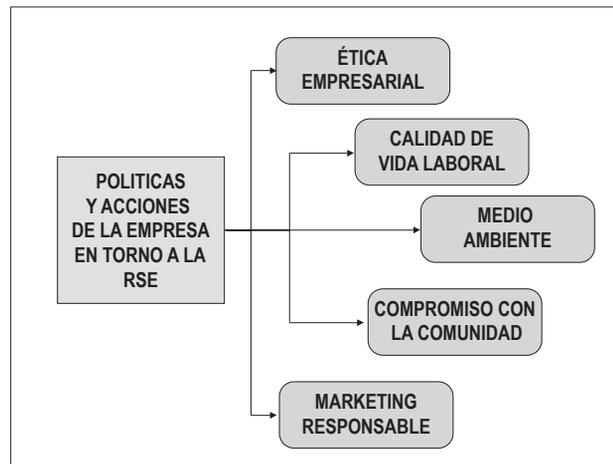
Acción Empresarial ha elaborado diversas herramientas para el desarrollo de la RSE. El primero de ellos es Indicadores Acción Empresarial, que es un cuestionario de autoaplicación. Luego, en la serie Manuales, hay dos títulos. Uno es *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo*, para la consulta de empresas, ONG's y el sector público en la introducción del concepto, y obtener una mirada global respecto de

⁵⁹ Información disponible en www.accionrse.cl

su avance y desarrollo. El siguiente manual es *La Empresa y la RSE: Primeros Pasos*. Este documento ha sido desarrollado para integrar prácticas y programas socialmente responsables en su cultura y sus operaciones dentro de las organizaciones, y ha fue producido por Acción RSE para sus empresas socias. Los temas que aborda son Etica, Medio Ambiente, Calidad de Vida Laboral, Apoyo al Desarrollo de la Comunidad, y Comercialización y Marketing Responsable.

Acción RSE ha venido publicando, además, una serie de Guías. Los títulos con que cuenta son Integración Laboral de Personas con Discapacidad, Guía Vida Sana en la Empresa, Guía de Voluntariado Corporativo, Guía Conciliación Vida Laboral y Vida Familiar, Guía de Voluntariado Corporativo, Guía Responsabilidad Social Medioambiental de un Buen Ciudadano Corporativo, Guía de Reporte Social Empresarial y Guía Acercando la Empresa a la Comunidad. Cabe señalar que varias de estas publicaciones han sido preparadas en colaboración con organizaciones públicas y privadas, y también con el apoyo del sector empresarial para su elaboración.

Ahora bien, una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable ha sido “Indicadores Acción Empresarial”. Siguiendo los lineamientos que es posible encontrar en la organización FORO Empresa, que tiene su sede actualmente en Chile, Acción Empresarial propone la confección de un informe en las siguientes áreas:



Fuente: Acción Empresarial, 2001.

El documento “Indicadores Acción Empresarial” (2001) de Responsabilidad Social Corporativa es una herramienta para que las empresas evalúen el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un *buen ciudadano corporativo*. La herramienta está conformada por una serie de preguntas cuya respuesta va siendo cuantificada. Así, si la empresa está **muy en desacuerdo** con alguna afirmación planteada, se anota 1. Por el contrario, si está **muy de acuerdo**, se anota 6. Hay una séptima opción que es **no se aplica**, si la descripción no concuerda con la empresa. Al final los resultados numéricos se traspasan a la *Score Card de Balance Social de la Empresa* para identificar, luego, los puntos críticos de la empresa en torno a la RSE y también, los puntos donde existan ventajas si es que es posible comparar los datos con otro conjunto de empresas. Los ámbitos que considera el cuestionario son los siguientes.

ETICA EMPRESARIAL

- 1.1 Desarrollo de principios éticos
- 1.2 Difusión de los principios éticos en la empresa
- 1.3 Práctica de los principios éticos con la competencia
- 1.4 Práctica de los principios éticos con proveedores
- 1.5 Práctica de los principios éticos con personal subcontratado
- 1.5 Práctica de los principios éticos con personal subcontratado
- 1.5 Práctica de los principios éticos con el gobierno

CALIDAD DE VIDA LABORAL

- 2.1 Valorización de la diversidad
- 2.2 Participación de los empleados en la gestión de la empresa
- 2.3 Relaciones con los sindicatos
- 2.4 Distribución de los beneficios de la empresa
- 2.5 Desarrollo profesional y de empleabilidad
- 2.6 Cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo
- 2.7 Jubilación y despidos

MEDIO AMBIENTE

- 3.1 Conocimiento sobre el impacto en el medio ambiente
- 3.2 Responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo
- 3.3 Cuidados en la incorporación de insumos y tratamiento de desechos
- 3.4 Educación ambiental

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

- 4.1 Gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad
- 4.2 Relaciones con organizaciones comunitarias
- 4.3 Mecanismos de apoyo a proyectos sociales
- 4.4 Estrategias y criterios de acción en el área social

- 4.5 Apoyo y trabajo voluntario del personal
- 4.6 Liderazgo e Influencia social
- 4.7 Participación en proyectos sociales de gobierno

MARKETING RESPONSABLE

- 5.1 Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios
- 5.2 Política de Marketing y Comunicación
- 5.3 Técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidores
- 5.4 Excelencia en la atención al consumidor

Por otro lado, es interesante destacar la adhesión de empresas a esta iniciativa. Las empresas chilenas asociadas actualmente son:

- | | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1. Asociación Chilena de Seguridad | 26. KPMG |
| 2. Anglo American Chile | 27. Caja de Compensación Los Andes |
| 3. AES GENER | 28. MERCK SHARP & DOHME |
| 4. MacDonalds | 29. MASISA |
| 5. Banco BCI | 30. Minera Los Pelambres |
| 6. Cementos Bío-Bío | 31. Price Waterhouse Coopers |
| 7. Codelco | 32. NATURA |
| 8. CCU | 33. People & Partners |
| 9. Chiletabacos | 34. PMC Pinnacle Worldwide Chile |
| 10. Codigas | 35. PIMASA |
| 11. COLBUN | 36. Philips |
| 12. Corpora Tresmontes | 37. Principal Vida Chile |
| 13. Costa Lyon | 38. Grupo Polpaico |
| 14. Minera Escondida | 39. Puerto San Antonio |
| 15. Empresa Nacional de Minería, ENAMI | 40. Santander Santiago |
| 16. ENERSIS ENDESA | 41. Seguros Interamericana |
| 17. ENTEL PCS | 42. Seguros Interamericana |
| 18. ESSO | 43. TARGET DDI |
| 19. Ferrada Nehme | 44. The Walt Disney Company Chile S.A. |
| 20. FINNING CAT | 45. Nestlé |
| 21. GERDAU AZA | 46. Escuela de Administración, Pontificia Universidad Católica de Chile |
| 22. ING | 47. UNILEVER |
| 23. Instituto de Seguridad del Trabajo IST | 48. Urquidi, Riesco y Compañía Abogados |
| 24. Kaleida | |
| 25. McCann-Erickson | |

41. PROhumana

La Fundación PROhumana⁶⁰ es una organización para la promoción de la RSE en Chile que lleva a cabo iniciativas de investigación, extensión y asesoría. Nació en 1998 como el *Programa de Investigación para la Promoción Humana*, resultado de la elaboración del Proyecto “La acción filantrópica como un elemento de la responsabilidad social”. Actualmente, los ámbitos de acción específicos son seis, estos son:

1. Investigación y desarrollo del conocimiento
2. Sensibilización de actores en el tema de la RSE y responsabilidad social ciudadana
3. Promoción de espacios de diálogo y encuentro entre actores representativos de la diversidad
4. Constitución y coordinación de redes de cooperación
5. Aporte a la elaboración propuestas legislativas y normativas
6. Servicios de asesoría especializada

Convocan a un cierto número de socios que colaboran con la Fundación. Entre ellos están las empresas entre se puede señalar a las siguientes:

1. Aguas Andinas
2. Asociación Chilena de Seguridad, ACHS
3. BancoEstado
4. Banco Santander Santiago
5. BHP Billiton Chile
6. Burson Marsteller
7. Televisión-Canal 13
8. Chilectra
9. Compañía de Cervecerías Unidas
10. Harvard Business Review
12. Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi
13. Empresas Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones, CMPC
14. Coca Cola de Chile

⁶⁰ Información disponible en www.prohumana.cl

15. Constructora e Inmobiliaria Bio-Bío
16. Diario El Mercurio
17. Endesa Chile
18. Espacio Riesco
19. Forestal Terranova
20. Fyrma Gráfica
21. GrupoNueva
22. Lan Airlines S.A.
23. METRO
24. Minera Escondida
25. Ogilvy One
26. Placer Dome Latin America
27. Radio Horizonte
28. Radio Oasis
29. Revista Capital
30. Shell Chile
31. Telefónica CTC Chile
32. Televisión Nacional de Chile-TVN

PROhumana tiene entre sus grandes actividades el desarrollo de seminarios internacionales de RSE, otorga premios (nacionales) y actualmente es el difusor del *Global Reporting Initiative* (GRI) en Chile, iniciativa descrita también en este documento.

En lo que se refiere a publicaciones, existen tres categorías, una es la Revista PROhumana, que ha editado más de 20 números, el Boletín, que a la fecha lleva 28 números y, finalmente, una serie de estudios que se han transformado en libros. Estas ediciones abordan temas relacionados con la RSE, el capital humano, la justicia social, la gestión ética de las empresas, abordando también estudios de casos en grandes empresas.

A partir del año 2003, esta organización otorga el premio *RSEtica* cuyo objetivo es “reconocer anualmente en forma pública, a empresas, organizaciones sin fines de lucro y organizaciones estatales, que demuestren una gestión innovadora, creativa y ejemplar dentro de un marco ético de la Responsabilidad Social”, y que éstas estimulen a otras organizaciones chilenas para un comportamiento socialmente responsable. Este premio ha sido concedido a más de un ganador, involucrando tanto a organizaciones públicas como privadas.

Unido a esta actividad, conjuntamente con la Revista de empresa y negocios CAPITAL, y la Confederación de la Producción y el Comercio y PROhumana, han confeccionado



el *Ranking RSE*, cuya primera versión es la de 2005. Los ámbitos considerados en la evaluación de la organización son el social, ambiental y económico. Los instrumentos aplicados son dos encuestas de autoaplicación, una para el área de administración y otra para el área de los trabajadores de la organización. La puntuación obtenida compara a las organizaciones, y finalmente se establece la coherencia de desempeño de la responsabilidad empresarial tanto por lo llevado a cabo por la administración como por la valoración que le otorgan los empleados a su empresa en el campo de la RSE. Las diez empresas más responsables -ordenadas por puntaje obtenido-, en la premiación 2005 fueron:

1. Banco Santander Banefe
2. Banco Santander Santiago
3. CCU
4. Chiletabacos
5. Gerdau Aza
6. Forestal Bio Bío
7. Asociación Chilena de Seguridad
8. Mc Donald's
9. Masisa
10. Nestlé

Por otro lado, una de las publicaciones de PROhumana que merece especial atención es "Los chilenos opinan: la responsabilidad social de las empresas. Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa" elaborado con PNUD Chile, comentado en las páginas dedicada a *Global Compact*. Otra publicación de interés es "Responsabilidad social. 12 casos empresariales en Chile", publicado en 2002. En este último documento las empresas que conformaron los estudios de caso fueron:

- a. BancoEstado
- b. Banco Santander
- c. CCU
- d. Chile Tabacos
- e. CMPC
- f. Coca-Cola
- g. Forestal Millalemu
- h. Minera Escondida
- i. Telefónica CTC Chile

Además, incluyó a dos asociaciones gremiales, la Cámara Chilena de la Construcción y la SOFOFA. También, a una asociación empresarial, en este caso, la Asociación Chilena de Seguridad, ACHS.

Este trabajo permitió conocer las características que tenían, al año 2001, el empleo del concepto de RSE por parte de las organizaciones encuestadas, a través de recopilación de información, aplicación de entrevistas y análisis respectivos.

El estudio permite afirmar que hay ámbitos en las que las organizaciones tienen mayor desarrollo que otras.

En el Cuadro N°1, se muestran las empresas y los ámbitos en donde desarrollan actividades asociadas a la RSE, y si esta actividad es interna o externa, es decir, si se desarrolla dentro de la organización o bien son actividades vinculadas con el medio externo.

- En primer lugar, hay cuatro tres áreas que tienen mayor frecuencia que son Educación, Cultura y Desarrollo Social, y en casi todos los casos estos son desarrollados en el ámbito externo a la organización.
- En segundo lugar, hay dos áreas de frecuencia media, Medio ambiente, Capacitación, Recreación y Voluntariado.
- En tercer lugar se ubican las áreas de menor frecuencia, que son Salud, Clima Laboral, Deporte, Prevención, Prevención de riesgos, Rol del fomento, Seguridad, Sociocultural, Vivienda.

Cuadro Resumen de las empresas y áreas de RSE del Estudio de Prohuma

AREA TEMÁTICA	EMPRESAS																		
	Bancoestado	I/E	Banco Santander	I/E	Cervecerías Unidas CCU	I/E	Chile Tabacos	I/E	CMPC	I/E	Coca-Cola	I/E	Forestal Milalemu	I/E	Minera Escondida	I/E	CTC	I/E	
1 Capacitación		i/e	-				-				-				-				
2 Clima laboral		i	-												-				
3 Cultura		e	-		e		-			e				e	-				e
4 Deporte		e	-								-								
5 Desarrollo social		e	-		e/f					i/e				e	-				i/e
6 Educación	-	e	-		e		-			e				i/e	-				e
7 Medio ambiente			-		e		-			i				e/f	-				e
8 Prevención					-										-				e
9 Prevención de riegos							-			i					-				i
10 Recreación	-										-			e					
11 Rol del fomento	-																		
12 Salud	-																		e
13 Seguridad																			
14 Sociocultural	-																		
15 Vivienda																			
16 Voluntariado											-								i/e

I/E= ámbito interno (I) o externo (E)

Fuente: Prohumana, 2002.

Ahora bien, además de las empresas, también fueron estudiados los casos de representaciones gremiales y empresariales, como ya se dijo. La Cámara Chilena de la Construcción, SOFOFA y la ACHS coincidieron en 2 áreas, como lo fueron la cultura y el deporte. El resto de las coincidencias se produce en dos de las tres asociaciones, y es el caso de capacitación, desarrollo social, discapacidad, educación, promoción e innovación del desarrollo tecnológico, salud y vivienda. El resto de las áreas, en las que nada más una de las asociaciones desarrolló actividades, fueron educación y cultura, prevención, recreación, seguridad social y voluntariado. Estos resultados son visibles en el **cuadro N°2**.

Cuadro N°2. Asociaciones gremiales y empresariales en RSE.

	AREA TEMÁTICA	ASOCIACIONES GREMIALES		ASOCIACIONES EMPRESARIALES			
		Cámara Chilena de la Construcción	I/E	SOFOFA	I/E	ACHS	I/E
1	Capacitación	-	i			-	e
2	Clima laboral					-	i
3	Comunicación			-	i		
4	Cultura	-	i/e	-	s/d	-	e/i
5	Deporte	-	i	-	i	-	e/i
6	Desarrollo social			-	i/e	-	e
7	Discapacidad			-	e	-	e/i
8	Educación			-	e	-	i
9	Educación y cultura					-	e
10	Prevención					-	e
11	Promoción a la innovación de DT	-	e			-	e
12	Recreación					-	e/i
13	Rol del fomento						
14	Salud			-	i	-	e
15	Seguridad Social	-	i/e				
16	Seminarios	-	i				
17	Vivienda	-	i	-	i		
18	Voluntariado					-	i

Fuente: Prohumana, 2002.

42. VINCULAR

VINCULAR⁶¹ es una organización que nace al alero de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en 2002, especializada en la temática de RSE, para su promoción y desarrollo tanto en el contexto chileno como latinoamericano.

Ha venido desarrollando dos proyectos de importancia, uno en asociación con la Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos, USEC y el apoyo de *The Center for Corporate Citizenship del Boston College*, conjuntamente con la Asociación Chilena de Seguridad. Hacemos referencia al proyecto “Desarrollo de un Modelo de Gestión de RSE como Herramienta para Mejorar la Competitividad Económica de Empresas e Instituciones de Países Emergentes”, conocido como “Modelo de Gestión RSE” y mencionado más arriba en el título dedicado a la USEC. Como ya se indicó, este proyecto fue adjudicado por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, CONICYT, a través del Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDEF. El objetivo central de este proyecto es desarrollar un modelo de apoyo a la toma de decisiones de gestión de responsabilidad social en las empresas, el que será transferido por medio de programas, asesorías y cursos de capacitación de RSE en compañías y/o agrupaciones empresariales en Chile y Latinoamérica.

Otro proyecto que desarrolla VINCULAR es *Adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Pequeña y Mediana Empresa en Chile*. Este tiene como objetivo “incrementar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas chilenas, a través de la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en las estrategias de negocios, a fin de maximizar sus beneficios privados y sociales”. Para su ejecución, el proyecto recibió del Fondo Multilateral de Inversiones, FOMIN, del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, un aporte no reembolsable de \$1.250.000 dólares. Centrado en una primera etapa en el ámbito de las exportaciones, el período de tiempo considerado es de cuatro años y su diseño permite incorporar a 150 Pymes. Se dio inicio al proyecto en 2004 en tres áreas: frutícola, vitivinícola y manufacturero. A finales de 2005 se sumó el área metalmeccánica y metalúrgica, a través de un convenio con la Asociación Chilena de Industrias Metalúrgicas y Metalmeccánicas, ASIMET. Los componentes principales de este proyecto son: 1) Formación de la oferta local y de la capacidad interna de empresas en RSE, 2) Asesoría a Pymes en RSE, 3) Promoción de RSE y difusión de los resultados.

Asimismo, VINCULAR ofrece algunos tipos de asesorías. En primer lugar se sitúa el programa Diplomado en RSE, para ejecutivos, y otros dos programas de capacitación y educación, orientados a la formación tanto de ejecutivos como a industrias en general.

⁶¹ Información disponible en www.vincular.cl

Por otro lado, VINCULAR ofrece cuatro líneas de trabajo en el área de consultoría. Estos son:

- Planificación estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Desarrollo de *benchmark* en RSE para empresas y sectores productivos.
- Diseño de proyectos de contribuciones estratégicas a la comunidad.
- Estudios de percepción y expectativas de grupos de interés (*Stakeholders*).

Todos estos programas han sido desarrollados para que la empresa desarrolle sus líneas de acción en lo que a RSE, y desarrolle las competencias para asumir los desafíos que implica para las organizaciones.

También VINCULAR ha publicado dos interesantes estudios sobre RSE. Uno de ellos es el *Reporte Global de Instituciones de Referencia*, que da cuenta de un listado de organizaciones internacionales, ordenadas por país, que se dedican a la promoción, estudio y desarrollo de la RSE a nivel. El siguiente documento es un estudio resumen denominado *Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Latinoamérica y el Caribe*, en donde en uno o dos párrafos, se hace reseña del desarrollo que tiene la RSE en los países considerados. Estos son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

43. *Global Compact, Chile*

En Chile, la red local denominada *Global Compact Network Focal Point*⁶² tiene su sede en el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. La red local ha llevado a cabo iniciativas de información sobre responsabilidad social, y a través del PNUD se han llevado a cabo dos iniciativas relevantes. Una de ellas fue el Seminario Internacional efectuado con Prohumana en 2001 denominado “Responsabilidad Social Empresarial. Ser o parecer”, en donde se planteó la visión de Naciones Unidas con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, y hubo dos series de ponencias, una internacional y otra internacional sobre el tema. Este texto está disponible en el sitio web de PNUD.

Además, en 2002 publicó el texto “Los chilenos opinan: la responsabilidad social de las empresas. Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa”. Dicho estudio, también elaborado conjuntamente entre el PNUD y Prohumana, con el apoyo de la Fundación FORD, tenía como objetivo identificar la “íntima relación de la Responsabilidad Social de las Empresas con un paradigma de cambio cultural, a través

⁶² Sobre la base de www.unglobalcompact.org y *Communication on Progress. Empresas CMPC (2005)*.

del cual las empresas se transformaron en actores que convergen a la creación de una economía más sostenible junto a otros movimientos y sectores de la sociedad civil”.

Los resultados del análisis de la encuesta MORI contempló una secuencia que involucró un análisis descriptivo (conocimiento, comprensión y valoración de la RSE; responsabilidades de las empresas y el Gobierno respecto de la resolución de problemas sociales y ambientales; análisis multivariable; y las conclusiones).

Las propuestas del estudio sobre la opinión de los chilenos en torno a la RSE se estructuraron en cinco áreas, que fueron:

- Información y educación
- Responsabilidad social empresarial
- Responsabilidad social ciudadana
- Cooperación público-privada
- Herramientas para el desarrollo de la RSE

Las empresas chilenas asociadas a Global Compact en 2005 son 24, y son las descritas en el recuadro siguiente:

Empresa Participante	Documento que ha informado a Global Compact
ABB S.A.	---
Asociación Chilena de Seguridad, ACHS	Reporte Social
Agroindustrial Surfut Limitada	---
Banco del Estado de Chile	COPs
CCU S.A.	COPs
Cemento Polpaico S.A.	---
Chilectra	---
Clear Signs Limitada	---
Compañía Siderúrgica Huachipato Chile S.A.	---
Comparte	---
Empresas CMPC S.A.	COPs
ENDESA	---
Forestal TERRANOVA	Reporte Social
Fundación PROhumana	---
Ingelco S.A.	---
Lausanne Terein S.A.	---
MARSS	---
Minera Escondida Limitada	Reporte Social
Santander Chile	COPs
Sociedad de Fomento Fabril, SOFOFA	---
Sociedad Hidráulica Calama	---
Topp and Brand	COPs
Vincular	---
Zañartu Ingenieros Consultores	---

Nota: la información corresponde a la disponible en el sitio web de Global Compact en enero de 2006.

Global Compact ha clasificado los documentos que informan las empresas en dos categorías generales. Una corresponde a aquellas compañías que elaboran algún tipo de Reporte Social, y la segunda a las compañías que elaboran el reporte *Communication on Progress*, COPs, es decir, que siguen los lineamientos de Global Compact acerca de los diez “principios” sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción examinados en la Primera Parte de este informe.

COPs de Empresas CMPC, 2005.

El reporte “*Communications on Progress*”, COPs, de las Empresas CMPC en 2005 consta de 20 páginas y contextualiza las áreas y principios de Global Compact. Tiene exactamente la misma estructura promovida por Global Compact. Por ese motivo, al inicio, en la carta de su presidente, comienza con las siguientes afirmaciones:

(...) CMPC contribuye al desarrollo del país generando empleo y riqueza. Para ello efectúa una buena administración; fabrica y comercializa productos de calidad; mantiene un compromiso de seriedad y eficiencia con sus clientes y proveedores; compete lealmente en el mercado; entrega transparentemente información financiera; cumple con el pago de los tributos y la normativa legal vigente.

En relación al medioambiente, nuestra empresa se ha caracterizado por generar bases de desarrollo sustentable en su gestión empresarial de largo plazo. Esto constituye un elemento de competitividad, indispensable para la existencia y progreso de sus negocios.

Para lograr que el crecimiento sea sostenible en el tiempo, todos nuestros proyectos incorporan la dimensión ambiental. Respecto de las operaciones antiguas, en la última década hemos efectuado las inversiones necesarias para adecuarlas ambientalmente.

(...) El compromiso de CMPC no es sólo empresarial y económico, sino también social, con las comunidades vecinas a sus fábricas industriales y predios y se traduce en un variado programa de acciones relacionadas con la cultura y la educación.

(...) Bajo esta máxima y con el convencimiento de que la vía más poderosa para derrotar las bajas expectativas, la marginación y la falta de oportunidades es contar con un nivel educacional que le permita a las personas competir en mayor igualdad de condiciones, es que a través de nuestra Fundación CMPC, desarrollamos programas de apoyo educativo en lenguaje y matemática a escuelas municipalizadas en las comunas donde tenemos actividades productivas.

Posteriormente, el reporte analiza sus actividades concretas y los principios de

Global Compact. Especial atención merece el capítulo “CMPC y sus Respectivas Certificaciones”. En él se afirma que la calidad entregada diariamente por CMPC a sus clientes no es casualidad. La Compañía se ha preparado para obtenerla y mantenerla en el tiempo mediante el Sistema de Aseguramiento de Calidad ISO. Por tal motivo, CMPC ha certificado y recertificado distintos procesos, indicando además las normas ISO incluidas en ello.

Finalmente, la compañía afirma que está sustentada la ética en los negocios. Asimismo, enuncia el reporte, CMPC es rigurosa en su actuar, especialmente en el cumplimiento de la palabra empeñada, en la honestidad, el trabajo duro y el esfuerzo personal como medio para lograr sus objetivos. Estos imperativos traspasan todas sus actividades y están en el alma de sus ejecutivos y trabajadores. La integridad moral de los ejecutivos superiores y la transparencia son también fundamentales en este sentido.

Fuente: *Communication on Progress*. Empresas CMPC (2005), disponible en sitio web de Global Compact.

Una empresa que opera en Chile y presenta un estudio de caso en Global Compact es Minera Escondida. Consta de 20 páginas, y en el recuadro siguiente se indican algunos de sus contenidos:

Estudio de caso: Minera Escondida, 2003

En 2003 Minera Escondida elaboró el Estudio de Caso ¿Cómo pueden las grandes compañías contribuir a las mejoras ambientales en empresas de proveedores y contratistas de pequeña y mediana escala? El caso de la certificación ISO 14001 de cinco proveedores de Minera Escondida en Chile. El documento, preparado por Hernán Blanco, del Centro para el desarrollo sustentable, RIDES, es una aplicación de tres de los principios de Global Compact, en especial del octavo, “adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental”. Los principales grupos de interés (stakeholders) que son abordados en el estudio fueron:

- El staff de la Compañía Minera Escondida a cargo de la certificación
- Los proveedores pequeños y medianos que acuden a la iniciativa de certificación
- La agencia chilena de desarrollo, CORFO
- La compañía que lleva a cabo el proceso de certificación: DNV

Conclusiones del Estudio “Los chilenos opinan: La responsabilidad social de las empresas”

Se constata que existe un gran potencial en la ciudadanía para avanzar significativamente en el conocimiento, promoción y ejercicio de la RSE, donde el aporte de las personas en su triple calidad -ciudadanos, consumidores y trabajadores-, resulta insustituible.

Se constata la importancia de informar y educar a la ciudadanía en términos amplios y a los consumidores en particular, acerca de las conductas empresariales responsables, tanto en el plano social como ambiental. Este esfuerzo de educación y divulgación resulta clave para fortalecer la RSE, en el cual la iniciativa empresarial es esencial, especialmente a nivel gremial.

Se transita desde una mirada centrada en la dimensión asistencial de la RSE, hacia un enfoque más integral que incorpora la dimensión social en un sentido más amplio.

Las personas perciben a las empresas como organizaciones que deben ir más allá de los intereses específicos de su negocio. Se reconoce que la RSE posee un carácter voluntario

Se reconoce a las empresas una coherencia interna y externa en materia de RSE, expresada en las “buenas prácticas” comerciales, productivas y laborales en la relación con sus clientes, empleados y proveedores.

El papel de las personas como consumidores resulta clave para el ejercicio y difusión de la RSE

Desafío de la promoción de una cultura del consumo basada en el reconocimiento y ejercicio informado de derechos que contribuya a darle sostenibilidad a la práctica de la RSE en nuestro país. Dicho esfuerzo precisa la cooperación entre el sector empresarial, la sociedad civil y la institucionalidad pública en la materia.

La promoción y fortalecimiento de la RSE es una tarea compartida, en la cual las empresas y el gobierno deben cooperar de manera sistémica y efectiva, incorporando a la sociedad civil activamente.

Existe una amplia evidencia para la cooperación público-privada en la gestión de los asuntos públicos (problemáticas sociales, ambientales e incluso, políticas -dd.hh.-).

El cuidado del medio ambiente y la preocupación por minimizar los impactos negativos que genera la actividad industrial, forman parte esencial del nuevo paradigma de RSE.

Las personas dan una gran importancia a la cooperación entre empresa privada y el gobierno, como de la responsabilidad frente a la resolución de conflictos es vista como fundamental.

Hay ciertas hipótesis validadas con las encuestas: a) A mayor frecuencia de conversación de RSE se tenderá hacia un comportamiento proactivo y punitivo

de las personas en cuanto consumidores, b) A mayor confianza de la capacidad de influencia como consumidor en la práctica de la RSE, mayor inclinación hacia el comportamiento proactivo y punitivo como consumidor frente al ejercicio empresarial de la responsabilidad social, c) A mayor frecuencia de conversación sobre RSE, existirá mayor motivación y disposición hacia el aprendizaje en el tema.

Fuente: Sobre la base de PNUD-Prohumana, 2002

También Global Compact ha desarrollado una red denominada *Learning Forum Academic Network*. La única entidad chilena ligada a tal red es el Departamento de Ingeniería Química de la Universidad de Concepción. Asimismo, Global Compact ha desarrollado una red ligada a las escuelas de negocios. Los países de América conectados a esta red académica son, además de Chile, Brasil, Canadá, Perú y Estados Unidos.

44. Consejo Minero

El Consejo Minero⁶³ es una entidad gremial creada en 1998 y que agrupa a las 17 empresas mineras más grandes que operan en Chile. Esta entidad ha desarrollado un interesante estudio denominado “La Responsabilidad Social de la Gran Minería” (2004) en el que se abordan las diferentes áreas en las que la industria enfrenta la responsabilidad social.

Es importante destacar las definiciones de RSE que aporta el Consejo Minero, que se apoya en tres aspectos. De manera resumida, estos son:

La RSE es una acción voluntaria de la empresa como organización y en una nueva manera de hacer negocios, complementaria con la función de los gobiernos

La RSE está dirigida a compatibilizar la eficiente administración económica, como condición *sine qua non* para su pervivencia, con el estricto cumplimiento de una serie de “contratos éticos” sociales y políticos, y no sólo económicos, que la empresa establece en una sociedad dada.

La empresa espera de la gestión de RSE beneficios racionales -medibles- que colaboren con la materialización de los objetivos básicos de la empresa

⁶³ Información disponible, además del texto citado, en www.consejominero.cl

Otro aspecto importante, dentro del contexto de la gran minería, es la secuencia para la integración de la RSE en estos negocios. El antecedente principal lo conforma las proposiciones del *World Business Council for Sustainable Development*, comentados en este documento. Seguidamente, en mayo de 2003 y en el área específica de la minería, se conformó el *International Council of Mining & Metals*,⁶⁴ ICMM, con la aprobación de diez principios con los que se mediría el desempeño de las empresas inscritas. Estos principios se inscriben en el marco de las políticas mundiales de desarrollo sustentable.

Los espacios en donde se promociona la RSE en el Consejo Minero son los siguientes:

- Trabajadores de la gran minería
- Protección de la infancia y entorno laboral moderno
- Sindicatos fuertes y participativos
- Seguridad en el trabajo
- Condiciones de trabajo de la minería
- Política de remuneraciones
- Despliegue de la responsabilidad social
- Política habitacional de integración, y que crea propietarios
- Centralidad de la educación
- Inversión en capital humano, propio y externo
- Otras actividades de responsabilidad social
- Fomento de clubes sociales y deportivos
- Integración de las inquietudes ambientales de la comunidad
- Actividades artísticas y culturales
- Resguardo del patrimonio cultural
- Respeto y apoyo de las comunidades indígenas
- Aportes a la comunidad local

Asimismo, el Consejo Minero se ha preocupado de evaluar el impacto de sus acciones, ya sean en el ámbito económico como en la RSE, a través de encuestas de opinión en las comunidades donde está inserta.

⁶⁴ Para mayor información consultar www.icmm.com

Responsabilidad Social en el área ambiental

En lo que respecta a la Responsabilidad Social en el área ambiental ha habido una evolución dentro de la industria. Como señala el texto citado, “al revisar las memorias de las grandes empresas públicas en los años ochenta, se puede observar que el factor ambiental no figuraba en sus misiones. Los primeros documentos de política ambiental de las compañías estatales como CODELCO se establecieron en 1990, y sólo entonces se comenzó a considerar el medio ambiente en las estrategias corporativas. La SOFOFA había difundido el primer documento sobre política ambiental sólo el año anterior, en 1989” (Consejo Minero, 2004:95 y ss).

Por otro lado, “las únicas empresas que tenían política ambiental en Chile durante la primera mitad de los 80 eran extranjeras (Anglo American Chile y Compañía Minera El Indio) y sus prácticas ambientales obedecían a directrices emanadas de sus casas matrices, en Estados Unidos y Canadá”.

Paulatinamente, la industria en Chile fue introduciendo nuevos estándares ambientales, como cuando suscribió tratados internacionales multilaterales, a partir de su participación en la Cumbre de Desarrollo Sustentable de Río, en 1992. Entre estos están el Convenio de Basilea sobre el Transporte Transfronterizo de Desechos Peligrosos, el Protocolo de Montreal para la Protección de la Capa de Ozono y el Convenio sobre la Biodiversidad Biológica. Luego se suscribieron el Convenio sobre Transporte Marítimo de la Organización Marítima Internacional, la incorporación de las normas ISO 14000, y el Convenio sobre Cambio Climático. En 1995, se suscribe un acuerdo complementario sobre medio ambiente, a raíz del Acuerdo de Libre Comercio con Canadá.

Además, en 1992, se puso en vigencia un sistema voluntario de Evaluación de Impacto Ambiental al que se sometían todos los proyectos mineros privados de envergadura. Este se mantiene hasta 1997, cuando entra en vigencia el Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, SEIA.

Por otra parte, en 1994 se promulga la Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente y se crea la Comisión Nacional de Medio Ambiente. En 2000, se suscribe entre el Gobierno y el Consejo Minero, el Acuerdo Marco de Producción Limpia, abordando seis temas claves de la minería y no abordados hasta entonces: a) potencial de generación de aguas ácidas; b) cierre y abandono de faenas mineras; c) uso eficiente de la energía; d) uso eficiente del agua; e) residuos industriales líquidos; y f) residuos industriales sólidos.

El Consejo Minero cuenta con un Marco General de las Políticas Ambientales, y los principios comunes que informan las políticas de las 17 empresas asociadas son la Integralidad, la Cooperación, la Información, la Capacitación y Educación, el Respeto a la Comunidad, el Cumplimiento de la Legislación Ambiental y, Prevención de la Contaminación y uso eficiente de los recursos.

BIBLIOGRAFÍA

FELIPE AGÜERO, *La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*. Escuela de Estudios Internacionales, Universidad de Miami. Disponible en: http://www.redpuentes.org/recursos/docs_generales/rselatina/Attachment00030282/La%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.doc, 2002

MARIA CECILIA ARRUDA, GEORGES ENDERLE (EDS.) *Improving Globalization*, FGV, Rio de Janeiro, 2004, 118pp.

JOEL BAKAN, *The Corporation, The Pathological Pursuit of Profit and Power*, Free Press, Nueva York, 2004, 228pp.

HUBERTO BERG, *Rentabilidad de las Buenas Prácticas Laborales*, Organización Internacional del Trabajo y Confederación de la Producción y del Comercio, Santiago en <http://www.oitchile.cl/pdf/publicaciones/dia/dia014.pdf>, 2003

MANUEL CASTELLS, *Globalización, Desarrollo y Democracia: Chile en el Contexto Mundial*, Fondo de Cultura Económica, Santiago, 2005, 164pp.

ANDREA CASTRO, REINALDA CHAVARI, Y SOLEDAD TEIXIDÓ, *Responsabilidad Social, 12 Casos Empresariales en Chile*, PROhumana Ediciones, Santiago, 2002, 261pp.

S.A. CARTING Y MICHAEL J. NAUGHTON, (ED.) *Rethinking the Purpose of Business*, University Of Notre Dame Press, South Bend, 2002, 333pp.

CELARE, *Proyecciones de los Consensos de Guadalajara*, CELARE, Santiago, 2005, 299pp.

CENTRO CLARKSON DE ÉTICA EMPRESARIAL, *Principios Sobre Gestión Orientada a Referentes, los Principios Clarkson*, Banco del Desarrollo, Santiago, 2000, 92pp.

CEPAL, *Growth With Stability Financing for Development, in the New International Context*, United Nations Publications, Santiago, 2002, 178pp.

- CONSEJO MINERO DE CHILE, *La Responsabilidad Social en la Gran Minería*, Santiago, 2004.
- ADELA CORTINA ORTIZ, *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentaria, 1997, Madrid, 258pp.
- DERES, *Manual de Primeros Pasos, Responsabilidad Social*, DERES, 2003, Montevideo, 45pp.
- DERES, *Balance Social, Manual para la preparación e Implementación del Balance Social en el Uruguay*, DERES, 2003, Montevideo, 57pp.
- CHARLES DERBER, *Corporation Nation, How Corporations are Taking Over Our Lives and What We Can Do About It*, St. Martin Press, Nueva York, 1998, 374pp.
- ESADE, *Libro Verde De La Comisión Europea, Fomentar Un Marco Europeo Para la Responsabilidad Social de las Empresas, Comunicación de la Comisión Relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una Contribución Empresarial al Desarrollo Sustentable*, ESADE, Barcelona, 2002, 95pp.
- FUNDES, *Situación de la Responsabilidad Social de la Mipyme: El Caso Chileno*, Santiago, 2005, 124pp
- BRUNO GASPAR GAECIA, *Responsabilidade Social Empresarial, Estudo e Sociedade Civil o Caso do Instituto Ethos*, en *Responsabilidade Social das Empresas, A Contribuição das Universidades*, Fundação Peiropolis, São Paulo, 2002, 24pp.
- KENNETH E. GOODPASTER Y JHON B. JR. MATTHEWS, *Can A Corporation Have A Conscience?, Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Harvard Business School Press, Boston, 2003, 26pp.
- RYUZABURO KAKU, *THE PATH OF KYSEI, Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Harvard Business School Press, Boston, 2003, 26pp.
- JOHN M. KLINE, *Ethics for International Business*, Routledge, New York, 2005, 269pp.
- GUILLERMO LARRAIN RÍOS, *Chile, Fértil Provincia, Hacia un Estado Liberador y un Mercado Revolucionario*, Mondadori, Santiago, 2005, 392pp.
- DAVID HOLLENBACH S.J., *The Common Good and Christian Ethics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2002, 269pp.
- INSTITUTO ETHOS, *Guía de Elaboração do Banço Social*, Instituto Ethos, 2002, São Paulo, 32pp.
- ISO ADVISORY GROUP ON SOCIAL RESPONSIBILITY, *Working Report on Social Responsibility*, 2004, 89pp. http://inni.pacinst.org/inni/corporate_social_responsibility/WorkingReportonSR.pdf

MINISTERIO DE SALUD, *Construyendo Políticas Sustentables en el Lugar de Trabajo, el Aporte de Cinco Experiencias*, Santiago, 2005, 160pp.

LAWRENCE E. MITCHELL, *Corporate Irresponsibility, America's Newest Export*, Yale University Press, New Heaven, 2001, 302pp.

OCDE, *Estudios Económicos de la OCED, Chile*, Volumen 191 2005, Noviembre 2005, Suplemento N° 1, Santiago, 2005, 171pp.

OECD ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT, *Corporate Social Responsibility, Partners For Progress*, OECD Publications, Paris, 2001, 152pp.

OIT, *Panorama Laboral 2005, América Latina y el Caribe*, Lima, 2005, 117pp.

ALVARO PEZOA BISSIERES, (ED.), *Ética Empresarial, Enfoques desde la Alta Dirección*, ESE Escuela de Negocios, Universidad de los Andes, Santiago, 2005, 114pp.

C.K. PRAHALAD Y ALLEN HAMMOND, *SERVING THE WORLD'S POOR, PROFITABLY*, *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Harvard Business School Press, Boston, 2003, 26pp.

PRODEMU, *Resultados de una Evaluación de Impacto y Satisfacción de Usuarías*, IN-DAP, Santiago, 2005, 98pp.

MIMI SWARTZ Y SHERRONWATKINS, *Power Failure, The Inside Story of the Collapse of Enron*, Doubleday, Nueva York, 2003, 386pp.

SOLEDAD TEIXIDÓ, REINALDA CHAVARRI Y ANDREA CASTRO, *Responsabilidad social: 12 casos empresariales en Chile*, Santiago: Fundación Prohumana, 2002

ANTONIO VIVES Y ESTRELLA PEINADO-VARA (EDS.), *La Responsabilidad Social de la Empresa Como Instrumento de Competitividad, Conferencia Intervención de Responsabilidad Social de la Empresa*, Banco Interamericano de Desarrollo, Nueva York, 2003, 66pp.

ANTONIO VIVES Y ESTRELLA PEINADO-VARA (EDS.), *Responsabilidad Social de la Empresa del Dicho al Hecho, II Conferencia Intervención de Responsabilidad Social de la Empresa*, Banco Interamericano de Desarrollo, Nueva York, 2004, 93pp.

MARIO WAISSBLUTH, *Reforma del Estado en Chile 1990-2005, Balance y Propuestas De Futuro*, Documentos de Trabajo N° 76, Serie Gestión, Facultad de Ingeniería Universidad de Chile, Departamento de Ingeniería Industrial, Santiago, 2005, 110pp.

Informes de RSE

ASOCIACIÓN CHILENA DE SEGURIDAD, *ACHS Reporte Social 2004*, Santiago, 2005, 123pp.

BANCO CRÉDITO INVERSIONES, *Gobierno Corporativo Responsabilidad Social Empresarial y Código de Ética 2004*, Santiago, 2005, 105pp.

BBVA, *Corporate Social Responsibility Report 2004*, San Sebastián, 2005, 171pp.

BG GROUP, *Corporate Responsibility Report 2004*, 22pp.

CELCO, *Informe de responsabilidad ambiental y social*

CENTRICA, *Corporate Responsibility Report 2004* www.centrica.com/files/pdf/CSR_rep2004_full.pdf

ENDESA, *Informe de Sostenibilidad 2004, ENDESA en Latinoamérica*, Santiago, 2005, 112pp.

GRUPO NUEVA, *Una Nueva Oportunidad de Negocios: el Segmento de Menores Ingresos*, Santiago, 2005, 11pp.

GRUPO TELEFÓNICA CHILE, *Informe de Responsabilidad Corporativa 2004*, Santiago, 2005, 112pp.

ING, *ING Group, Corporate Responsibility Report 2004*, Amsterdam, 2005, 36pp.

ING, *ING De Nederlandse Corporate Governance Code*, Amsterdam, 2005, 32pp.

INVERTEC, *Capital Humano, Visión, Valores y Prácticas que nos Ayudan a Considerar a INVERTEC como una Empresa de Alimentos Globalmente Competitiva*, Santiago, 2004, 78pp.

LLOYDS TSB GROUP, *Code of Business Conduct*, www.lloydstsb.com/about_ltsb/corporate_responsibility.asp

NOVO NORDISK, *Annual Report 2004, Financial, Social and Environmental Performance*, Copenhagen, 2005, 109 pp.

RBS, *The Royal Bank of Scotland Group, Corporate Responsibility Report 2004*, Edimburgo, 2005, 60pp.

SANTANDER, *Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2004*, Santander, 2005, 99pp.

VODAFONE, *Reporting*, www.vodafone.com

Revistas

AUDITING SARBANES-OXLEY, A PROCE WANTH PAYING?, *Revista The Economist* N°8427, Mayo 2005, www.economist.com

HARVARD BUSSINES REVIEW, *Edición Especial el Factor Social*, N° 8 volumen 83, agosto 2005, www.hbrl.com

ANNE M. MULCANY, *Building a Culture of Strong Ethics, Good Deeds and Smart Bussines*, *Bentley Social Responsibility*, abril 2005, Bentley Center of Business Ethics, www.bentley.edu

REVISTA BUSSINESS ETHICS, *100 Best Corporate Citizens 2004*, Primavera 2001, volumen 18 n° 1, www.business-ethics.com

REVISTA ISBBEE, The International Society of Business, Economics, and Ethics, www.isbee.org

REVISTA PROHUMANA www.prohumana.cl

Documentos

Sarbanes-Oxley Law, 170 Congress of United Stages, Second session of the 23 of January of the 2002, <http://news.findlaw.com/hdocs/docs/gwbush/sarbanesoxley072302.pdf>

Acción Empresarial, *Indicadores Acción Empresarial de Responsabilidad Social*, www.accionse.cl/home/pdf/Indicadores.ffpdf

AGENDA, *Consuming for Good? The Role of Consumers Driving Responsible Business*, www.agenda-scotland.org/documents/AGENDA-Consumingforgood.pdf

AGENDA, *VadeRegio a European Project, "How regional and local authorities com promote corporate social responsibility"*, www.agenda-scotland.org/documents/EU-CSR-Vaderegio.pdf

Boletín Atlat, *Mejores practicas corporativas ley Sarbanes-Oxley*, www.atlatl.com.mx/docs/Boletin_Atlat18WEB.pdf

RUTH BRADLEY, *Good Corporate Citizenship*, *Revista Business Chile*, www.businesschile.cl/portada.php?w=old&id=192&lan=en

BENEDICTE BULL, *Responsabilidad Social Empresarial: La Experiencia Noruega*, www.iadb.org/Etica/SP4321/DocHit.cfm?DocIndex=676

BEATRIZ CALDERÓN, *Estándares generales sobre RSE*, www.accionrse.cl/tematico/down.html

Canada Business for Social Responsibility, *Good Company, Guidelines for Corporate Social performance*, www.cbsr.bc.ca/files/GoodCompany-SummaryDocument.pdf

Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, *IndicaRSE 2005*, www.centrase.org/marlene.indicarse2005.pdf

REINALDA CHAUAMI Y SEBASTIÁN TEPLY, *Gestión de redes sociales al interior de las empresas, un Nuevo reto para la Responsabilidad Social*

ANDREW C. COORS Y WAYNE WINEGARDEN, *Corporate Social Responsibility-or Good Advertising?*, www.cato.org/pubs/regulation/regv28n1/v28n1-noted.pdf

BLANCA CORNEJO, *Matte y Angelini se fueron al bosque*, *La Nación*, Domingo 11 de septiembre del 2005

MARIA EMILIA CORREA, GILBERTO GALLOPIN Y GEORGINA NÚÑEZ, *Medir para gestionar la RSC*, *Harvard Business Review*, N° 8 volumen 83, agosto 2005.

Empresa.org, *Quienes somos*, www.empresa.org

European Multistakeholder forum on CRS, *Final results & recommendations*, http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20final%20report.pdf

Fundación PROhumana, *Primer Ranking de RSE en Chile*, www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=2410&Itemid=67

Fundación PROhumana y PNUD, *Los chilenos opinan: Responsabilidad Social de las Empresas*, Abril 2002, análisis encuesta Mori sobre “Responsabilidad Social Corporativa” www.pnud.cl/pdf/libro_RS.pdf

Global Reporting Initiative, *The 2002 Sustainability, Reporting Guidelines*, www.global-reporting.org/guidelines/2002/gri_2002_guidelines.pdf

DAVID HOLLENBACH S.J., *Mercados, Justicia y Bien Común*, *Revista Mensaje*, N° 517 volumen LII, marzo abril 2003, www.mensaje.cl

IBASE Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos, *Balance Social 2004*, www.ibase.br/ibase_esp/anexos/bs_ibase_maio05_esp_revfinal.pdf

Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos (IBASE), *Solamente la participación de ciudadano puede cambiar un país*, www.ibase.br/ibase_esp/?cod=Ibase

Instituto Ethos, *Estructura del Balance Social, principios y criterios*, www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/Guia%20Elaboracion%202003%20ESP.pdf

Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, www.mcx.es/polco/InversionesExteriores/acuerdosinternacionales/directrices/TextoDIRECTRICES.PDF

CARMEN MIERES, *Ley Sarbanes-Oxley no puede ser Monopolio de la Alta Gerencia*, *El Diario Financiero*, 23 de septiembre del 2004.

CLAUDIO NIDASIO, *Implementing CRS on a large scale: The role of Government*

www.uni-bocconi.it

Norma SA 800 sobre Responsabilidad Social, *El Mercurio*, 5 de agosto del 2004

OIT, *Declaración Tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social*, www.ilo.org/public/spanish/standards/norm/sources/mne.htm

RODRIGO PABLO, *Mejores prácticas en la construcción de un clima ético en la empresa*, www.etica.uahurtado.cl/pdf/mejoras_empresariales.pdf

STEVE ROCHLIN, *The Global trend of RSE*, www.usec.cl/documentos/stve.pdf

STEVE ROCHLIN, KATHLEEN WITTER, PHILIP MANGHAN, Y VICKY MURRAY, *Putting the Corporate into Corporate Responsibility (CR)*, www.greenleaf-publishing.com/pdfs/af05roch.pdf

STEVEN A. ROCHLIN Y BRADLEY K GOOGINS, *The Value Proposition for Corporate Citizenship*, <http://www.bccccc.net/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=990&nodeID=1&parentID=473>

Round Table, *Improving Knowledge about CSR and facilitating the exchange of experience and good practice*, http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/documents/20030715/lieven_somers.pdf

JEAN-YVES SAULQUIN, *GRH et Responsabilite sociale: bilan des discourse et des Practiques des Enterprises Françaises*, www.agrh2004-esg.uqam.ca/pdf/Tome4/Saulquin_JeanYves.pdf

TIMOTHY M. TAVIS Y LEE A. TAVIS, *Managing the Corporation as Community*, <http://140.209.2.23/cathstudies/cst/mgmt/Bilbao/papers/Tavis.pdf>.

The Center for Corporate Citizenship at Boston College, *Annual Review 2003 – 2004*, www.bccccc.net

The Center for Corporate Citizenship at Boston College, *Certificate Programs in Corporate Community, involvement 2004 – 2005*, www.bccccc.net

The Center for Corporate Citizenship at Boston College, *Ten Half-Truths of integrating Corporate Citizenship*, www.bccccc.net/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=570&nodeID=1&parentID=473

The Social Index, *What is The Social Index?*, www.detsocialeindeks.dk/extweb/dsi/dsi.nsf/DocNoPrint/eng-01-02-01

The World Bank Group, *Corporate Governance & Corporate Social Responsibility* <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/CGCSRLP/0,,menuPK:460901~pagePK:64156143~piPK:64154155~theSitePK:460861,00.html>

ENGEN TRAVIS Y SAMUEL DIPIAZZA, *Beyond Reporting: Creating business value and accountability*, www.wbcsd.org/DocRoot/Jjn1cB29B0UG90dx0RMZ/Beyond_rep_final_pressv.pdf

FERNANDA TRIVELLI Y MARÍA SOLEDAD FRITIS, *Responsabilidad Social empresarial, un enfoque desde el ciudadano consumidor*, Tesis de Grado de Sociología Universidad Alberto Hurtado. 2005.

United Nations, *What is the global compact?*, www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html

ALLEN L. WHITE, *Fade, Integrate or Transformation? The future of CSR*, www.bsr.org/CSRRResources/ResourcesDocs/BSR_200508_Allen-White_Fade-Transform.pdf

World Business Council for Sustainable Development, *Corporate Social Responsibility, The WBCSD's Journey*, www.wbcsd.org/DocRoot/I0NYLirijYoHBDfunP5/csr2002.pdf

Principales sitios web visitados

Organización/Documento	Sitio web
Organización Internacional del Trabajo, OIT	www.ilo.org
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España	www.mtas.es
Comisión de las comunidades Europeas: Libro Verde	http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366es01.pdf
"Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"	
European Business Campaign on Corporate Social Responsibility	www.csrcampaign.es
OECD, "Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales"	http://www.mcx.es/polco/InversionesExteriores/acuerdosinternacionales/directrices/TextoDIRECTRICES.PDF
Global Compact	www.unglobalcompact.org
Fundación Prohumana	www.prohumana.cl
World Business Council for Sustainable Development	www.wbcd.org
International Organization for Standardization, ISO	www.iso.org
Global Reporting Initiative, GRI	www.globalreporting.org
Equator Principles	www.equator-principles.org
FTSE4Good Index	www.ftse.com
ICC Business Charter for Sustainable Development	www.bsdglobal.org
Etiquetado Social Danés	www.detsocialeindeks.dk
Social Accountability International, SAI	www.sa-int.org
Banco Mundial	www.worldbank.org
Institute of Social and Ethical AccountAbility, AccountAbility	www.accountability.org.uk
Agenda: Social Responsibility in Scotland	www.agenda-scotland.org/
CSR Vaderegjo	www.noviasalcedo.es , www.trivisi.be
Canadian Business for Social Responsibility	www.cbsr.bc.ca
Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, Ibase	www.ibase.br , www.redpuentes.org
Instituto Ethos. Brasil	www.ethos.org.br
DERES, Uruguay	www.deres-org.uy
Acción Empresarial RSE	www.acionrse.cl
CentraRSE,	www.centrase.org
Fundación PROhumana, Chile	www.prohumana.cl
Proyecto Anticorrupción Atlatl, México	www.atlatl.com.mx
The Center for Corporate Citizenship at Boston College, Boston	www.bccc.net
Federación Gremial de la Industria, SOFOFA	www.sofofa.cl
Consejo Minero de Chile	www.consejominero.cl
Centro Mexicano de Filantropía, CEMEFI	www.cemefi.org
Confederación de la Producción y del Comercio	http://www.cpc.cl/responsabilidad_soc.asp