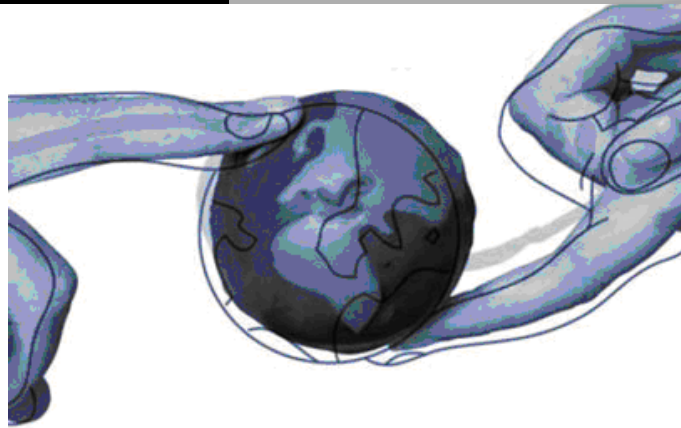


Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración



Responsabilidad
Social
Empresaria

Programa Buena Cosecha desarrollado en el sector rural mendocino. Situación actual y posibilidades de expansión.



Trabajo de Investigación

Cecilia Díaz

Ceciliadiaz_84@hotmail.com

Registro n° 23756

Guía y supervisión: Profesor Walter Coronel

Fecha de entrega: agosto 2011.

Índice

Introducción.....	1
CAPÍTULO 1.....	3
• Conceptos.....	3
○ Responsabilidad Social Empresaria.....	3
○ Triple bottom line.....	4
• ISO.....	6
○ Principales normas ISO.....	9
• ¿Qué es la ISO 26000?.....	10
○ Antecedentes.....	11
○ Estructura organizacional del Grupo de Trabajo.....	14
○ Reuniones del WG RS (Grupo de Trabajo RS).....	15
○ ¿Por qué es importante ISO 26000?.....	15
○ ¿Qué contiene la norma ISO 26000?.....	16
○ ¿Qué beneficios se pueden lograr implementando la ISO 26000?.....	21
○ ¿Quiénes pueden beneficiarse de la ISO 26000 y cómo?.....	22
○ ¿Puede certificarse?.....	22
○ Esquema de la ISO 26000.....	23
○ ¿Qué contiene específicamente la ISO 26000?.....	24
○ Una aproximación al contenido de la norma ISO 26000...25	
○ ¿Cómo puede aplicar una organización la ISO 26000?...28	
○ Orientación de la ISO 26000.....	29
○ ¿Quién ha desarrollado la norma ISO 26000?.....	29
○ Los países participantes.....	30
CAPÍTULO 2.....	31
• La RSE en Latinoamérica.....	31
○ Expectativas y repercusiones.....	31
▪ Brasil.....	31
▪ Chile.....	35
▪ Perú.....	37
○ La participación de organismos internacionales.....	41
▪ GRI.....	41
▪ CEPAL.....	42
• Argentina ¿país responsable?.....	43
○ La Capacitación en RSE como factor estratégico.....	47
▪ IARSE.....	48
▪ CEADS.....	49
○ Casos emblemáticos en Argentina.....	49
▪ Arcor.....	49
1. Un modo de ser, una manera de hacer.....	50
▪ Manpower.....	52
1. Construyendo Puentes–hacia un mundo laboral más inclusivo.....	53
• Avances en Responsabilidad Social.....	54
○ “Código R, Portal de las Responsabilidades y el Desarrollo Sustentable”.....	55

CAPÍTULO 3.....	57
• Mendoza y la Responsabilidad Social.....	57
○ VALOS.....	58
▪ Servicios que brinda Valos a sus empresas adheridas.....	59
▪ Ejemplo de alianzas de empresas.....	60
○ La Marchigiana – Red Minetti.....	60
○ Movistar-Fundacion Telefonica.....	61
• Empresas Argentinas en movimiento.....	62
• Programa “Buena cosecha”.....	64
○ Involucrados.....	65
○ Objetivos.....	66
○ Alcance.....	66
○ Financiamiento.....	67
○ Resultados.....	67
○ Iniciativa Privada vs. Iniciativa Pública.....	69
○ Participación de Valos.....	70
Conclusiones.....	71
Bibliografía.....	73
Páginas consultadas.....	73
Declaración jurada.....	76

Introducción

El presente trabajo trata de realizar un acercamiento al concepto de Responsabilidad Social Empresaria, desde las normas ISO (en especial a la Norma 26000 publicada el primero de noviembre del año 2010), hasta su aplicación en la realidad actual, abarcando un panorama global y desagregándolo para ver y comprobar su aplicabilidad en nuestra sociedad.

La elección del tema surgió debido a que en el segundo semestre del año 2010 se presentó la oportunidad de participar de un intercambio estudiantil con la Universidad Nacional del Comahue, y acceder, en calidad de alumno regular, al cursado de la materia Fundamentos de Responsabilidad Social. Durante el desarrollo del cursado se alcanzaron conceptos que si bien en cada materia de la currícula de la carrera Licenciatura en Administración (de la Universidad Nacional de Cuyo) se desarrollan, no logran ahondar en el concepto de Responsabilidad Social Empresaria (de ahora en adelante RSE), sólo logran exponerse temas bajo un punto de vista de ética y compromiso asociado al contenido específico de cada materia.

Este hecho motivó el desarrollo de un informe que permitiera conocer el tema como un concepto individual y con fuerza propia, independiente, pero a la vez intrínsecamente relacionado con cada aspecto de la vida, tanto profesional como personal de cada individuo en particular. La responsabilidad como un valor intangible, individual, y colectivo al momento de integrarse a la estrategia empresarial.

Por los motivos anteriormente expuestos, la investigación estará basada en el desarrollo de la Norma ISO 26000 en específico, pero abarcada desde una perspectiva amplia como lo es la RSE, tema que si bien en Latinoamérica es poco conocido y difícil de implementar, en Europa es tomado seriamente y las compañías internacionales la integran a su estrategia empresarial, comprendiendo a la empresa desde su génesis, ocupando todos los ámbitos de la misma en forma transversal, esto en gran parte debido al alcance e importancia que el nuevo consumidor exige.

Si bien la norma ISO 26000 (de RSE) no es de carácter obligatorio y, como se expondrá más adelante, tampoco certificable por ningún organismo de estandarización, es de gran relevancia su análisis debido a la naturaleza de la misma. ¿Qué tiene de diferente esta norma de las anteriores (expuestas y aplicadas para la estandarización) por el organismo ISO? ¿Por qué un organismo internacional de estandarización como ISO se dedicaría a la realización de una norma para la cual no sólo buscó consentimiento internacional sino también que pidió participación y trabajo en la misma? ¿Por qué tanto esfuerzo de ISO en tiempo, redacción y desarrollo para la realización de una norma por la cual no recibiría ningún rédito?

Estos interrogantes hacen atractivo el estudio de la norma, así como también las bases determinadas para su elaboración y los participantes en el desarrollo de la misma.

Más adelante se orientará la investigación a la aplicación de la RSE en distintos niveles organizacionales así como también en zonas geográficas, organismos internacionales e instituciones autónomas, ya sea en forma intuitiva o racional; buscando responder a diversos cuestionamientos como: ¿Quiénes lo aplican? ¿Hacia quienes va dirigida la norma? ¿Es viable la aplicación de RSE en países de bajos recursos donde deben priorizarse objetivos económicos, sociales y culturales? ¿Y en el caso de nuestra provincia? ¿Existe algún programa de RSE que implemente la norma ISO 26000 aunque sea a través del desarrollo de prácticas responsables? Todo esto tendiente a alcanzar una conclusión basada en la información expuesta.

A continuación se expondrán conceptos, normativas y organismos participantes del desarrollo y aplicación de la ISO 26000, para luego analizar el alcance de la misma y la viabilidad de su aplicación teniendo en cuenta la realidad económica, social y cultural de nuestra sociedad actual.

CAPÍTULO 1

Conceptos

¿Responsabilidad Social Empresaria?

El concepto de Responsabilidad Social deriva de una pauta superior que la abarca, el de Desarrollo Sostenible o Sustentable.

Este concepto fue explayado y discutido en varios contextos políticos internacionales en los años '80, uno de los más importantes fue el Informe Brundtland (que terminó con un Informe Mundial sobre medio ambiente y desarrollo en 1987), también fue tratado en la Cumbre de la Tierra desarrollada en 1992 en el país de Brasil. Pero no fue hasta el año 1999 en el Tratado de Amsterdam de la Comisión Europea, que se logró su definición.

Desarrollo Sostenible (de ahora en adelante DS):

«el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades»¹

Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (Comisión Brundtland)

«Alcanzar a nivel mundial un progreso social, niveles estables de crecimiento económico, ocupación, y de protección medio ambiental y prudente de los recursos naturales»²

Tratado de Amsterdam (Comunidad Europea)

Se trata de un concepto macro que trata de combinar una economía dinámica con una sociedad que ofrezca oportunidades para todos al tiempo que se mejora la productividad de recursos y se desliga el crecimiento de la degradación del medio ambiente.

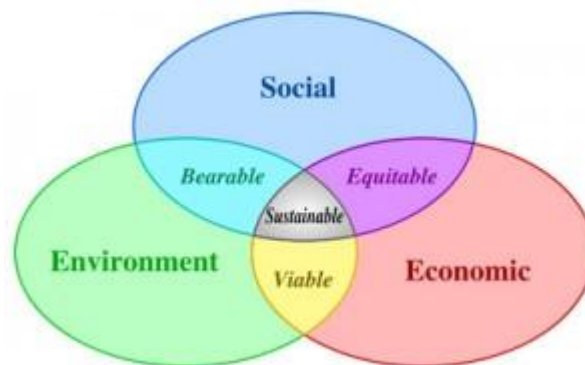
DS integra las esferas de lo económico, lo ambiental y lo social, las cuales guardan una estrecha relación entre sí:

¹ Echarri Prim, Luis: "Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente", Edición electrónica, Ed. Teide . Consultado el 12 de julio de 2011, página web: <http://www.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/14PolEcSoc/140DesSost.htm>, tema 14.

² Morrós Ribera, Jordi; Vidal Martínez, Isabel: "Responsabilidad Social Corporativa (RSC)", Edición ilustrada, Ed. FC; España, 2005, pág 15.

Gráfico N°1:

Triple bottom line



Fuente: <http://jedlangdon.com/2010/07/why-is-customer-experience-vital-for-long-term-sustainability/>³

Bajo esta mirada, a nivel micro, descubrimos a la RSE como una estrategia de la acción privada que busca alcanzar un modelo basado en el DS.

«La Responsabilidad Social Corporativa es una forma de gestión que se define por la empresa ética y transparente con todos los públicos con los *cuales se relaciona, y por el establecimiento de objetivos empresariales que fomenten el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social).*»⁴

Según María Ayelén Hollman ⁵ «esta definición nos permite encontrar un objetivo marcado: regular el fomento de la competitividad de las empresas (factor económico) con el aumento de la cohesión social (mayor ocupación laboral tendiente al pleno empleo de los recursos) y la solidaridad, así como también el respeto del medio ambiente.

³ Disponible en <http://jedlangdon.com/2010/07/why-is-customer-experience-vital-for-long-term-sustainability/> [julio 2011].

⁴ Disponible en <http://www.eumed.net/libros/2008c/436/Concepto%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial.htm> [julio 2011].

⁵ Hollman, María Ayelén. "Impacto de la Empresa en la Sociedad". Fundamentos de la Responsabilidad Social. Universidad Nacional del Comahue. 06, setiembre de 2010

La idea de una sociedad justa donde todos seamos protagonistas en el quehacer cotidiano a través del ejercicio de nuestra responsabilidad, suena utópica y casi irónica, cómo alguien puede ser responsable si no tiene el poder para lograr equidad? Surge así el cuestionamiento obvio: ¿Por qué ser responsables?

La respuesta tiene múltiples implicaciones.

Por un lado el por qué plantea un problema ético individual, nos adentramos en el por qué de las decisiones humanas que muchas veces escapan a valores, respeto y solidaridad, y que consecuentemente, tienen efectos en el entorno que los rodea.

Por otro lado plantea un problema social y como tal implica la responsabilidad de representantes públicos, sociedades y empresas. Las actividades de las organizaciones sociales generan impacto en cada individuo, ya sea directo o indirecto, del tipo social económico o ambiental. Cada organización surge de una necesidad de la sociedad de satisfacer sus necesidades en forma colectiva y como tal, esa organización tiene una obligación de retribución natural debido a que es la misma sociedad quién los provee de recursos naturales, humanos, etc. Entonces la organización nace de la sociedad (origen social), se desarrolla dependiendo de esa sociedad (naturaleza social) y no puede asegurar su futuro en forma aislada de la misma (fin social).

Pero lograr el objetivo de DS a través del ejercicio y respeto de la responsabilidad (individual y colectiva) sigue siendo difícil. La forma de lograrlo es dirigiéndose al génesis. En cada individuo el factor clave será su educación, internalizando valores, respeto, integridad, solidaridad; para el logro, más tarde, de una cultura social. Del mismo modo, cada organización (ya sea con o sin fines de lucro), deberá desarrollar una cultura organizacional acorde, que atraviese a la organización en forma transversal, desde la formulación de la visión y misión de la misma; apuntando a que cada persona que forma parte de la organización sea responsable socialmente.

Así abandonamos el por qué de la responsabilidad para llegar al para qué de la misma. Si una sociedad es responsable socialmente logra:

- *Sostenibilidad: el equilibrio (triple bottom line), entre lo económico, social y medioambiental, esto busca el logro de una hermandad intergeneracional.*
- *Capital social: hombres y mujeres dignos, que miden el peso del efecto de sus decisiones por respeto a las cualidades humanas.*

El efecto multiplicador a favor del logro de objetivos de desarrollo mundiales sólo funciona si cada uno aporta su granito de arena, si cada persona asume sus derechos como sus responsabilidades y exige en retorno lo mismo. Si, la idea de una sociedad justa es difícil, la idea de un equilibrio que busca la solidaridad intergeneracional puede provocar varios dolores de cabeza, pero si es posible, solo hace falta trabajo para llevarlo del plano de lo idea al de la acción.»



La International Standards for Business, Government and Society explica en su página oficial⁶ respecto a su organización (consultada por última vez en el mes de julio de 2011):

ISO (Organización Internacional de Normalización) es el mayor desarrollador mundial y editor de las normas internacionales.

ISO es una red de institutos de estándares nacionales de 162 países, un miembro por país, con una Secretaría Central en Ginebra, Suiza, que coordina el sistema.

ISO es una organización no gubernamental que forma un puente entre los sectores público y privado. Por un lado, muchos de sus institutos miembros forman parte de la estructura gubernamental de sus países, o están obligados por su gobierno. Por otra parte, otros miembros tienen sus raíces únicamente en el sector privado, habiendo sido

⁶ Disponible en <http://www.iso.org/iso/about.htm> [julio 2011].

creada por las asociaciones nacionales de las asociaciones de la industria.

Por lo tanto, la norma ISO permite a un consenso para llegar a soluciones que satisfagan tanto las necesidades de negocio y las necesidades más amplias de la sociedad.

«Es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica. La ISO es una organización no gubernamental establecida en 1947. La misión de la ISO es promover el desarrollo de la estandarización y las actividades con ella relacionada en el mundo con la mira en facilitar el intercambio de servicios y bienes, y para promover la cooperación en la esfera de lo intelectual, científico, tecnológico y económico.»⁷

Podemos encontrar varios sitios de Internet dedicados a dar una comprensión ampliada del concepto de esta organización, debido a su conocida influencia y asombrosa cantidad de países y organismos miembros. Para el caso de Wikipedia, el sitio explica el trabajo de ISO de la siguiente manera:

Las normas desarrolladas por ISO son voluntarias, comprendiendo que ISO es un organismo no gubernamental y no depende de ningún otro organismo internacional, por lo tanto, no tiene autoridad para imponer sus normas a ningún país. El contenido de los estándares está protegido por derechos de copyright y para acceder ellos el público corriente debe comprar cada documento, que se valoran en francos suizos (CHF).

Está compuesta por representantes de los organismos de normalización (ON) nacionales, que produce normas internacionales industriales y comerciales. Dichas normas se conocen como normas ISO y su finalidad es la coordinación de las normas nacionales, en consonancia con el Acta Final de la Organización Mundial del Comercio, con el propósito de facilitar el comercio, el intercambio de información y contribuir con normas comunes al desarrollo y a la transferencia de tecnologías.

La Organización ISO está compuesta por tres tipos de miembros:

⁷ Disponible en <http://www.ecured.cu/index.php/ISO>, [julio 2011].

- ✘ Miembros simples, uno por país, recayendo la representación en el organismo nacional más representativo.
- ✘ Miembros correspondientes, de los organismos de países en vías de desarrollo y que todavía no poseen un comité nacional de normalización. No toman parte activa en el proceso de normalización pero están puntualmente informados acerca de los trabajos que les interesen.
- ✘ Miembros suscritos, países con reducidas economías a los que se les exige el pago de tasas menores que a los correspondientes.⁸

Para el caso de Argentina el organismo nacional de normalización se llama *IRAM* (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, originalmente llamado Instituto Argentino de Racionalización de Materiales).

«Se trata de una asociación civil sin fines de lucro cuyos orígenes se remontan al 2 de mayo de 1935. Fue el primer organismo de normalización en América Latina.

Las actividades del IRAM podrían englobarse dentro de cuatro apartados básicos. Los mismos son normalización, certificación, capacitación y documentación. Tiene convenios con distintos organismos internacionales, y con universidades. Desde el año 2003 es miembro de ITSIG (Information Technology Strategies Implementation Group) de la ISO.

Es miembro pleno de IQNET (organismo internacional de certificación) desde 1998, y desde el año 2000 forma parte de su Consejo Directivo. Por otra parte, es miembro representante de la ISO (International Organization for Standardization) en Argentina.»⁹

⁸ Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Internacional_para_la_Estandarizaci%C3%B3n#Estructura_de_la_organizaci.C3.B3n [julio 2011].

⁹ Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Argentino_de_Normalizaci%C3%B3n_y_Certificaci%C3%B3n, [julio 2011].

Principales normas ISO

«ISO ha desarrollado más de 18 500 normas internacionales en una variedad de temas y más de 1100 nuevas normas ISO se publican cada año. La totalidad de los ámbitos técnicos se desprende de las normas de cotización internacional. Los usuarios pueden ver que la inclusión de encontrar información bibliográfica de cada norma y, en muchos casos, un breve resumen. La línea de Normas ISO lista integra catálogo de la ISO de normas y el programa de Técnico de la ISO de normas en fase de desarrollo.»¹⁰

Entre las normas más conocidas en nuestro país se encuentran¹¹:

ISO 9000 — Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario

ISO 9001 — Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos

ISO 9004 — Sistemas de Gestión de la Calidad – Directrices para la mejora del desempeño

ISO 14000 — Estándares de Gestión Medioambiental en entornos de producción

ISO 22000 — Inocuidad en alimentos

ISO 26000 – Responsabilidad Social (de las organizaciones)

ISO 26000

Esta norma trata de ser una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

Para la determinación de la misma se designó a un Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS por sus siglas en inglés) y por la Asociación Brasileña de Normalización

¹⁰ Disponible en http://www.alttosgroup.com/index.php?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=282, [julio 2011].

¹¹ Ver Anexo 1: Listado de Normas ISO.

Técnica (ABNT) la tarea de elaborarla. Finalmente se ha publicado la norma en noviembre de 2010.

¿Qué es la ISO 26000?



ISO 26000 es una Norma Internacional ISO de orientación que trata sobre Responsabilidad Social. Fue diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, en los sectores público y privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. Se les ayudará en su esfuerzo por trabajar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.

« Establece recomendaciones para que empresas y organizaciones de todo el mundo puedan implantar la Responsabilidad Social (RS).

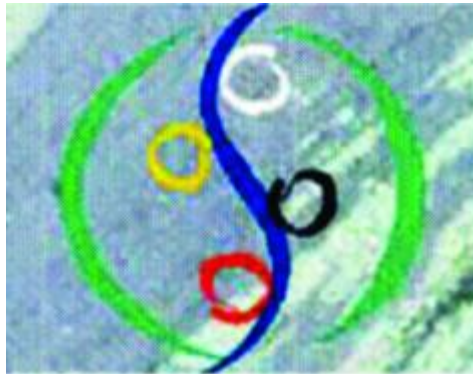
El documento es fruto del consenso mundial, en unos trabajos en los que han participado 450 expertos y 210 observadores de un centenar de países durante los últimos cinco años.

ISO 26000 es una norma voluntaria que ofrece orientaciones sobre definiciones, principios y materiales fundamentales de RS. La norma de Responsabilidad Social no será certificable, puesto que no establece requisitos para desarrollar un sistema de gestión sino recomendaciones.

Las normas técnicas contienen la experiencia de primeros expertos en cada materia, se elaboran con la participación de todas las partes implicadas y son fruto del consenso.»¹²

¹²Disponible en <http://www.expoknews.com/2010/11/01/la-norma-iso-26000-de-responsabilidad-social-se-publica-hoy/>, [julio 2011].

Explicación del logo



En verde, la tierra o el cosmos. En azul, la división de acuerdo al Yin y Yang. Al mismo tiempo son los brazos unidos de personas vistas desde arriba. Los cuatro círculos representan las cuatro "razas" principales de la humanidad y un recordatorio dentro del Ying y Yang dentro de cada uno. El fondo, algo que fluye. Esto significa que nada es para siempre, todo debe reconsiderarse una y otra vez.¹³

Antecedentes

El Boletín Informativo de la IRAM en junio del año 2006 expuso los antecedentes históricos de desarrollo de la norma internacional de la siguiente manera: ¹⁴

Un nuevo Grupo de Trabajo, para dar cumplimiento a las tareas del desarrollo de una Norma Internacional sobre Responsabilidad Social, fue creado en septiembre de 2004 por el Consejo de Gestión Técnica de ISO (ISO/TMB), al cuál el WG responde directamente.

Los antecedentes históricos son los siguientes:

2000 Un número creciente de consumidores expresan su preocupación respecto a la integridad social de las corporaciones y sus operaciones en un mercado globalizado. En junio de 2000, el Comité sobre Políticas de Consumidores de ISO (ISO/COPOLCO) organizó un taller, cuyo anfitrión fue la Oficina de Normas de Trinidad y Tobago (TTBS), en Puerto España, sobre el tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) - Conceptos y soluciones.

¹³ Página consultada

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf
[julio, 2011].

¹⁴ Idem 14.

2001 En mayo de 2001, ISO/COPOLCO comenzó un estudio de factibilidad sobre normas para la Responsabilidad Social corporativa y lanza un foro en línea para recoger las visiones de los grupos de interés. El foro tenía por objeto facilitar la discusión mundial sobre el posible rol de las normas en la definición de los elementos de la Responsabilidad Social corporativa. Se diseñó para proporcionar un mecanismo para aumentar la conciencia al respecto y promover una discusión constructiva sobre iniciativas nuevas y existentes de RSC, y su importancia para proyectos de normas existentes o potenciales.

2002 En septiembre de 2002, ISO/TMB estableció un Grupo Consultivo Estratégico multi-stakeholder, para explorar adicionalmente, si ISO debiera o no embarcarse en el desarrollo de una norma sobre RSC.

2003 En febrero de 2003, el Grupo Consultivo Estratégico, establecido por el TMB para analizar la posibilidad de que el trabajo de normalización de ISO agregara valor a los programas ya existentes en el rango de temas que se incluyen en el alcance de lo que denominamos "Responsabilidad Social Corporativa", presentó sus recomendaciones a ISO. Una de las recomendaciones que el grupo expuso, fue que cualquier trabajo realizado por ISO, debería apuntar, no sólo a la responsabilidad social de las corporaciones de negocios, sino a todo tipo de organizaciones. Como resultado de ello, cualquier posible recomendación de ISO sobre RS, debería hacer referencia a cualquier tipo de organización.

2004 En abril de 2004, el Grupo Consultivo Estratégico, presentó un extenso informe y recomendaciones finales, que incluía una visión general de las iniciativas de responsabilidad social a nivel mundial y se identificaron los temas que ISO debía tomar en consideración.

En junio de 2004, ISO celebró una conferencia sobre Responsabilidad Social, organizada por el Instituto Sueco de Normas (SIS), en Estocolmo, Suecia. La conferencia atrajo a 355 participantes de 66 países, incluyendo 33 países en desarrollo, representando los principales grupos de interés: negocios, gobierno, trabajadores, consumidores y organizaciones no gubernamentales. En la conferencia se discutió sobre si ISO debería asumir el trabajo sobre la responsabilidad social de las organizaciones, y si era así, de qué manera se

debería hacer. La decisión favorable al desarrollo de una norma ISO guía sobre RS, fue tomada por el ISO/TMB en su reunión, posterior a la conferencia, los días 24 y 25 de junio de 2004. En su reunión, el TMB concluyó, sobre la base de la respuesta favorable y consistente obtenida de la conferencia, que un estudio de viabilidad adicional era innecesario y que el trabajo en RS debería emprenderse inmediatamente. Aceptó las recomendaciones del Grupo Consultivo Estratégico y las reunieron en su resolución 35/2004 para comenzar el trabajo de ISO sobre RS.

A los organismos nacionales miembros de ISO, se les solicitó que presentaran candidatos para la secretaría y un liderazgo compartido del Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social de ISO, uniendo a países en desarrollo y desarrollados. En Septiembre de 2004, las tareas de secretaría fueron entregadas a los organismos nacionales de normalización de Brasil (ABNT) y de Suecia (SIS).

En octubre de 2004, ISO distribuyó una Propuesta de Nuevo Item de Trabajo (NWIP) para el desarrollo de una norma de RS a sus organismos miembros con un período de votación de tres meses. La propuesta sería aceptada si se aprobaba por mayoría simple de los miembros votantes, y si se obtenía el compromiso de al menos cinco miembros para participar activamente en el trabajo.

2005 En enero de 2005, la votación de la Propuesta para Nuevo Item de Trabajo finalizó con una amplia mayoría a favor del desarrollo de una norma de Responsabilidad Social

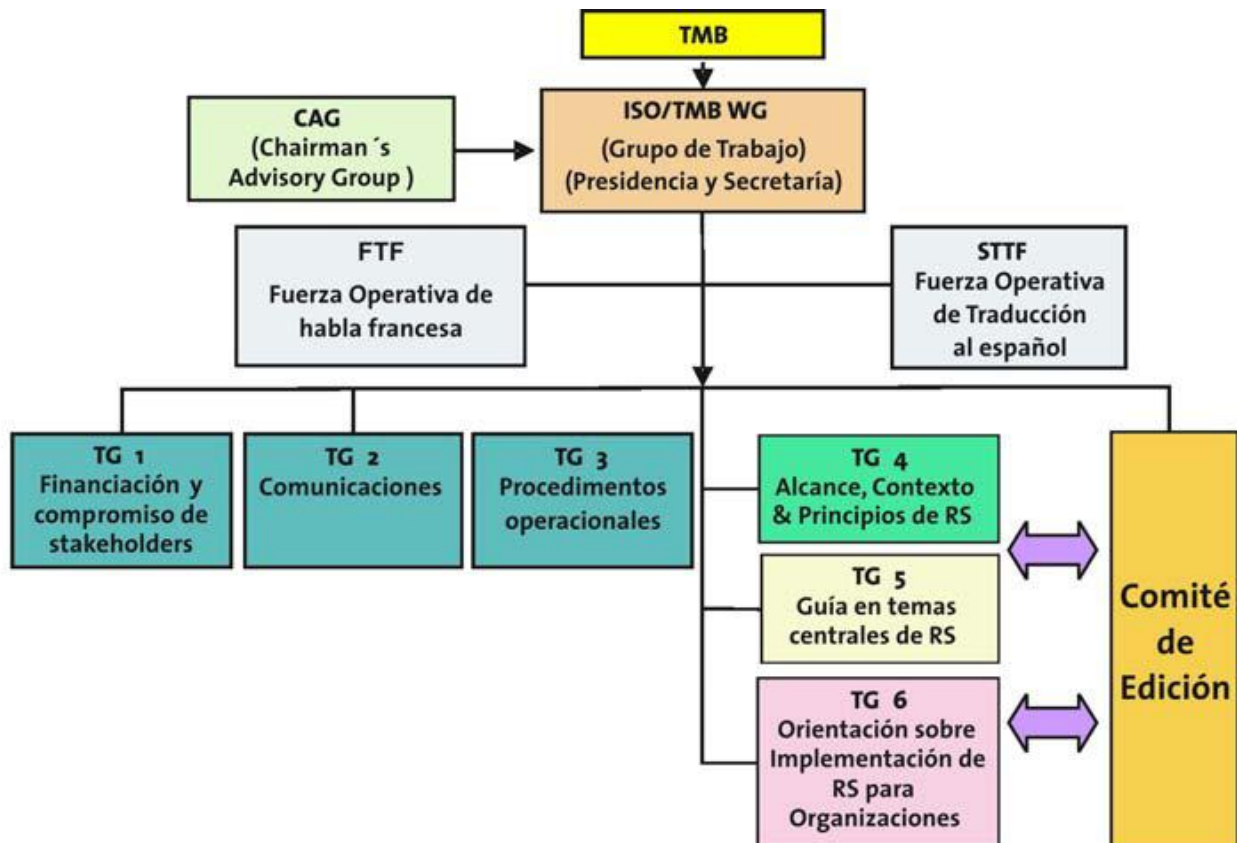
2010 En mayo se dio la etapa 4 en el 8ª reunión del plenario en Dinamarca, en esta etapa se vio el borrador del estándar internacional (DIS). Para el día 12 Julio se tenía el borrador final del Estándar Internacional (FDIS) cuya votación fue el 12 de septiembre con un 93% positivo. El 1 de Noviembre se publicó la ISO 26000 en tres idiomas: inglés, francés y español. ¹⁵

¹⁵ Disponible en <http://www.codesarrollo.org.co/2010copia/memorias/icontec.pdf>, [julio 2011].

Estructura organizacional del Grupo de Trabajo¹⁶

La estructura organizacional se revisó en la reunión de Bangkok, en septiembre de 2005.

Gráfico N° 2:



Fuente:

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf

¹⁶ Disponible en

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf, [julio 2011].

¹⁸ Disponible en

http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/04_organization/org_str.html, [julio 2011].

REUNIONES DEL WG RS¹⁷

1ª Reunión: 7-11 de marzo de 2005, en Salvador, Brasil

2ª Reunión: 26-30 de septiembre de 2005, Bangkok, Tailandia. Siendo los anfitriones, de manera conjunta, el Instituto Tailandés de Normas Industriales (TISI) y el Comité Japonés de Normas Industriales (JISC).

3ª Reunión: marzo de 2006

4ª Reunión: septiembre de 2006

5ª Reunión: febrero de 2007

6ª Reunión: septiembre / octubre de 2007

¿Por qué es importante ISO 26000?

«Un negocio sostenible para las organizaciones significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, haciéndolo sin poner en peligro el medio ambiente, sino también funcionar de una manera socialmente responsable.»

La presión para hacerlo proviene de los clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general. Al mismo tiempo, los líderes de las organizaciones con visión de futuro reconocen que el éxito duradero debe basarse en prácticas de negocio creíble y la prevención de actividades fraudulentas tales como la contabilidad y la explotación laboral.

Por un lado, ha habido una serie de declaraciones de alto nivel de principios relacionados con la RS y, por otra parte, hay muchos programas de RS e iniciativas individuales. El desafío es cómo poner en práctica los principios y la forma de aplicar la RS eficaz y eficientemente cuando incluso la comprensión de lo que es la "responsabilidad social" puede variar de un programa a otro. Además, las iniciativas anteriores han tendido a centrarse en "responsabilidad social corporativa", mientras que la ISO 26000 proporcionará una guía de RS no

sólo para las organizaciones empresariales, sino también para las organizaciones del sector público de todo tipo.

La experiencia de ISO es el desarrollo armonizado de acuerdos internacionales basados en dos niveles de consenso entre las principales categorías de las partes interesadas, y entre los países (ISO es una red de organismos nacionales de normalización de 163 países).

ISO 26000 debe servir para aglutinar una comprensión global relevante de lo que es la responsabilidad social y lo que las organizaciones tienen que hacer para operar de una manera socialmente responsable. »¹⁸

¿Qué contiene la norma ISO 26000?

«El contenido de la norma ISO 26000 está estructurado de la siguiente manera:

- Prologo.*
- Introducción.*
- 1-Objeto y campo de aplicación.*
- 2-Términos y definiciones.*
- 3-Comprender la responsabilidad social.*
- 4-Principios de responsabilidad social.*
- 5-Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con partes interesadas.*
- 6-Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social.*
- 7-Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización.*
- Anexo A -Ejemplos de iniciativas voluntarias y herramientas para la responsabilidad.*
- Anexo B – Abreviaturas.*
- Bibliografía.*

La orientación proporcionada en estas secciones está destinada a ser clara y comprensible, incluso para los no especialistas, así como objetivos; y aplicables a todo tipo de organizaciones, incluidas las empresas grandes y las pequeñas y

¹⁸ Disponible en http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_VISION_GENERAL_DEL_PROYECTO_ISO_26000.pdf, [julio 2011].

medianas empresas, administraciones públicas y organizaciones no gubernamentales.»¹⁹



Reconociendo la importancia de asegurar una participación balanceada en el desarrollo de las normas de RS, el ISO/TMB especifica que la representación en el ISO/TMB/WG RS debe ser organizada dentro de seis categorías de stakeholders.²⁰

El Boletín Informativo de la IRAM en junio del año 2006 continuó exponiendo las categorías de stakeholders de la siguiente manera:

1. **«CONSUMIDORES:** *Un miembro de la categoría de stakeholders consumidores, es un representante de una organización de consumidores, la cuál se define como:*

a. **Una organización independiente que:**

- i. *Se dedica a los intereses de los consumidores, antes que otras organizaciones o el gobierno*
- ii. *Sea sin fines de lucro*
- iii. *No esté involucrada en el fomento de intereses comerciales, aunque puede participar en actividades comerciales relacionadas con el proveer de información al consumidor y para promover su propio trabajo.*
- iv. *No estar afiliada a ningún partido político.*

b. **Una organización o agencia que sea activa en asuntos relacionados a los consumidores.** *Esta organización o agencia puede estar especializada en una temática de consumidores en*

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Disponible en

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf, [julio 2011].

particular, como por ejemplo, estándares, legislación o protección de los consumidores.

2. GOBIERNO: *Un individuo seleccionado formalmente por una organización gubernamental o intergubernamental, para representarla.*

- En la mayoría de los casos, este individuo será un funcionario a sueldo, aunque es posible que una organización gubernamental o intergubernamental seleccione a alguien de fuera del gobierno (por ejemplo, un académico), para representar a una organización gubernamental.

- Bajo esta definición, los gobiernos pueden nominar a un organismo nacional de normalización para representarlos.

"Gobierno" incluye a cualquier organismo del sector público, tanto si opera a nivel local, nacional, regional o internacional. Los organismos del sector público pueden ser departamentos, una comisión independiente, un consejo, una agencia, una oficina, propia del gobierno o una corporación controlada del gobierno.

3. INDUSTRIA: *El grupo de stakeholders industria incluye a representantes de empresas que manufacturen productos o entreguen servicios y persigan, primariamente, intereses comerciales. Este grupo incluye a empresas de soporte como las de suministro de energía y agua, bancos, comunicaciones, compañías de seguros o transporte. Estas empresas son de cualquier tamaño y tipo legal, y pueden operar a un nivel local, regional o internacional.*

La industria también incluye a las organizaciones de empleadores, asociaciones de negocios, organizaciones especiales de la industria y asociaciones de comercio, que representen a varias industrias a nivel nacional, regional o internacional.

Se excluyen las empresas u otras organizaciones que ofrecen servicios relacionados con la normalización, incluyendo certificación, registro,

acreditación y servicios relacionados a consultorías (servicios SRI), que posean un conflicto de intereses inherente. Consultorías en general o servicios de asesoría, también se excluyen, a menos que hayan sido mantenidas con el propósito de representar a empresas u organizaciones de empleadores en el proceso de ISO/TMB/WG RS, o hayan sido nominados representantes de la industria por su organismo nacional de normalización.

4. **TRABAJADORES:** Esta categoría fue creada para los trabajadores como stakeholders, y debe, por tanto, sólo incluir a personas designadas por organizaciones independientes representantes de trabajadores. Esto quiere decir que no se pueden incluir a personas o representantes de organizaciones que se encarguen de asuntos laborales o relacionados al lugar de trabajo, pero que no representen a los trabajadores, tampoco a personas de los departamentos de recursos humanos de las compañías, de empresas que entreguen servicios o asesorías relacionadas con lo laboral, o de ONGs que se encarguen de temas laborales o relacionados con el lugar de trabajo. Obviamente, también se excluyen los representantes de organizaciones establecidas, o efectivamente controladas por empleadores, industrias o gobiernos, en cualquier caso.

La Convención 135 de la OIT, define a los representantes de los trabajadores como "... personas que son reconocidas como tales, bajo la legislación o práctica nacional, tanto si son -(a) representantes de sindicatos, a saber, representantes designados o elegidos por el sindicato o por miembros de estos sindicatos; o (b) representantes elegidos, a saber, representantes que fueron libremente elegidos por los trabajadores de la empresa, de acuerdo a lo previsto en la legislación nacional, o en regulaciones, o en los acuerdos colectivos, y cuyas funciones no incluyen actividades que son reconocidas como prerrogativas exclusivas de los sindicatos en el país que le concierne". Esta definición entrega la base para el entendimiento a nivel internacional de lo que constituyen organizaciones genuinas de trabajadores (usualmente referidas de forma colectiva, como sindicatos) en cualquier país o situación específica. Los organismos nacionales de normalización deben invitar a las organizaciones de

trabajadores más representativas, para que nombren a un experto. Cuando el organismo nacional de normalización esté en duda, se debe consultar a CIOSL o a OIT. Si se consulta con OIT, se aplicarán los procedimientos para reconocer delegados utilizados para las conferencias internacionales de trabajo.

5. **ONG:** *Una asociación de individuos u organización sin fines de lucro, que posea objetivos de interés público, relacionados con el tema de la Responsabilidad Social, o a cualquiera de los asuntos que la componen. Se debe considerar la siguiente línea base:*

- La misión de la ONG, no debe ser el desarrollo de estándares, o la entrega de servicios relacionados a ello;*
- La ONG no debe representar los intereses específicos del gobierno, la industria, los sindicatos o grupos de consumidores; y*
- Subvenciones o cuotas de miembros de, o servicios basados en pagos para, organizaciones con fines de lucro, no deben ser una parte importante del financiamiento total de la ONG, o comprometer la autonomía de su administración.*

Información a ser entregada por los miembros de la Categoría de Stakeholder ONG

Toda organización participante en el grupo de ONGs, debe entregar la siguiente información, la que estará disponible para todos los miembros del grupo de ONGs:

- Pruebas de que es una institución de beneficencia/ sin fines de lucro*
- Declaración de mandato/objetivos públicamente disponible (por ejemplo en un sitio web)*
- Estructura de la administración, incluyendo número de socios y afiliación del consejo de miembros*
- Fuentes de financiamiento, incluyendo, una aproximación de qué porcentaje del total del financiamiento deriva de subvenciones o cuotas*

de miembros de, o servicios basados en pagos para, organizaciones con fines de lucro.

6. SERVICIOS, APOYO, INVESTIGACIÓN Y OTROS: *Organizaciones e individuos, que no pertenezcan a otras categorías de stakeholders, que busquen un entendimiento avanzado de la RS a través de la educación, la formación, los estudios académicos y la investigación.*

Organizaciones e individuos, que no pertenezcan a otras categorías de stakeholders, que desarrollen normas voluntarias, códigos de práctica y herramientas relacionadas con la RS.

Organizaciones e individuos, que no pertenezcan a otras categorías de stakeholders, que provean servicios relacionados a la implementación y apoyo para actividades de RS. »²¹

¿Qué beneficios se pueden lograr implementando la ISO 26000?

«La percepción y la realidad del desempeño de una organización sobre la responsabilidad social pueden influir, entre otras cosas en:

- Su ventaja competitiva;*
- Su reputación;*
- Su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios;*
- Mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados;*
- La percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera, y*
- Sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera.*

²¹ Disponible en

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf, [julio 2011].

¿Quiénes pueden beneficiarse de la ISO 26000 y cómo?

ISO 26000 proporciona una guía para todo tipo de organización, independientemente de su tamaño o ubicación, sobre:

- 1. Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social;*
- 2. Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social;*
- 3. Principios y prácticas relacionadas con la responsabilidad social;*
- 4. Materias fundamentales y asuntos relacionadas con la responsabilidad social;*
- 5. Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y, a través de sus políticas y prácticas relacionadas, dentro de su esfera de influencia;*
- 6. Identificación e involucramiento con las partes interesadas, y*
- 7. Comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionados con la responsabilidad social.*

ISO 26000 tiene por objeto ayudar a las organizaciones a contribuir con el desarrollo sostenible. Su objetivo es animarlas a ir más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Su objetivo es promover un entendimiento común en el ámbito de la responsabilidad social, y complementar otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social, no de reemplazarlos.

En la aplicación de la ISO 26000, es recomendable que una organización tenga en cuenta la sociedad, la diversidad medioambiental, jurídica, cultural, política y organizativa, así como las diferencias en las condiciones económicas, mientras que está siendo compatible con las normas internacionales de comportamiento.

¿Puede certificarse?

ISO 26000 no es una norma de sistema de gestión. No tiene la intención ni es apropiada para efectos de certificación, o uso regulatorio o contractual. Cualquier oferta para certificar, o declaraciones de estar certificado, con la norma ISO

26000 sería una tergiversación de la intención y propósito y una desviación de esta norma internacional. Como la ISO 26000 no establece requisitos, cualquier certificación, no sería una demostración de la conformidad con esta Norma Internacional. »²²

Esquema de la ISO 26000²³

«Capítulo 1: Objeto y campo de aplicación.

Define los contenidos que cubre esta Norma Internacional e identifica cualquier limitación o exclusión.

Capítulo 2: Términos y definiciones.

Identifica y proporciona el significado de los términos clave utilizados en esta Norma Internacional. Estos términos son de importancia fundamental para el entendimiento de la responsabilidad social y la utilización de la Norma Internacional.

Capítulo 3: Entendiendo la responsabilidad social.

Describe los factores, condiciones y temas importantes que han influido en el desarrollo de la responsabilidad social y que continúan afectando su naturaleza y práctica. Además, describe el propio concepto de responsabilidad social – lo que significa y cómo se aplica a las organizaciones. El capítulo incluye una orientación para las organizaciones pequeñas y medianas sobre el uso de esta Norma Internacional.

Capítulo 4: Principios de responsabilidad social.

Introduce y explica los principios de la responsabilidad social.

Capítulo 5: Reconociendo la responsabilidad social

²² Disponible en http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_DESCUBRIENDO_LA_ISO_26000.pdf, [julio 2011].

²³ Ibidem.

Aborda dos prácticas de la responsabilidad social: el reconocimiento de una organización de su responsabilidad social y la identificación e involucramiento de sus partes interesadas.

Capítulo 6: *Guía en materias fundamentales de responsabilidad social.*

Explica las materias fundamentales y los temas asociados a la responsabilidad social (ver la Tabla 2). Para cada materia fundamental, se proporciona información sobre su alcance, su relación con la responsabilidad social, los principios y consideraciones pertinentes, y las acciones y expectativas relacionadas.

Capítulo 7: *Guía sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización.*

Proporciona orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una organización.

Anexo A: *Iniciativas voluntarias en materia de responsabilidad social. Presenta una lista de las iniciativas voluntarias existentes en materia de responsabilidad social.*

Anexo B: *Abreviaturas. Presenta una lista de las abreviaturas utilizadas en esta Norma Internacional.*

Bibliografía: *Incluye referencias a los instrumentos internacionales autorizados y Normas ISO que han sido referenciados en el cuerpo de esta Norma Internacional como fuente de investigación.»*

¿Qué contiene específicamente la ISO 26000?

«ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social definidas en la norma y retratadas en el siguiente gráfico. Las cifras se refieren a las cláusulas correspondientes de la norma.»²⁴

²⁴ Disponible en http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_DESCUBRIENDO_LA_ISO_26000.pdf, [julio 2011].

Gráfico N° 3

Las siete materias fundamentales de la responsabilidad social



Fuente:

http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-1_DESCUBRIENDO_LA_ISO_26000.pdf²⁵

Una aproximación al contenido de la norma ISO 26000

Materias y temas fundamentales

El Centro de Información del Comportamiento Empresarial de México expone en su sitio web²⁶ las materias fundamentales de la Responsabilidad Social reveladas en la norma ISO 26000 en su cláusula 6:

«La Norma ISO 26000 contiene siete principios fundamentales: respeto a normas internacionalmente reconocidas; estado de derecho (cumplimiento de las leyes); reconocimiento de los derechos de los stakeholders; rendición de cuentas; transparencia; comportamiento ético y respeto por los de derechos humanos. Estos principios fincan el marco de referencia para evaluar las acciones y decisiones de las organizaciones en siete esferas de acción que se denominan materias (o temas) fundamentales y que son los siguientes:

²⁵ Ibídem.

²⁶ Disponible en <http://www.cicemexico.org.mx/?q=responsabilidad-social-iso260000>, [julio 2011].

1. **Gobernabilidad de la organización.** Aquí se hace referencia al sistema mediante el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. Los sistemas de gobernanza varían dependiendo del tamaño y tipo de organización y del contexto ambiental, económico, político, cultural y social en el que opera. Una organización que se plantea ser socialmente responsable posee un sistema de toma de decisiones que está diseñado para poner en práctica los principios de RS ya mencionados.

2. **Prácticas justas de operación.** Estas prácticas se relacionan con la conducta ética en los tratos que una organización hace con otras organizaciones. Incluyen las relaciones entre organizaciones y agencias gubernamentales, así como entre organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, competidores y las asociaciones de las cuales son miembros. Los temas relacionados con las prácticas justas de operación se dan en los ámbitos de anticorrupción; participación responsable en la esfera pública; competencia justa; promoción de la responsabilidad social en las relaciones con otras organizaciones y respeto a los derechos de la propiedad.

3. **Medio ambiente.** Ante los problemas ambientales que actualmente enfrenta la sociedad internacional (sobreexplotación de recursos naturales, contaminación, cambio climático, pérdida de especies, etc.), la responsabilidad de las organizaciones con el medio ambiente es una condición para la supervivencia y prosperidad de los seres humanos. Los principios que toda organización debiera observar en esta materia es la responsabilidad ambiental, el enfoque precautorio, la gestión de riesgos ambientales y "el que contamina paga". Para disminuir su impacto sobre el medio ambiente, las organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere la manera más amplia las consecuencias económicas, sociales y ambientales de sus decisiones y actividades.

4. **Derechos humanos.** Los derechos humanos son los derechos básicos que todas las personas tienen la facultad de exigir. Son inherentes porque pertenecen a todas las personas; inalienables porque las personas no pueden renunciar a ellos o ser despojados de ellos por los gobiernos o cualquier otra institución; son universales porque son aplicables a todas las personas independientemente de su condición; son indivisibles ya que ninguno de los derechos humanos puede ignorarse selectivamente y son interdependientes, porque el cumplimiento de un derecho contribuye al cumplimiento de otros derechos. Se reconoce ampliamente que las organizaciones pueden vulnerar los derechos humanos de las personas y por eso tienen el deber de respetarlos. Los temas contenidos en este apartado son: debida diligencia, situaciones de riesgo para los derechos humanos, evasión de la complicidad, resolución de conflictos,

discriminación y grupos vulnerables, derechos civiles y políticos, derechos económicos, sociales y culturales y derechos fundamentales en el trabajo.

5. Prácticas laborales. *Las prácticas laborales de una organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que realiza dentro, por y en nombre de la organización. Estas prácticas laborales incluyen contratación y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios y de resolución de conflictos; transparencia, capacitación y desarrollo de habilidades; salud, seguridad e higiene en el trabajo y cualquier política o práctica que afecte las condiciones de trabajo, en particular la jornada laboral y la remuneración, el reconocimiento de las organizaciones de trabajadores y la representación y participación, tanto de organizaciones de trabajadores como de empleadores, en negociaciones colectivas, diálogos sociales y consultas tripartas. Las prácticas laborales responsables desde un punto de vista social son esenciales para obtener justicia y la estabilidad social.*

6. Tema de consumidores. *Las organizaciones que proporcionan productos o servicios a personas consumidoras y clientes tienen responsabilidades hacia ellos. Entre ellas se incluyen brindar educación e información precisa y verídica, usar procesos de mercadotecnia y contratación justas, transparentes, útiles y promover el consumo sostenible. Los asuntos de consumidores relativos a la responsabilidad social están relacionados con las prácticas justas de mercadotecnia, la protección de la salud y la seguridad, el consumo sostenible, la resolución de disputas e indemnización, la protección y privacidad de la información, el acceso a productos y servicios esenciales y la educación.*

7. Involucramiento de la comunidad y desarrollo social. *Es ampliamente aceptado que las organizaciones deberían tener una relación con las comunidades en las que operan. Las áreas clave del desarrollo de la comunidad a las que puede contribuir una organización incluyen la creación de empleo mediante la ampliación y diversificación de las actividades económicas y el desarrollo tecnológico. También puede contribuir a través de las inversiones sociales en la generación de riquezas e ingresos mediante iniciativas para el desarrollo económico local, la ampliación de programas de educación y desarrollo de habilidades, la preservación cultural y proporcionar a la comunidad servicios de salud. Es importante mencionar que el desarrollo es entendido como el mejoramiento de la calidad de vida de una población y va mucho más allá que la filantropía.»*



¿Cómo puede aplicar una organización la ISO 26000?

«Después de considerar las características de la responsabilidad social y su relación con el desarrollo sostenible (Capítulo 3), se sugiere que una organización revise los principios de responsabilidad social descritos en el Capítulo 4. Al practicar la responsabilidad social, las organizaciones deben respetar y direccionar estos principios, junto con los principios específicos de cada materia fundamental (Capítulo 6). Antes de analizar las materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social, así como cada una de las acciones y expectativas (Capítulo 6), una organización debe considerar dos prácticas fundamentales de la responsabilidad social: el reconocimiento de su responsabilidad social dentro de su esfera de influencia, y la identificación y compromiso con sus grupos de interés (Capítulo 5).

Una vez que los principios se han entendido, y las materias fundamentales y temas relevantes y significativos de la responsabilidad social se han identificado, una organización debe tratar de integrar la responsabilidad social en sus decisiones y actividades, con la orientación proporcionada en el Capítulo 7.

Se trata de prácticas tales como: integrar la responsabilidad social a sus políticas, cultura organizacional, estrategias y operaciones; crear competencia interna para la responsabilidad social; encargarse de comunicar interna y externamente sobre la responsabilidad social; y examinar periódicamente las acciones y prácticas relacionadas con la responsabilidad social.

Una mayor orientación sobre las materias fundamentales y prácticas de integración de la responsabilidad social está disponible de fuentes autorizadas (Bibliografía) y de varias iniciativas voluntarias y herramientas (algunos ejemplos mundiales se presentan en el Anexo A).

Cuando se acerque y practique responsabilidad social, el objetivo general de una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible.»²⁷

Orientación de la ISO 26000

«La orientación en la norma ISO 26000 se basa en las mejores prácticas desarrolladas por las iniciativas existentes RS en el sector público y privado. Es coherente y complementaria a las declaraciones y convenciones pertinentes de las Naciones Unidas y sus mandantes, en particular la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con el que la ISO ha establecido un Memorando de Entendimiento (MoU) para garantizar la coherencia con las normas laborales de la OIT. ISO también ha firmado memorandos de entendimiento con las Naciones Unidas Oficina del Pacto Mundial (UNGCO) y con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para mejorar su cooperación en el desarrollo de la norma ISO 26000.

La Norma ISO 26000 fue construida en una integración de expertos internacionales sobre la responsabilidad social – lo que significa, que lo que expresa es lo que necesita una organización para operar de una manera socialmente responsable, y para decidir cuál es lo más conveniente en la aplicación de SR. ISO 26000 será una herramienta poderosa SR para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones.»²⁸

¿Quién ha desarrollado la norma ISO 26000?

«Los miembros de la ISO / WG SR fue el más grande y la más amplia base, en términos de representación de los actores de un solo grupo formado para desarrollar un estándar ISO.

Seis principales grupos de interés han estado representados: industria, gobierno, trabajo, los consumidores: Las organizaciones no gubernamentales, servicio, apoyo, investigación y otros, así como un equilibrio geográfico y de género de los participantes.

²⁷ Disponible en http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_DESCUBRIENDO_LA_ISO_26000.pdf, [julio 2011].

²⁸ Disponible en http://respoem.blogspot.com/2010_12_27_archive.html, [julio 2011].

Bajo la dirección conjunta de los miembros de la ISO para Brasil (ABNT) y Suecia (SIS), que estaba formado por expertos de los miembros de la ISO (organismos nacionales de normalización - ONN) y de las organizaciones de enlace (asociaciones que representan a empresas, los consumidores o de trabajo, o entre gubernamentales u organizaciones no gubernamentales). Membresía se limitó a un máximo de seis expertos por ONN y dos expertos por organización de enlace.

En julio de 2010, el ISO / WG SR había 450 expertos participantes y 210 observadores de 99 países miembros de ISO y 42 organizaciones de enlace.»²⁹

Los países participantes³⁰



«Los miembros del Grupo de Trabajo de ISO sobre RS está compuesto por expertos de los miembros de ISO (Organismos Nacionales de Normalización) y de las organizaciones de enlace. La membresía está limitada a un máximo de seis expertos por organismo nacional de normalización y dos expertos por organización de enlace.

El Grupo de Trabajo de ISO sobre RS que en enero de 2010, 436 expertos participantes y 195 observadores de 94 países miembros y 42 organizaciones de enlace.»³¹

²⁹ Página consultada http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_VISION_GENERAL_DEL_PROYECTO_ISO_26000.pdf, [julio 2011].

³⁰ Ver Anexo países participantes

³¹ Página consultada http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/04_organization/participants.html, [julio 2011].

Capítulo 2

La RSE en Latinoamérica

«Uno de los temas que más interés ha suscitado la llegada de la Guía de Responsabilidad Social ha sido el de la Esfera de Influencia. Se trata básicamente de la capacidad de una organización de medir el alcance de sus decisiones y actividades. Y como bien sabemos, la RSE se inicia en una organización con un proceso de toma de decisión, que no es otra cosa que contar con la intención de gestionar el negocio de una manera diferente.»³²

En ***Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región***, un documento previo a la publicación de la norma, realizado por Victoria Alonso para la CEPAL (Comisión Económica para América Latina), se resalta que lo interesante del desarrollo de esta norma fue que el proceso fue definido de manera que cada país fuera representado por seis grupos de stakeholders distintos, cada uno de ellos liderado por un experto con voz y voto; esto sumado al grupo espejo nacional, permitió disminuir las posibles relevancias de posiciones nacionales frente a la norma buscando asegurar la mayor participación posible, además de representatividad. Por lo tanto la realidad de cada país se vería reflejada en los representantes de cada uno de ellos, viendo posibilidades de aplicación en los sectores correspondientes. Cabe destacar que la RS en estos países no surge por influencia de los gobiernos como es el caso de países desarrollados.³³

Expectativas y repercusiones

Latinoamérica concentra países con realidades muy diferentes. Podemos analizar el caso analizando países como:

- **Brasil:** lleva la delantera en Responsabilidad Social, se caracteriza por *«surgir de la movilización de grupos empresarios y de la sociedad civil que buscan la*

³² Disponible en <http://www.colombiaincluyente.org/vernot.php?id=40>, [julio 2011].

³³ ALONSO, Victoria; "Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región"; Edición LC/W.87, Ed. Naciones Unidas, Chile, 2006, pág 15.

expansión de los mercados como la contribución del sector privado al desarrollo sustentable»³⁴.



Brasil cuenta con numerosas iniciativas empresariales, alta tasa de empresas certificadas, la adopción de directrices del GRI (Global Reporting Initiative) y la promoción de metas del milenio, no por nada se encuentran a la cabeza en Latinoamérica. Esto permite inferir que si bien no se conoce una posición nacional respecto a la norma ISO 26000, se puede decir que Brasil considera necesaria la normalización de la RS. Tal como se describe anteriormente, ello ya ha dado un resultado concreto a través de la norma ABNT 16001³⁵. Teniendo en cuenta este antecedente, el organismo normalizador brasileiro, ABNT (Asociación Brasileira de Normas Técnicas), ha sido pionero en intentar posicionarse de antemano a la normalización liderada por ISO, por lo tanto *«es esperable pensar que el proceso ISO 26000 en Brasil va a ser llevado con mayor fluidez y alcanzando un mayor grado de consenso en comparación con otros países en los cuales temas como las relaciones con la comunidad, el involucramiento de los stakeholders y la inclusión del concepto de desarrollo sustentable en la RS no se han abordado.»³⁶*

Un ejemplo de empresas socialmente responsables en Brasil es el caso de Natura.



«Natura es una marca de origen brasileño, nacido de la pasión por los cosméticos y las relaciones presentes en siete países de América Latina y Francia. En Brasil, somos los líderes de la industria de los cosméticos, fragancias y artículos de tocador, así como en la industria de ventas directas. Desde 2004, somos

³⁴ ALONSO, Victoria; "Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región"; Edición LC/W.87, Ed. Naciones Unidas, Chile, 2006, pág 16.

³⁵ Norma de la ABNT para la RS - Sistemas de Gestión- Requisitos

³⁶ ALONSO, Victoria; "Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región"; Edición LC/W.87, Ed. Naciones Unidas, Chile, 2006, pág 15.

una empresa que cotiza en bolsa con acciones que cotizan en el Novo Mercado, el más alto nivel de gobierno corporativo de la Bolsa de Valores (Bovespa).»³⁷

«Desde su fundación, en 1969, con un laboratorio y una pequeña tienda en São Paulo, Natura ya era impulsada por dos pasiones fundamentales: El cosmético como vehículo de autoconocimiento y poder de transformación en la vida de las personas; y las relaciones humanas como la gran expresión de la vida. En su camino, uno de los puntos fuertes del éxito de Natura fue elegir en 1974 la venta directa y así surgen las Consultoras Natura, participantes de un sistema hoy victorioso tanto en México como en los otros países en los que la empresa mantiene operaciones». ³⁸

Natura tiene un largo historial de compromiso con la conservación del medio ambiente. «En 1983, año en que las Naciones Unidas crearon su Comisión sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, la empresa fue pionera en el uso de repuestos de cosméticos en el país. En 1997, cuando el mundo vio nacer el Protocolo de Kyoto, la empresa convirtió su flota de distribución en la Gran San Pablo a gas natural vehicular (GNV).

Fue con ese espíritu que, en 2000, Natura lanzó la línea Ekos, asumiendo un compromiso explícito con el uso sostenible de la biodiversidad brasileña y con la repartición social de los beneficios generados por la innovación basada en el conocimiento tradicional.

En 2001, incorporó en su proceso de desarrollo de productos terminados la Evaluación de Ciclo de Vida (ECV) para embalajes. La metodología tiene en cuenta todo el proceso de fabricación – desde la extracción de recursos naturales hasta la devolución en la forma de residuos, emisiones y efluentes –, lo que permite la reducción del impacto ambiental de los productos da empresa.»³⁹

En el año 2004 la empresa invierte su capital en el “Nuevo Mercado” de la Bolsa de Sao Paulo (Bovespa). Obtiene su certificación NBR ISO 14001.⁴⁰

³⁷ Disponible en <http://scf.natura.net/SobreANatura/>, [julio, 2011].

³⁸ Disponible en <http://www.naturabc.mex.tl/>, [julio, 2011].

³⁹ Disponible en <http://noticias-rse.blogspot.com/2007/10/natura-ser-carbono-neutro-en-2007.html>, [julio, 2011].

⁴⁰ Disponible en <http://www2.natura.net/Web/Ar/acerca-de-natura-hitos.asp>, [julio, 2011].

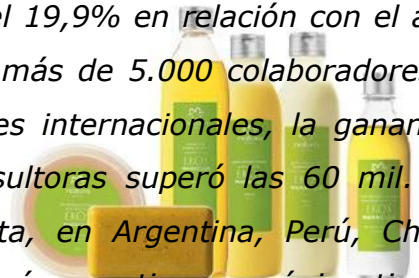
Más tarde, «en 2005, la empresa dio un paso más en su compromiso con la sostenibilidad al sustituir los insumos tradicionales de origen mineral (como derivados del petróleo) y animal por materia prima vegetal en la formulación de los productos.

Recientemente, la empresa adoptó la tabla ambiental en sus rótulos de productos, lo que ofrece al consumidor datos técnicos sobre la composición y el embalaje. La iniciativa, que ofrece información que va desde la elección y obtención de la materia prima hasta el origen y el desecho del embalaje en el medio ambiente, procura fomentar el consumo consciente.»⁴¹

«Al realizar el inventario de sus emisiones, aún en 2006, la compañía identificó un potencial para reducir en un 33% los gases generados en su cadena de negocios durante los próximos cinco años.

En el año 2007 anunció plan de neutralización de Gases de Efecto Invernadero y ofrece productos carbono neutro en el mercado. En virtud de la amenaza del calentamiento global y sus consecuencias, anunció su iniciativa de ser Carbono Neutro a partir de 2007. La acción fue centrada principalmente en la reducción de las emisiones y abarcaría toda la cadena de producción de la empresa, es decir, desde las emisiones provenientes de las actividades de extracción de materia prima hasta las generadas por la disposición final de los productos en el medio ambiente. De ese modo, pasa a ofrecer a los consumidores productos carbono neutro, y reafirma su compromiso histórico con el desarrollo sostenible.

En números Natura registró en 2006 una ganancia bruta de alrededor de R\$ 3,9 mil millones, lo que representa un crecimiento del 19,9% en relación con el año anterior. Actualmente, cuenta con un plantel de más de 5.000 colaboradores y 567 mil consultoras en Brasil. En las operaciones internacionales, la ganancia bruta aumentó un 44,3% y el número de consultoras superó las 60 mil. La empresa opera, con el sistema de venta directa, en Argentina, Perú, Chile, México, Venezuela, Colombia y Francia, donde aún mantiene su única tienda



⁴¹Disponible en <http://scf.natura.net/SobreANatura/>, [julio, 2011].

mundial y un centro satélite de investigación y tecnología. En Bolivia, la marca está presente por intermedio de un distribuidor. »⁴²

• **Chile:** «Para el caso de Chile el avance en Responsabilidad Social se ha debido principalmente a requerimientos de los mercados internacionales y de inversionistas y consumidores extranjeros. Por otra parte, existe en el sector empresarial del país una tradición de filantropía y de prácticas de caridad, así como una creciente, aunque todavía incipiente, presión interna por parte de los consumidores locales. Es así como las empresas líderes en RS en la actualidad generalmente corresponden a transnacionales con actividades en el país y ligadas a la extracción de recursos naturales. Un claro ejemplo de ello es la experiencia de los programas de RS que aplican las grandes compañías mineras y recientemente los productores de salmones y las grandes empresas forestales. Por otro lado, parece existir un aire de escepticismo sobre todo entre los consumidores y los medios de comunicación respecto del grado de implementación de la RS y sus reales beneficios sobre la comunidad en general».⁴³



Un ejemplo controvertido en Chile se encuentra en la empresa CODELCO.

El sitio web oficial de la compañía⁴⁴ expone: "Codelco es el primer productor de cobre del mundo y posee, además, cerca del veinte por ciento de las reservas mundiales del metal rojo."



El nombre Codelco representa a la Corporación Nacional del Cobre de Chile, una empresa autónoma propiedad del Estado chileno, cuyo negocio principal es la exploración, desarrollo y explotación de recursos mineros de cobre y subproductos, su procesamiento hasta convertirlos en cobre refinado, y su posterior comercialización."

«La compañía ejecuta sus operaciones a través de cuatro divisiones mineras más la Fundición y Refinería Ventanas, que pertenece a Codelco desde mayo de 2005.

⁴²Disponible en <http://noticias-rse.blogspot.com/2007/10/natura-ser-carbono-neutro-en-2007.html>, [julio, 2011].

⁴³ALONSO, Victoria; op, cit., pág 19-20.

⁴⁴Disponible en http://www.codelco.com/la_corporacion/fr_corporacion.html, [julio, 2011].

*Su estrategia corporativa es coordinada desde la Casa Matriz ubicada en Santiago de Chile».*⁴⁵

*En su misión destacan el «desplegar en forma responsable y con excelencia, toda su capacidad de negocios mineros y relacionados en Chile y en el mundo, con el propósito de maximizar en el largo plazo su valor económico y su aporte al Estado».*⁴⁶

«Poseen una política de Seguridad, Salud Ocupacional y Gestión Ambiental que establece su compromiso con el respeto por el medio ambiente, identificando, evaluando y controlando aspectos e impactos de sus actividades, productos y servicios. También a reducir o eliminar la generación de residuos, actuando de preferencia en su origen, procurando su reutilización o reciclaje y la disposición ambientalmente segura de sus desechos finales, entre otros aspectos.

*Todos los centros de trabajo de Codelco tienen gerencias responsables de la gestión ambiental, que comprende la mantención de cada uno de los sistemas certificados bajo la ISO 14001, la exigencia de una conducta responsable y el cumplimiento legal en materia ambiental, tanto a los trabajadores propios como a las empresas contratistas. Además de asegurar la incorporación de criterios ambientales en la toma de decisiones La Gerencia Corporativa de Sustentabilidad está encargada de planificar, coordinar y elaborar estudios, políticas, normas, procedimientos y planes para la empresa en materia de medio ambiente. Además, apoya el trabajo de las divisiones en este ámbito y promueve la mejora continua.».*⁴⁷

Cabe destacar que la empresa se encuentra liderando el ranking de las 10 empresas con responsabilidad social empresaria en Chile.⁴⁸

«El prestigio de Codelco entre los chilenos revela su mejor momento, según la última encuesta MORI 2011. No sólo encabeza los rankings de responsabilidad social y de confianza entre las empresas presentes en Chile, sino además logra el

⁴⁵ Disponible en <http://www.linkedin.com/company/codelco>. [julio, 2011].

⁴⁶ Disponible en http://www.codelco.com/la_corporacion/fr_corporacion.html, [julio, 2011].

⁴⁷ Disponible en http://www.codelco.cl/desarrollo/gestion_politica.asp, [julio, 2011].

⁴⁸ Disponible en <http://www.solucionesavanzadas.cl/blog/gestion/91-gestion/1592-las-10-empresas-socialmente-mas-responsables-en-chile>, [julio, 2011].

más alto respaldo desde que se aplica este estudio, subiendo el número de menciones en ambos atributos.

En el ranking 2011, una gran distancia de 23 puntos separa a Codelco de Coca Cola y Nestlé, que obtienen cada una el 15% de las menciones, ocupando el segundo y tercer lugar. La única otra empresa minera mencionada positivamente por la ciudadanía es Minera Escondida, con el 6%, y que ocupa el séptimo puesto. Para los chilenos, la industria minera ocupa el tercer lugar en responsabilidad social por tipo de compañías, después del sector alimentos y alta tecnología/computación.»⁴⁹

«La participación de Codelco en el exitoso rescate de los 33 mineros también aportó a los buenos resultados de este año, agregó la responsable del estudio».

50

• **Perú:** MIGUEL Á. LEÓN UNTIVEROS señala en su artículo la "La responsabilidad social corporativa en el Perú realidad versus discurso"⁵¹:



¿La presencia de las economías peruanas (formal, informal y delictiva) puede armonizar con el concepto actual de RSC?

Es todavía posible pensar que en el Perú existe un modelo de RSC, aunque ciertamente no el moderno. Efectivamente, como se ha señalado, la finalidad de las empresas formales se centra en la mejoría de sus rentas, lo cual se condice con el modelo friedmaniano de RSC (la responsabilidad social de la empresa únicamente consiste en el uso rentable de los recursos conducentes al incremento de la rentabilidad conforme con las reglas del juego).

La acción de la economía formal no incluye a la totalidad de las categorías de los stakeholders, sino sólo a los accionistas y/o "participacionistas" de empresas formales, con prescindencia de los demás stakeholders.

⁴⁹ Disponible en <http://www.solucionesavanzadas.cl/blog/gestion/91-gestion/1592-las-10-empresas-socialmente-mas-responsables-en-chile>, [julio, 2011].

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Disponible en <http://holismoplanetario.wordpress.com/2010/04/23/la-responsabilidad-social-corporativa-en-el-peru-realidad-versus-discurso-de-miguel-a-leon-untiveros/>, [julio, 2011].

Por otro lado, cabe indicar que la falta de consistencia entre la realidad peruana y la moderna RSC, nos lleva a postular que la empresa en el Perú se concibe de modo mecanicista, y no holísticamente, habida cuenta, además, de que no es concebible, en nuestra economía, una relación positiva entre entorno (RSC) y empresa (rentabilidad).

Sin embargo este panorama negativo se ve contrareestado con las noticias de pensadores y visionarios que en el mes de agosto de 2010 se reunieron en un foro organizado en el país para debatir sobre la nueva norma (ISO 26000).

Estas son algunas de las expectativas expuestas por la Ing. Perla Puterman, experta de la Organización Internacional para la Normalización ISO en la promoción de la ISO 26000⁵²:

- ✓ La futura norma ISO 26000 tiende a convertirse en una **poderosa herramienta** para ayudar a las empresas, gobiernos, asociaciones, entidades y organizaciones no gubernamentales para incorporar la responsabilidad social como un principio de buena gestión, contribuyendo así a un uso más consciente y sostenible de los recursos naturales y humanos
- ✓ El desarrollo de **relaciones más sólidas y de confianza mutua** y beneficios entre las organizaciones y sus grupos de interés (mejorado las relaciones con proveedores, clientes, comunidad, etc.)
- ✓ Oportunidad para las organizaciones para **lograr una ventaja competitiva sostenible** mediante la integración de los principios de la sostenibilidad y la RS en su visión y estrategia
- ✓ Orientación para las **políticas de desarrollo**: la eficacia, la eficiencia, la gobernabilidad y la rendición de cuentas de los departamentos gubernamentales
- ✓ **Aumento de la conciencia** sobre la responsabilidad social y el establecimiento de un entendimiento común sobre este tema y promover las buenas prácticas
- ✓ Debe **beneficiar a la sociedad** con los procesos, productos y servicios basados en prácticas económicamente viables, ambientalmente correctas y socialmente justas

⁵² Disponible en <http://iso26000.com.ar/2010/08/foro-iso-26000-peru-indecopi/>, [julio, 2011].

- ✓ Una **comprensión más clara y una perspectiva común** de lo que tiene que ver con RS (filosofía, principios, prácticas)
- ✓ Un **enfoque estructurado** y recursos para implementar los programas de RS por una variedad de grupos (gubernamentales, no gubernamentales, empresas, etc.)
- ✓ Una mayor práctica y la **incorporación de la RS en toda la organización** como herramienta de negociación para los sindicatos y el Gobierno
- ✓ La norma **fomentará y facilitará la cooperación** entre PyMes, grandes empresas, trabajadores, gobierno y sociedad civil en RS
- ✓ Con una buena gestión, se creará una **oportunidad para los países y sus empresas** para establecer ventajas competitivas en los mercados mundiales
- ✓ Que sea un **referente para establecer normas nacionales** sobre la responsabilidad social con el propósito de la certificación de terceros.

Para el caso de Perú se encuentra como ejemplo la empresa CAMPOSOL.

«CAMPOSOL es la empresa agroindustrial líder en el Perú, el mayor exportador de espárragos del mundo y pronta a ser el mayor productor de palta del planeta. La compañía posee todos los campos en los que se siembra y cultiva, teniendo el control total de las fases de crecimiento, cultivo y empaquetamiento de sus productos finales.»



Las líneas de producto de CAMPOSOL incluyen: Espárragos (verdes y blancos), Pimiento Piquillo, Paltas, Mangos, Uvas, Mandarinas, entre otros, las cuales son envasadas frescas, congeladas o en conserva y se exportan a los mercados mundiales.

Por ser un negocio verticalmente integrado, desde los campos hasta los productos finales, CAMPOSOL garantiza que solo productos de la mejor calidad sean ofrecidos a nuestra amplia gama de clientes en todos los continentes.»⁵³

⁵³ Disponible en http://www.camposol.com.pe/espanol/sp_inicio.html, [julio, 2011].

«Se inició en abril de 2008 un proceso para formalizar su estrategia de desarrollo sostenible. Como un primer paso, llevamos a cabo un estudio con PricewaterhouseCoopers que nos permitió identificar nuestros grupos de interés y diseñar nuestra estrategia de desarrollo sostenible, así como revisar las mejores prácticas de la industria a nivel mundial y local. Este esfuerzo ha dado como resultado un Plan de Responsabilidad Social para el 2009, alineado a los indicadores GRI, cuyos resultados estarán disponibles en el primer Informe de Sostenibilidad de Camposol para el periodo 2009, el cual estará disponible a partir de abril de 2010 en nuestra página web www.camposol.com.pe. Este Informe tiene como objetivo reflejar de manera transparente y sistemática los principales indicadores que muestran el desempeño ambiental y social de la compañía, así como los programas y actividades que llevamos a cabo en materia de responsabilidad social.»⁵⁴



CAMPOSOL

En julio de 2011, «la empresa inauguró la moderna panadería "La

Casa del Pan" en la localidad de Chao, la cual constituye un proyecto de emprendimiento empresarial cuyo objetivo es brindar oportunidades de desarrollo económico y capacitación a los jóvenes de la comunidad, en el marco de la política de Responsabilidad Social de esta empresa. (...)

El proyecto se ha ejecutado en alianza estratégica con la Asociación Juventud Arte y Desarrollo, institución que integra a jóvenes de las localidades de Chao y Nuevo Chao, la cual es patrocinada por CAMPOSOL como parte de sus acciones de responsabilidad social.

La panadería "La Casa del Pan" ofrecerá sus productos de calidad en panadería y pastelería a la comunidad, a las instituciones locales y a la empresa CAMPOSOL. De esta manera La Casa del Pan abastecerá con sus productos a los cafetines para trabajadores que posee CAMPOSOL en su planta y fundos, con la finalidad de asegurarle un importante mercado inicial para darle mayor sostenibilidad al proyecto.

⁵⁴ Disponible en http://www.camposol.com.pe/espanol/es_responsabilidad_social_nuestro_compromiso.html, [julio, 2011].

Asimismo se ha contemplado a mediano plazo la implementación de un centro de capacitación en panadería y pastelería con la finalidad de apoyar a más jóvenes brindándoles la oportunidad de capacitarse y desarrollarse en este rubro.

La Casa del Pan constituye el segundo proyecto de emprendimiento empresarial realizado con los jóvenes de Chao y Nuevo Chao, pues CAMPOSOL también implementó anteriormente la Lavandería "Manos Solidarias", microempresa ubicada en el Centro Poblado Nuevo Chao, la cual también brinda sus servicios a CAMPOSOL y a la comunidad.»⁵⁵



La participación de organismos internacionales

✓ GRI



Un caso de especial relevancia es el del Global Reporting Initiative (GRI)⁵⁶. «El GRI tiene como función principal el *promover el uso de guías para reportes de sustentabilidad en organizaciones de todo tipo. Su estructura de trabajo así como sus propuestas están muy cercanas a lo que ISO espera lograr con la norma ISO 26000 por lo que su rol de guía y referente es muy relevante.*

De esta manera, el GRI ha estado a la vez muy presente y cuidadoso en las reuniones de trabajo para asegurar, por un lado, que se integren sus conceptos, que ya tienen validez global, y al mismo tiempo, asegurar que el producto ISO tenga al menos la misma fuerza y profundidad que su iniciativa. En este punto

⁵⁵ Disponible en <http://www.rseperu.org/enlaces-topmenu-20/300-camposol-inaugura-panaderia-la-casa-del-pan-en-chao.html>, [julio, 2011].

⁵⁶ GRI es una marca registrada sin fines de lucro con sede en Amsterdam, Los Países Bajos. SE basa en el apoyo financiero de generosos contribuyentes que aseguran que pueda ejecutar sus programas y productos.

cabe señalar que una de las ventajas generalmente aceptadas de que ISO esté liderando este proceso de Responsabilidad Social es que tiene un prestigio y una validez globalmente aceptados. Ello significa que un gran número de empresas a nivel internacional reconocen su valor.



Los instrumentos con GRI u otros no tienen el mismo grado de alcance que la ISO en el sector privado por lo que se entiende que ésta puede ser una puerta de entrada a una mayor cantidad de empresas a la adhesión de normas de Responsabilidad Social.»⁵⁷

GRI es un proceso independiente y multidisciplinario cuya misión es desarrollar y diseminar globalmente guías para reportes de sustentabilidad. Estas guías son para el uso voluntario por parte de organizaciones que quieran reportar sobre las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus iniciativas, productos y servicios.⁵⁸

✓ **CEPAL**⁵⁹

Para el caso de América Latina, la participación de organismos internacionales tales como CEPAL adquiere especial relevancia en varios ámbitos, Victoria Alonso lo comenta en su artículo "Avances en la discusión sobre ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso de ISO en la Región", «*el primer punto de relevancia es contar con apoyo para fortalecer el diálogo entre países participantes en el debate*».⁶⁰

⁵⁷ ALONSO, Victoria; "Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región"; Edición LC/W.87, Ed. Naciones Unidas, Chile, 2006, pág 30.

⁵⁸ ALONSO, Victoria; op. cit., pág 30.

⁵⁹ CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe es un organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas responsable de promover el desarrollo económico y social de la región. Sus labores se concentran en el campo de la investigación económica.

⁶⁰ ALONSO, Victoria; op. cit., pág 30-31.

«El desarrollo de discusiones en sesiones plenarias y trabajo intermedio por medios electrónicos, así como el poder contar con apoyo de países o grupos de expertos con similares intereses es crucial para lograr que alguna posición sea considerada. Por lo tanto, alguna instancia de coordinación regional tal como la que puede facilitar CEPAL es muy valorada por expertos en la Región, expresada en encuentros regionales, promoción de redes Organismos como CEPAL pueden contribuir enormemente con investigación en aspectos claves para las discusiones tales como la relación entre normas y barreras parancelarias, comercio y desarrollo sustentable, origen y desarrollo de la Responsabilidad Social, estudios sobre particularidades de los países de Latinoamérica, etc. Estos insumos pueden contribuir a construir posiciones más fuertes de los países en desarrollo(...).



NACIONES UNIDAS



Además la colaboración de organismos como CEPAL fortalecen la difusión tanto del proceso ISO como del concepto de Responsabilidad Social entre los países de la Región(...).

En síntesis, los organismos internacionales expertos en Responsabilidad Social tales como el GRI y Global Compact, tienen un reconocido y fundamental rol de focalizar el debate. Otros organismos tales como la OIT tienen quizás un rol más táctico de dar legitimidad al proceso y organismos especializados como CEPAL y PNUMA tienen un rol esencial en coordinar posiciones y alimentar el debate. Asimismo, pueden facilitar la participación y el diálogo y colaborar a través de sus redes de apoyos y contactos (...)⁶¹

Argentina ¿país responsable?

El concepto de RSE ha ido evolucionando históricamente en Argentina, transformándose según los conceptos socio-culturales, políticos y económicos.

«(...)es posible trazar una línea de conducta que marca la evolución de la RSE a lo largo del tiempo.

61 ALONSO, op. cit., pág. 31.

En la época del **virreinato español**, la **Iglesia católica**, la institución más influyente durante aquel tiempo, se ocupó de las personas carentes de recursos económicos bajo el concepto cristiano de **caridad**.

Cuando Argentina se convirtió en un estado independiente (1816), la **clase gobernante** se ocupó de los pobres y justificaba su acción desde la noción de **filantropía**.

Llegada la época de **Perón** (mediados del siglo XX), un **Estado de bienestar** hizo de los pobres parte de su política; modificó muchas **leyes laborales** (por ejemplo, la indemnización por despido) y reforzó la **actividad sindical**. Las política peronista se ejerció reemplazando la noción de filantropía por **justicia social**.

En los **ochenta**, las **Organizaciones Civiles** comenzaron a ocuparse de las necesidades sociales y los derechos civiles; los términos usados en aquella época eran **solidaridad y derechos humanos**.

Durante la **década de los noventa**, la expresión **Responsabilidad Social Empresaria** se comenzó a escuchar en los medios de prensa, en congresos y en algunos círculos empresarios.

Cabe destacar en la evolución trazada el fuerte sesgo asistencialista en todas las acepciones mencionadas, excepto en derechos humanos y en RSE. La evolución de la caridad originaria hacia la incipiente RSE es importante porque, sin dejar de lado la práctica personal de valores, el nuevo paradigma exige a la actividad empresaria un comportamiento responsable que antes se entendía como algo propio de la esfera individual.

Entendiendo que la RSE estudia la interacción de la empresa con la sociedad, a continuación se ahondará en las características entorno argentino.

La hegemonía y acumulación de poder sin precedentes de las empresas multinacionales ha aumentado las expectativas sociales en los países industrializados»⁶²

Sin embargo, en Argentina no ocurre lo mismo; a pesar de la transferencia de poder económico forjada por medio de las privatizaciones, la mayoría de los argentinos no parecen haber aumentado las demandas al sector privado. Por ejemplo, una encuesta de Mori (Mercado, septiembre, 1999) muestra que tres de cada cuatro entrevistados sostienen que el Gobierno es el responsable de liderar los esfuerzos para lograr los objetivos sociales más importantes (progreso económico y creación de empleo, según los encuestados); en tanto le atribuyen un rol mucho menos significativo a las empresas (7%), organizaciones no gubernamentales (6%) e instituciones multilaterales (6%).

Llegado el momento de definir cómo deberían orientar su acción las empresas, las opiniones se dividen entre quienes piensan que las empresas se deben limitar a generar ganancias, pagar impuestos y a suministrar empleos obedeciendo a la ley (30%); los que consideran que las empresas deberían ampliar su rol en la sociedad elevando los patrones éticos más allá de lo que requiere la ley y ayudando activamente a construir una sociedad mejor (30%) y por último, aquellos que se ubican en un punto medio entre las dos posturas anteriores (34%) (Mercado 1999).

Finalizado este punto, se registran dos cuestiones de interés. Una, que a pesar de la globalización y las privatizaciones, la sociedad argentina sigue centrando sus demandas en los gobiernos. Y, dos, que no hay una opinión generalizada respecto a cómo deberían actuar las empresas. Este dato permite suponer que las empresas no sienten una mayor presión para adoptar un comportamiento antes que otro debido a que las expectativas se distribuyen de manera uniforme.

En el Boletín preparado por el Director Ejecutivo del IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), expuesto en el sitio web del Polo de Desarrollo Educativo Superior, se deja entrever un análisis de las tendencias en Responsabilidad Social en la Argentina.

⁶² MILBERG, Amalia; PALADINO, Marcelo; VASSOLO, Roberto; "Revisión de la responsabilidad social empresaria en argentina"; pág. 8-9. Disponible en <http://gestionsocial.org/archivos/00000011/RSE.pdf>, [julio, 2011].

«Las tendencias en Argentina se extienden a través de *grandes vectores de valor o de preocupación para la sociedad, que deberán ser atendidos en la agenda empresarial de las organizaciones que deciden a diario gestionarse de forma responsable.*

El primer vector es, y lamentablemente continuará siéndolo por un largo tiempo, la inequidad y la exclusión social. Las estadísticas que intentan medir cada año la evolución de la pobreza en el subcontinente, siguen reflejando algo que nos debería llamar a priorizar la atención a este problema. Ellas traslucen algo que podría resultar obvio al sentido común, y es el hecho de que a pesar de que se registran leves mejoras en los porcentajes totales que indicarían una reducción del problema de la pobreza; por las sucesivas crisis y el mero del crecimiento de la población, la cantidad de pobres es creciente, esto impide desarrollarse como personas y como miembros de una sociedad integrada(...).

El segundo vector, es el emergente social de la inseguridad y la violencia. No resulta ajena la manera en que este fenómeno crece y alcanza espacios y sectores que otrora parecían impermeables a su influencia. Al punto que, al igual que acontece con la pobreza, parecería que de tanto estar ahí, generan una especie de acostumbamiento que torna en habitualidades la adopción de sistemas y conductas casi irracionales(...).

Un tercer punto de agenda es la calidad de las democracias. Si bien ya no se registran regímenes dictatoriales en la región y estamos viviendo procesos de formalidad democrática; a nadie escapa el riesgo de que esas democracias vayan sufriendo un deterioro que conlleva un proceso peligroso de vaciamiento de las esperanzas en el sistema mismo(...).

Un cuarto vector es la cuestión ambiental(...). Podemos decir que mientras en los países centrales el tema es objeto de intensos debates y de firma de nuevos tratados y acuerdos que apuntan a reducir el impacto ambiental de toda la actividad humana -incluidas por cierto la industrial y empresarial-, en esta región del mundo pareciera que sólo registramos un cambio -a veces visto como caprichoso incluso- en las exigencias de nuestros clientes de allá; sin tomar la

perspectiva mayor que permita descubrir en ellos una tendencia tan irreversible como compleja de resolver.»⁶³

La preocupación por el medio ambiente ha aumentado progresivamente a medida que la industria y el gobierno se concientizan respecto al uso, desuso, derroche y reutilización de los recursos naturales. Además de las normas internacionales, tratados, objetivos determinados en cumbres mundiales y otros (de los cuales Argentina participó en forma activa y decisiva), que pretendieron limitar y gestionar el uso de los recursos así como también la determinación de participación, incidencia y responsables del impacto medio ambiental global.



La capacitación en RSE como factor estratégico

«La formación en RSE debe necesariamente incluir un aspecto fundamental relacionado con la supervivencia de la organización. Se debe tener muy en cuenta que el supremo bien jurídico a mantener es la empresa. Sin este concepto de preservación, se pierde de vista que lo principal es la supervivencia del ente que sólo si es capaz de prolongar su vida, podrá mantener vigente una política de RSE.

Aquellos que piensan que la RSE es el vehículo para limitar o controlar la creatividad empresarial, y para trasladar beneficios de un sector de la sociedad a otros, están cometiendo un error fundamental.»⁶⁴

RSE no comprende la responsabilidad empresarial por todas las cosas que "los demás no hacen". Una buena articulación de la empresa, con el Estado, y con las ONGs es fundamental, para que se entienda claramente que cada uno debe hacer lo suyo, sin substituciones cruzadas de responsabilidades, pero en colaboración constante para el logro de objetivos de DS.⁶⁵

⁶³ Responsabilidad Social en Argentina (en línea). Córdoba, Argentina. Boletín N° 122. Febrero 2008. ULLA, Luis. Disponible en Internet: « http://responsabilidad-social.educacionparapoder.com.ar/tareas_rse_argentina.htm»

⁶⁴ Disponible en http://responsabilidad-social.educacionparapoder.com.ar/responsabilidad_social_empresaria.htm, [julio, 2011].

⁶⁵ MILBERG, Amalia, op. cit., pág. 8-9.

Para esto a principios del 2000 surgieron en Argentina Instituciones que se encargaron de asesorar a las empresas en relación a Responsabilidad Social. Comenzaron trabajando junto a las empresas nacionales informándolas, capacitándolas, e incluyendo en sus estrategias empresariales objetivos económicos, sociales y medio ambientales. Ejemplo claro de esto es el Instituto IARSE, quién se define como un «centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social de las empresas»⁶⁶

IARSE

Fue fundado a mediados del año 2002 con la misión de *“promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria, para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina”*.



«Se trata de una organización privada, sin fines de lucro, con sede en la ciudad de Córdoba (Argentina). Hoy posee un destacado y creciente grupo de más de 110 empresas que lo apoyan en el cumplimiento de su misión institucional.

Cuenta además con un sólido equipo de especialistas provenientes del mundo de la empresa y de lo social, quienes han logrado hacer que se constituya en uno de los principales centros de referencia nacional y regional en materia de RSE.

El Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios y generando herramientas de gestión, redes y mecanismos de información e intercambio de experiencias. Promueve además la colaboración mutua entre las compañías que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sustentable.

Basándose en un conjunto de actividades y servicios orientados a todos los interesados en esta temática, pretende fortalecer el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable de la nación (...).

⁶⁶ Disponible en http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=somos, [julio, 2011].

(...)El IARSE trabaja en red con organizaciones comprometidas con la instalación de la RSE en Argentina. Esta red está conformada por núcleos empresarios que funcionan en distintas ciudades del país. Autónomos e independientes, los núcleos cuentan con programas propios de trabajo para contribuir a que las empresas que los conforman puedan llevar adelante una gestión ética y socialmente responsable.»⁶⁷

Otro ejemplo importante de mencionar es el del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (**CEADS**)



Consejo Empresario Argentino
para el Desarrollo Sostenible

CEADS

«Es el capítulo local del World Business Council for Sustainable Development (**WBCSD**) una asociación global liderada

por los CEOs de más de 230 compañías, dedicada exclusivamente a la vinculación empresa y desarrollo sostenible.

El **CEADS** brinda a las empresas una plataforma para explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, así como también para consensuar posiciones empresarias en estas cuestiones en una variedad de foros, locales e internacionales, trabajando con el Gobierno, Sociedad Civil y organizaciones intergubernamentales.»⁶⁸

Si bien estas organizaciones brindan apoyo a las empresas para trabajar en aspectos de responsabilidad social, la decisión de buscar asesoramiento es una instancia de la empresa, y en última apelación es el consumidor quien exigirá que sus productos sean responsables de manera íntegra, es decir desde el momento de su elaboración hasta su comercialización, ejerciendo presión a través de grupos que los representen.



Momentos Mágicos

Casos emblemáticos en Argentina

«Arcor fue fundada en 1951 en la ciudad de Arroyito, Córdoba (Argentina) con el objetivo de elaborar alimentos de

⁶⁷ Disponible en http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=somos, [julio, 2011].

⁶⁸ Disponible en <http://www.ceads.org.ar/quienes.htm>, [julio, 2011].

calidad a un precio justo para consumidores de todo el mundo.

(...)El Grupo Arcor llegó a convertirse en el primer productor mundial de caramelos y el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú. Y a través de Bagley Latinoamérica S.A. es la mayor empresa de galletas de América del Sur.

Su liderazgo se construye a partir de un conjunto de pilares que caracterizan su gestión.

Una consistente política de exportación y de reinversión permanente de utilidades en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales. La construcción de un modelo de distribución exitoso que se replica en la región. La integración vertical de sus insumos estratégicos en la Argentina, la expansión de su importante patrimonio marcario, como así también, el desarrollo de una gestión socialmente responsable. Arcor busca crear valor económico, social y ambiental en toda su gestión.»⁶⁹

El GRUPO ARCOR se encuentra en el listado ORO de las empresas ranqueadas por el IARSE⁷⁰, esto significa que adhieren al sistema de Membresía del Instituto y esto les otorga una oportunidad concreta para explicitar su compromiso con la labor de "promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria, para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina".

Un modo de ser, una manera de hacer

Arcor cuenta con una reputación muy marcada en el país, especialmente en la provincia donde fue fundada (Córdoba). En una charla otorgada por el IARSE (ubicado en la misma provincia de nuestro país), relataron un caso particular de la empresa; durante los disturbios del año 2001 provocados por la fuerte crisis económica, una turba de manifestantes se dirigía hacia la ciudad cuando en su camino se encontraron con las instalaciones de la empresa y en forma unánime

⁶⁹ Disponible en <http://www.arcor.com.ar/PageController.aspx?pgid=2&secid=1>, [julio, 2011].

⁷⁰ Disponible en http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=emp_miembros, [julio, 2011].

decidieron no arremeter contra ella. Esto dejó en evidencia el fuerte sentimiento de la comunidad en identificación con la empresa, ellos la sienten propia⁷¹.

Fundada con una visión socialmente responsable, impulsada por sus fundadores, la empresa adoptó un modelo de desarrollo basado en la generación de valor económico, social y ambiental.

«Durante 2009, el Grupo Arcor avanzó en la migración del concepto de RSE al de Sustentabilidad, con el objetivo principal de fortalecer la ventaja de la sustentabilidad para el negocio y consolidar su gestión transversal. Para ello, la empresa realizó un ciclo de planeamiento estratégico, involucrando a colaboradores de distintas áreas y a referentes externos de RSE en la realización de un diagnóstico del tema en la empresa, y analizó las tendencias, riesgos y oportunidades de la sustentabilidad para la industria.»⁷²



Comprometidos con los chicos por un país más grande.

«La Fundación Arcor fue creada en 1991 con la misión de contribuir para que la educación se convierta en un instrumento de igualdad de oportunidades para la infancia, en más de 15 años de gestión ha logrado:

- ✓ Promover más de 1.450 proyectos educativos en todo el país.
- ✓ Trabajar en conjunto con 8.550 organizaciones.
- ✓ Editar más de 80 publicaciones sobre las iniciativas que ha fomentado.
- ✓ Desarrollar 25 programas propios y en alianza.
- ✓ Involucrar, directa e indirectamente, a más de 1 millón de niños y niñas de todo el territorio argentino.»⁷³

⁷¹ ROCA, Alejandro; "Hacia una comunicación socialmente responsable", "Concurso ProjectaRSE OSDE", agosto, 2010, Neuquén. Página consultada http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=noticia_detalle&id_noticia=1525, [julio, 2011].

⁷² Disponible en <http://www.arcor.com.ar/PageController.aspx?pgid=400&secid=1>, [julio, 2011].

Otro caso muy importante es el de **Manpower**.

«Con más 80 sucursales en todo el país, Manpower ayuda a las empresas e individuos a conducirse en el cambiante mundo laboral.»⁷⁴



«Para Manpower la Responsabilidad Social Corporativa es la integración de prácticas de negocio ética, social y ambientalmente responsables, que van más allá de los requerimientos contractuales, en todas las operaciones de negocios.

A partir del rol privilegiado que nos da el interactuar cotidianamente con miles de empresas en todo el país, asumimos una posición aglutinante en la promoción de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo, fomentando a la vez, la toma de conciencia y el rechazo a prácticas de empleo basadas en la explotación de personas.»⁷⁵

«En 2007 Manpower Argentina comenzó su proceso de Reporte de Responsabilidad Social, siguiendo lineamientos internacionales G3 (GRI) desde el año 2006.»⁷⁶

Sus valores definen su manera de hacer negocios. En su página oficial podemos encontrar sus compromisos con respetar a la gente, los clientes y la comunidad, y el papel que juega el trabajo en sus vidas; compartir conocimiento para establecer prácticas de empleo sustentables; y buscar la excelencia por medio de la innovación, para crear ámbitos laborales que incluyan a todos los sectores de la sociedad en el largo plazo.⁷⁷

Explicitan que se esfuerzan por ser socialmente responsables en todos los aspectos de su negocio, interesándose en desarrollar un mercado laboral diverso y abarcativo que refleje a la población como un todo, impulsando la cohesión social a través de la inclusión de grupos en desventaja.

⁷³ Disponible en <http://www.arcor.com.ar/PageController.aspx?pgid=400&secid=1>, [julio, 2011].

⁷⁴ Disponible en <http://www.manpower.com.ar/> [julio, 2011], [julio, 2011].

⁷⁵ Disponible en http://www.manpower.com.ar/responsabilidad_social_corporativa.asp, [julio, 2011].

⁷⁶ Disponible en <http://www.indusarg.com.ar/search.php?query=industria+argentina&search=1&results=20&domain=www.manpower.com.ar>, [julio, 2011].

⁷⁷ Disponible en http://www.manpower.com.ar/responsabilidad_social_corporativa.asp, [julio, 2011].

Además alientan a sus clientes a tomar un compromiso activo con la práctica de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo.

Ante el panorama de escasez de candidatos adecuados para cubrir determinados puestos, que afecta a gran cantidad de empresas, la promoción de la inclusión en la fuerza laboral aporta nuevas fuentes de talento.⁷⁸



«**Construyendo Puentes – hacia un mundo laboral más inclusivo**” es una iniciativa del Departamento de Responsabilidad y Asuntos Públicos de Manpower cuyo objetivo es promover oportunidades

de empleo y de formación para los participantes de los programas de RSC: jóvenes de bajos recursos, adultos mayores de 45 años desempleados, personas con discapacidad, refugiados y mujeres que buscan reinsertarse en el mercado laboral.

Los empleados de Manpower asumen un rol activo invitando a las empresas a evaluar cuál es el mejor candidato para el puesto de trabajo no sólo por perfil, sino también a valorar la posibilidad de comprometerse activamente promoviendo la inclusión y la diversidad en su empresa, dando una oportunidad a una persona en desventaja.

Anualmente se reconoce como **“Socios en la Inclusión”** a empresas cliente, sucursales y empleados de Manpower que se han comprometido con este proyecto, generando acciones de capacitación para los participantes de los programas de RSC o brindándoles oportunidades laborales.»⁷⁹

«Actualmente Manpower desarrolla 7 programas de RSC, en alianza con diversos actores sociales:

- ✓ *Oportunidades para todos*
- ✓ *Juntos por los jóvenes*
- ✓ *Sin fronteras*
- ✓ *La mujer en la empresa contemporánea*

⁷⁸ Disponible en http://www.manpower.com.ar/rsc_programas.asp, [julio, 2011].

⁷⁹ Disponible en http://www.manpower.com.ar/Rsc_Construyendo_Puentes.asp, [julio, 2011].

- ✓ *Mayores Talentos. Valorando la experiencia*
- ✓ *Huella Solidaria, un camino para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales*
- ✓ *Entrelazados, comprometidos con los jóvenes y el trabajo* »⁸⁰

Avances en Responsabilidad Social

Gómez Centurión remarca que *«las compañías internacionales con sede en argentina ya cuentan con Balances Sociales. Pero las empresas mendocinas recién se encuentran midiendo y evaluando sus acciones, se encuentran en una fase diagnóstica, sin duda un largo camino por recorrer. Sin embargo los primeros pasos ya se vislumbran, un grupo de empresas mendocinas están evaluando sus acciones socialmente responsables utilizando los indicadores de Valos.»*⁸¹

Los avances en materia de RS, pueden notarse no sólo en ejemplos de empresas comprometidas con el logro de objetivos socialmente responsables, sino también en la cantidad de sitios e instituciones creadas para informar y concientizar sobre el tema.

A modo de ejemplo podemos ver el sitio **"Código R, Portal de las Responsabilidades y el Desarrollo Sustentable"** que da «prioridad a la comunicación de las acciones de Responsabilidad Social de la Empresa desde dos puntos de vista. Si hacerlo y por qué, con qué beneficios y cuáles serían los riesgos. Y las incidencias internas "puertas adentro" de la empresa, en la preparación del contenido, antes de darlo a conocer a los medios; o en los mensajes eventuales, en reportajes y entrevistas a los directivos o a los empleados.»⁸²

De esta manera exponen información que alcanza a otros públicos interesados, como lo son los periodistas:

⁸⁰ Disponible en http://www.manpower.com.ar/rsc_programas.asp, [julio, 2011].

⁸¹ Disponible en <http://www.losandes.com.ar/notas/2006/4/23/economico-191790.asp>, [julio, 2011].

⁸² Disponible en http://www.codigor.com.ar/comunicaciones.htm#que_inter, [julio, 2011].

« ¿Qué debe saber un periodista para definir a una empresa como socialmente responsable?

1. Si la empresa tiene:



- a- sus impuestos al día*
- b- un código de ética escrito y conocido por todos los empleados*
- c- un balance social accesible*
- d- capacitación continuada para sus empleados*
- e- normas de ecoeficiencia para la protección del medio ambiente*
- f- pautas para el trato con sus proveedores y consumidores*
- g- respeto por los convenios colectivos de trabajo*
- h- seguridad que no emplea niños en ninguna escala de la producción*
- i- un departamento que coordine las acciones con la comunidad*

2. Acciones para/con la comunidad

En caso de que varios de los parámetros anteriores no se cumplan es posible que (aunque no se pueda denominar como empresa socialmente responsable), el compromiso esté dado por acciones de apoyo comunitario:

- a- donaciones,*
- b- voluntariado corporativo,*
- c- soporte de alguna entidad de bien público*
- d- otras*

En este caso se denominan acciones para/con la comunidad.

3. Marketing Social

Otra alternativa es que la empresa haya decidido sumar estas acciones a su estrategia comercial y entonces se trate de acciones de Marketing Social:

- a- Cause related marketing (Marketing asociado a una causa). Ej.: por cada 10 lápices que Ud. compra la empresa dona 2 a tal comedor.*
- b- Tal empresa de telefonía desarrolla una acción por los chicos en situación de riesgo.*
- c- Tal tarjeta de crédito lo ayuda a donar. Ud. con sus compras suma puntos y elige una entidad de bien público donde derivar la ayuda.*

Sea cual sea el alcance del compromiso de la empresa es importante analizar estas diferencias. Como un modo de justicia: se trata de no dar el mismo tratamiento a una empresa que realiza acciones para la comunidad que a otra que responda a los difíciles requerimientos de responsabilidad social, o peor aun a una empresa que apenas realizó una acción aislada.»⁸³

Otro ejemplo importante son las agrupaciones de empresas con objetivos de RS.

⁸³Disponible en <http://www.codigor.com.ar/comunicaciones.htm#debe>, [julio, 2011].

Capítulo 3

Mendoza y la Responsabilidad Social

Mendoza es una de las provincias argentinas en las cuales existen organizaciones empresariales que se encuentran muy interesadas en la Responsabilidad Social, las mismas se encuentran trabajando y creando valor a través de una gestión integrada de negocios.

El debate por las prácticas responsables es un planteo que se encuentra muy difundido. En la actualidad Mendoza se está convirtiendo en un caso testigo en la aplicación de la responsabilidad empresaria, de hecho de *«200 empresarios que firmaron el Pacto global de Naciones Unidas en la Argentina, alrededor de 50 fueron mendocinos.»*⁸⁴

*«"Es indiscutible que el rol del empresario es generar riqueza, lo importante es tener claro que esto no debe hacerse a costa de disminuir la riqueza de otros"»*⁸⁵, señaló Gustavo Baldoni, de Bodegas Chandon, uno de los empresarios que participó de un evento llevado a cabo por Valos, instituto de Responsabilidad Social mendocino.

Es muy difícil hablar de Responsabilidad Social Empresaria en Mendoza y no nombrar a Valos.

*«"En nuestra provincia cuando hablamos de gestionar con Responsabilidad Social Empresaria nos referimos a crear valor económico sin destruir el valor social y ambiental, es decir, amasar una fortuna sin hacer harina a los demás"»*⁸⁶, señala Fernando Barbera, de Valos.

«Para Valos, la organización formada por empresarios que promueven acciones socialmente responsables en la comunidad de negocios de Mendoza, los

⁸⁴ Disponible en <http://www.losandes.com.ar/notas/2005/11/13/economico-174049.asp>, [julio, 2011].

⁸⁵ Ibidem.

⁸⁶ Disponible en <http://www.losandes.com.ar/notas/2006/4/23/economico-191790.asp>, [julio, 2011].

indicadores de RSE son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de la empresa en lo que se refiere a prácticas de RSE, en 7 ejes:

- *valores y transparencia,*
- *público interno,*
- *medio ambiente,*
- *proveedores,*
- *consumidores y clientes,*
- *comunidad,*
- *gobierno y*
- *sociedad.*

“Como herramienta de gestión, es muy útil para la empresa por dos razones principales; la primera es que la empresa obtiene un diagnóstico de su estado actual en lo que se refiere a sus prácticas y políticas de RSE. Y la segunda es que la aplicación de los indicadores demuestra que esta herramienta de diagnóstico ofrece a las empresas elementos valiosos para sus procesos de planeamiento y gestión. No se trata de un proceso de certificación sino más bien de una herramienta de auto-diagnostico que guía que acompaña a la empresa en la implementación de sus prácticas”, señaló Gómez Centurión. »⁸⁷

VALOS

«VALOS es una entidad que hoy cuenta con 80 empresas miembro y que comenzaron a trabajar motivados por la crisis de 2001, a través de la creación del Banco de Alimentos de Mendoza. Un par de años más tarde, se conformaron como Asociación Civil y sumaron las primeras empresas con el objetivo de "cambiar en principio Mendoza", expuso María José Pelegrina, Directora ejecutiva de VALOS»⁸⁸



En su sitio web⁸⁹ Valos promueve prácticas de Responsabilidad Empresaria junto a empresas y empresarios que operan en Mendoza, alentando relaciones sinérgicas, en una nueva forma de hacer negocios y promoviendo el desarrollo sostenible.

⁸⁷ Disponible en <http://www.losandes.com.ar/notas/2006/4/23/economico-191790.asp>, [julio, 2011].

⁸⁸ Disponible en <http://rseonline.com.ar/2010/05/valos-mendoza-empresas-publico-interno/>, [julio, 2011].

⁸⁹ Disponible en http://www.valos.org.ar/quees_valos.html, [julio, 2011].

La organización invita a participar a toda empresa que opera en Mendoza, independiente del tamaño, del sector de la economía y de la cantidad de empleados, puede desenvolver acciones de Responsabilidad Social. Sea en forma individual de cada empresa o en grupos de empresas.

Servicios que brinda Valos a sus empresas adheridas⁹⁰

Herramientas Gestión Interna

- Brindar herramientas de gestión y publicaciones.
- Asistencia gratuita a los talleres de gestión.
- Relevamiento de los indicadores de gestión (semestral).
- Relevamiento de prácticas exitosas de empresas.
- Benchmarking.
- Entrega de informes personalizados.



Inversión Social Privada

- Asistencia gratuita a debates, conferencias, talleres.
- Proveer a la empresa un listado de ONG referentes.
- Estimular a las empresas a participar, crear y apoyar organizaciones de la sociedad civil.

Intercambio de experiencias entre empresas

- Organización de eventos de debate e intercambio.
- Envío de información sobre los debates y temas tratados en las jornadas.
- Organización de desayunos de discusión y talleres programados.
- Realización de reuniones reducidas con especialistas.

Acciones de empresas coordinadas

- Promocionar acciones de ciudadanía empresaria.
- Estimular acciones frecuentes entre empresas.
- Presentar proyectos sociales.

Comunicación e información

- Envío quincenal de boletín informativo electrónico.

⁹⁰Disponible en http://www.valos.org.ar/como_participar.html, [julio, 2011].

- Inclusión del banner de la empresa asociada en nuestra página Web.
- Disponibilidad, previo consentimiento explícito, del banner institucional de VALOS en la Web de la empresa.
- Divulgación de iniciativas y casos de prácticas de responsabilidad social de la empresa asociada.
- Valores bonificados en sponsoreos especiales.

Ejemplo de alianzas de empresas

Se trata de empresas que trabajan en Mendoza con Valos, por ejemplo las empresas La Marchigiana y Minetti, trabajaron juntas a través de una alianza. La difusión de esta buena práctica de responsabilidad puede encontrarse en la página oficial de VALOS⁹¹. Se trata de una alianza entre empresas para el desarrollo de la comunidad y fue realizada en marzo del año 2005.



«La acción fue propuesta por uno de los colaboradores del restaurante, quién propuso a la empresa que el personal de La Marchigiana capacitara a jóvenes de la comunidad que aspiraran a aprender el oficio de mozo. Se creó una alianza con Minetti, quienes contaban con la infraestructura y los jóvenes interesados en aprender el oficio y junto a La Marchigiana hicieron la dupla perfecta: ya que tienen grupo de gente motivada en ofrecer sus servicios a la comunidad.»

Los colaboradores del restaurante se capacitaron para transmitir los conocimientos y ellos mismos armaron el programa. La empresa se encargó de brindar los recursos didácticos.

Los resultados fueron muy positivos ya que aumentó la motivación entre los colaboradores del restaurante además de superar desafíos como romper

⁹¹ Disponible en <http://www.valos.org.ar/buena-practica/comunidad/la-marchigiana-alianzas-entre-empresas-en-el-desarrollo>, [julio, 2011].

estructuras y parámetros. Se entusiasmó a otros compañeros para que hagan el curso, incluso se logró potenciar los cursos con jóvenes sin empleo e intentar su inserción laboral.»⁹²

Otro ejemplo de buenas prácticas puede verse en el «Programa Proniño desarrollado por Movistar y Fundación Telefónica, del Grupo Telefónica, que tiene como fin el contribuir con la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil en Argentina.



El programa nació a fines de 2000 con el objetivo de concentrar su atención en niños y niñas en situación de trabajo infantil o en riesgo de ingresar tempranamente al mercado laboral. En la actualidad, protege y beneficia a 6.000 menores y sus familias, de todo el país. En Mendoza se desarrolla en la actualidad en la escuela Provincia de San Juan del Algarrobal en el Departamento de Las Heras, beneficiando a más de 200 chicos. La experiencia había comenzado en la Escuela Maza de ciudad, allí se desarrollo durante 5 años.»⁹³

El programa propone tareas a contra turno escolar, para la disminución de las horas de trabajo de los niños que participan, teniendo como norte abordar la problemática del trabajo infantil que está arraigado en la zona (trabajo en los hornos de ladrillos del lugar, tareas domésticas y otros oficios). El programa de la FUNDACION TELEFONICA se ejecuta a través de CONCIENCIA, esta ONG lo implementa y lo hace por medio de un equipo interdisciplinario compuesto por una referente local de Conciencia, una coordinadora, 2 trabajadoras sociales, una psicóloga, una psicopedagoga, maestra de apoyo, profesores de educación física y terapeuta del lenguaje, voluntarios de telefónica y CONCIENCIA.

«(...) se beneficia a 200 niños entre 6 y 14 años de la Escuela 1-173 Provincia de San Juan, se ha logrado la disminución de horas de trabajo en un 25%, han dejado de trabajar el 14% de los niños y participan de este programa los padres

⁹² Disponible en <http://www.valos.org.ar/buena-practica/comunidad/la-marchigiana-alianzas-entre-empresas-en-el-desarrollo>, [julio, 2011].

⁹³ Disponible en http://www.youtube.com/watch?v=6cp_dse2rUU&feature=related, [julio, 2011].

que, involucrados por medio de un acta compromiso, participan de talleres dictados por los profesionales del equipo, son de interés general y entre los que se destacan, por ejemplo, evitar accidentes domésticos y en el lugar de trabajo. Además, se trabaja en red con el hospital de la zona, el centro de apoyo escolar y el club El Algarrobal; también interactúan con entidades gubernamentales como la COPRETI y el Municipio local. La gente de Movistar y Telefónica, a través de su programa Voluntarios Telefónica, colaboran con Proniño realizando diferentes acciones con la escuela y los chicos del programa, entre otras acciones han logrado inaugurar una biblioteca en el 2007 realizando talleres de lectura incentivando a los jóvenes a conocer los beneficios de la lectura. Se realizan jornadas en las que se comparten actividades recreativas.»⁹⁴

Empresas Argentinas en movimiento



Valos forma parte de un «grupo visionarios en movimiento hacia un modo de ser más responsable en la sociedad. A través del marco de la RSE como punto de convergencia de los intereses de toda la sociedad, movilizadora en la búsqueda del bien común.»⁹⁵

Este grupo desarrolló la campaña Negociemos con Valores, la misma tiene como objetivo «crear conciencia de responsabilidad y trabajo con valores por parte de la empresa, de modo que se sientan identificadas con concepto en común que las integre y les permita ser adoptada como propia.

Bajo el concepto de una empresa con principios no tiene final, la iniciativa está dirigida hacia empresas que entienden la necesidad de recuperar los valores

⁹⁴ Disponible en <http://planetatelefonica.com.ar/caravanapronino/2010/11/25/el-trabajo-infantil-en-mendoza/#more-485>, [julio, 2011].

⁹⁵ Disponible en <http://www.empresasconvalores.org/>, [julio, 2011].

universales en su forma de hacer negocios, confiando en la responsabilidad de cada una en la promoción del concepto y mensaje.

El objetivo de la iniciativa es que las empresas invitadas se adueñen de la idea y la comuniquen por sí solas, generando conversaciones sobre valores universales en los negocios. La empresa sólo debe adaptar el mensaje a la comunicación de su empresa utilizando los canales propios de comunicación con sus clientes proveedores y comunidad, así como también un acuerdo ético con cada empresa de su cadena de valor, y la explicitación de su código de ética y marco de valor.



Elementos de la comunicación

Propuestas de acciones publicitarias.

Cada empresa tendrá su propio símbolo conformado por elementos que lo identifiquen en su rubro. Entre las piezas principales se pueden desarrollar postales que sean utilizadas por las empresas para sus comunicaciones a clientes, proveedores y empleados. Cada postal tendrá un símbolo representativo de cada empresa con la frase **"Una empresa con principios no tiene final"**. »⁹⁶

⁹⁶ Disponible en <http://www.empresasconvalores.org/>, [julio, 2011].

Programa "Buena cosecha"

MINISTERIO DE GOBIERNO JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS
SUBSECRETARÍA DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL
DIRECCIÓN DE EMPLEO



El proyecto nació en respuesta a la problemática que se presenta en los flujos migratorios de trabajadores rurales en los meses de noviembre a mayo. Mendoza recibe migración de trabajadores principalmente de países limítrofes y del norte del país, la migración se produce generalmente en forma familiar, es por esta razón que los trabajadores deben procurarse, al momento de arribar, no sólo un lugar de residencia para sí mismos sino que también deben gestionarlo para su familia.

Es entonces la familia entera que se trasladará hacia el lugar de trabajo, niños y niñas que se encuentren en edad de trabajar acompañaran a sus padres, mientras que los más pequeños se quedarán en las inmediaciones del lugar a la espera de que sus consanguíneos terminen sus labores diarias.

Las condiciones de arribo a menudo los exponen a situaciones donde sus derechos quedan vulnerados, ya sea respecto a los riesgos propios de la actividad que realizan como al abandono, pasando por el trabajo infantil y el trabajo adolescente no registrado.

En vista de la existencia de esta realidad, el Gobierno realizó una propuesta que se encuentra enmarcada en la política de prevención y erradicación del **trabajo infantil**, liderado por el Ministerio de Gobierno, Justicia y Derechos Humanos de la Provincia de Mendoza, en articulación con otros ministerios a nivel provincial y nacional.

"El proyecto comenzó a implementarse en el año 2009 y siguió ampliándose a medida que las necesidades así lo demandaban, actualmente han agregado 20 centros socio-educativos, pasando a un total de 60 centro para atención socio-educativa"⁹⁷. Este aumento refleja el auge de la problemática así como también el compromiso de los distintos actores sociales implicados, esto podemos verlo

⁹⁷ Parte de la entrevista realizada a SOSA CELIS, Violeta; Dirección de Empleo Subsecretaría de Trabajo y Seg. Social, entrevista personal, Mendoza, abril 2011.

en la inclusión en el desarrollo del proyecto de OSC (Organizaciones de la Sociedad Civil).

Involucrados

El Proyecto trata una gestión integrada donde los participantes son:

El Estado (Nacional, provincial, municipal)

- ✘ Gobierno nacional: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación
- ✘ Gobierno provincial: Mesa Interministerial de Abordaje del trabajo Infantil (Ministerio de Gobierno, Justicia y Derechos Humanos, Ministerio de Desarrollo Humano, Familia y Comunidad, Dirección General de Escuelas)
- ✘ Gobierno municipal: Municipios de Guaymallén, San Martín, Tunuyán, Tupungato, San Carlos y Santa Rosa

Los sindicatos

- ✘ Frutas Frescas y Hortalizas de Cuyo, de Obreros y empleados de Viñas y Afines (SOEVA), Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores (UATRE)

Las empresas privadas.

- ✘ La Campagnola - Grupo Arcor, Bodegas y Viñedos O Fournier S.A., Bodegas y Viñedos Crotta SA, Catena Zapata, Viñedos de Don Antonio - Pulenta Estate, UNITIVA, Bodega Familia Zuccardi, Clement SA, Schirley Hinojosa, y El Trupial SA

OSC

- ✘ VALOS.

Objetivos

General:

Promover la creación de centros socio-educativos de contención, destinados a las niñas, niños de hasta 14 años, hijos de trabajadores rurales, mediante la gestión asociada del Estado (nacional, provincial y municipal), los sindicatos y las empresas privadas.

Específicos:

- ✿ Institucionalizar la gestión asociada del Estado, los sindicatos y las empresas
- ✿ Garantizar la infraestructura, los cargos docentes, el equipamiento, las raciones y el transporte.
- ✿ Establecer estrategias de monitoreo de la puesta en marcha de los centros.
- ✿ Desarrollar acciones de capacitación en materia de prevención del trabajo infantil, maltrato y explotación sexual infantil.

Alcance

Destinatarios

El proyecto se destinó a 914 niños y niñas menores de 45 días de vida hasta 14 años de edad, hijos de trabajadores rurales de los Departamentos de: Tunuyán, Tupungato, San Carlos, San Martín, Santa Rosa y Guaymallén, y de manera indirecta a aproximadamente 300 familias rurales.

Ubicación de los centros

- ✿ Zona centro: Guaymallén (1)
- ✿ Valle de Uco: Tupungato (3), Tunuyan (4), San Carlos (4).
- ✿ Zona este: Santa Rosa (4), San Martín (4).

Financiamiento

El financiamiento es en forma conjunta (recordemos que se trata de una gestión asociada), si bien el Estado Nacional provee de mobiliarios, transporte y raciones alimentarias (se trata de jornadas completas), la empresa hace su parte cediendo el espacio físico, es decir la infraestructura necesaria para que el proyecto sea llevado a cabo en las inmediaciones de la misma.

Resultados

A continuación se exponen los resultados obtenidos con la aplicación del Proyecto Buena Cosecha, con detalles por departamento⁹⁸

Cuadro N° 1: **Cantidad de destinatarios y docentes por cada departamento**

Departamentos	Niños	Docentes
GUAYMALLEN	28	2
SAN CARLOS	146	10
SAN MARTIN	86	9
SANTA ROSA	69	4
TUNUYAN	335	24
TUPUNGATO	250	19
TOTAL	914	68

Cuadro N° 2: **Centros por departamento y edades de los niños, San Carlos.**

San Carlos (se adjunta listado)				
Edades de los niños	Tres esquinas	Tres de febrero y Malvinas	Salón comunitario Capiz	O´Fouernier
1 a 3	6	8	4	5
4 a 7	21	7	13	14
8 a 11	14	8	13	16
12 a 14	3	2	13	4
Más de 14	0	8	1.	2.
TOTAL	44	25	43	34

⁹⁸ Material que generosamente ofreciera Lic. Dora Balada, encargada del "Proyecto Buena Cosecha", abril, 2011.

Cuadro N° 3: Centros por departamento y edades de los niños, Tupungato.

Tupungato (se adjunta listado)			
Edades de los niños	Cachorritos	Jesús de Praga	Polideportivo Francisco Rizzo
1a 3	17	9	8
4 a 7	12	20	5
8 a 11	7	17	3.
12 a 14	2	14	4.
Más de 14	5.	6.	7.
TOTAL	38	60	13

Cuadro N° 4: Centros por departamento y edades de los niños, Tunuyán.

Tunuyán (se adjunta listado)				
Edades de los niños	Loteo Dante El Algarrobo	Villa Seca	Colonia Las Rosas	Vista Flores
1a 3	38	18	7	15
4 a 7	31	22	26	16
8 a 11	49	25	28	20
12 a 14	29	8.	8	3
Más de 14	9.	10.	11.	12.
TOTAL	147	65	69	54

Cuadro N° 5: Centros por departamento y edades de los niños, San Martín.

San Martín (se adjunta listado)				
Edades de los niños	Cosechadores de Sueños Nueva California	Dulces Ositos Tres Portañas	Milagros El Central	Alto Salvador
1a 3	6	7	12	4
4 a 7	7	16	6	8
8 a 11	2	6	13.	5
12 a 14	3	4	14.	15.
Más de 14	0	1	16.	17.
TOTAL	18	34	18	17

Cuadro N° 6: Centros por departamento y edades de los niños, Santa Rosa.

Santa Rosa (se adjunta listado)				
Edades de los niños	Clement El Mercado	Rayito de sol, El mercado	Finca La Agrícola	Casita de Miel
1a 3	18.	12	1	19.
4 a 7	20.	8	9	8
8 a 11	3	21.	11	10
12 a 14	4	22.	3	23.
Más de 14	24.	25.	26.	27.
TOTAL	7	20	24	18

Cuadro N° 7: Centros por departamento y edades de los niños, Guaymallén.

GUAYMALLÉN: SOLCITO DE LA PRIMAVERA (SE ADJUNTA LISTADO)	
1 a 3	20
4 a 7	8
8 a 11	-
12 a 14	-
Más de 14	-
TOTAL	28

Fuente: Material otorgado por Lic. Dora Balada, encargada del "Proyecto Buena Cosecha", Ministerio de Gobierno Justicia y Derechos Humanos, Subsecretaría de Trabajo y Seguridad Social, Dirección de Empleo.

Iniciativa Privada vs. Iniciativa Pública

¿La expansión es posible?

«La demanda de iniciativa privada cada vez es mayor y sigue siendo de debate público. Basta preguntarse cual es el espacio privado donde debería realizarse.

La norma ISO 26000 es el mejor ejemplar sobre el cual pueden basarse los proyecto de integración. Las iniciativas pueden fundarse en un amplio espectro

de posibilidades que pueden surgir en el encuentro de objetivos tanto privados como públicos.»⁹⁹

Participación de Valos

La intervención de organizaciones que funcionen como nexos entre el ámbito privado y el público es un ejemplo certero de la fuerte demanda de este tipo de organizaciones por parte del consumidor actual.

“Valos participa en el proceso de construcción del programa, acercando al sector empresario y colaborando desde su rol (al menos 5 empresas miembro de Valos, formaron parte de esta iniciativa). El impacto en las empresas adheridas fue muy positivo, y para Valos fue una experiencia muy rica como organización de la sociedad civil.”¹⁰⁰

La participación y apoyo de esta ONG permite recorrer el camino de la RSE, movilizando a las empresas hacia proyectos tendientes al logro de objetivos de bien común, que promocionan la RSE como modelo de gestión para lograrlo.

⁹⁹ Parte de la entrevista realizada a SOSA CELIS, Violeta; Dirección de Empleo Subsecretaría de Trabajo y Seguridad Social, entrevista personal, Mendoza, abril 2011.

¹⁰⁰ Parte de la entrevista realizada a Lucía Mateo. Encargada Área de Apoyo VALOS. Junio, 2011.

Conclusiones

La RSE como una herramienta de gestión es un tema de discusión y contemplación en el mercado y en la sociedad actual. Como todo tema polémico atrae diversas opiniones y razonamientos. Los detractores argumentan que la RSE es solamente un tema de moda que las empresas utilizan como estrategia corporativa, donde el satisfacer a un cliente actual muy exigente es objetivo primordial y para alcanzarlo no existen límites morales ni profesionales.

Sin embargo existe un creciente número de entusiastas, que creen fervientemente en que el modo de hacer negocios debe cambiar para el logro de objetivos no sólo individuales y económicos, sino sociales, culturales y medio ambientales, donde el interés por las generaciones futuras y el legado



humano se convierte en estandarte. Para estas personas es lógico el hecho de que surjan organismos de la sociedad civil y gubernamentales, tanto sectoriales como internacionales, que busquen reglamentar de alguna forma el accionar de las empresas, ya sean pequeñas surgentes o grandes corporaciones, así como también acompañar su funcionamiento, guiándolo a lugares donde consideren deban expandir su ejercicio.

El resultado de esto ha sido el desarrollo e implementación de la ISO 26000 de RS, una norma que amplía el alcance respecto a responsables, campo de acción y metodología.

Es en este marco donde podemos encontrar muchos ejemplos de RSE, desde corporaciones comprometidas con las generaciones futuras, hasta individuos que creen que su aporte hace la diferencia global, y es aquí donde se encuentra el verdadero cambio generacional.

El presente informe deja ver que a lo largo de la historia no ha sido fácil llegar al desarrollo actual y que si bien el movimiento conceptual ha sido muy importante, ahora es el momento para demostrar que los conceptos pueden llevarse de la planificación al trabajo, del papel a la acción, de una persona a toda una organización, de una empresa a toda una sociedad.

Es largo el camino que queda por recorrer, las diferencias sociales y culturales, así como las grandes brechas en la distribución de la riqueza, todavía son muy

marcadas, y no permiten la aplicación genérica de herramientas, el proceso debe ser adaptable a cada caso en particular.

Sin embargo ha quedado demostrado que la labor ha comenzado, y no muy lejos de nosotros, nuestra provincia presenta ejemplos claros del avance en el uso de herramientas de gestión de RSE, así como también de profesionales cada día más interesados en su práctica responsable y tendientes al logro de objetivos de desarrollo sostenible, en el ámbito privado y en el público.



Los programas de RS desarrollados en forma conjunta entre empresas del medio y el gobierno provincial, dejan ver que el camino ya está trazado, los esfuerzos se encuentran fuertemente direccionados hacia la implementación y concientización.

Para algunos, esto tal vez no parezca novedad, es sólo un nombre diferente para etiquetar el trabajo de todas sus vidas, marcado a fuego por valores familiares y respeto por el ser humano y su entorno, pero aún así implica un reconocimiento claro a la ética de trabajo y una presión para sus pares (tanto competencia como proveedores, clientes y sociedad en general).

Cabe la esperanza de alcanzar una sociedad concientizada, inteligente y sobre todo solidaria, abocada a llevar a la realidad conceptos idealizados, concebidos para el logro de un desarrollo sostenible mundial y un compromiso con las generaciones futuras.

Bibliografía

- ALONSO, Victoria; "Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región"; Edición LC/W.87, Ed. Naciones Unidas, Chile, 2006, 49 pág.
- Echarri Prim, Luis: "Ciencias de la Tierra y del Medio Ambiente", Edición electrónica, Ed. Teide. Consultado el 12 de julio de 2011, página web: <http://www.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/14PoIEcSoc/140DesSost.htm>, tema 14.
- Hollman, María Ayelén. Fundamentos de la Responsabilidad Social. Universidad Nacional del Comahue. Segundo semestre 2010.
- Milberg, Amalia; Paladino, Marcelo; Vassolo, Roberto; "REVISIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN ARGENTINA"; PDF, 25 páginas. Disponible en línea: <http://gestionsocial.org/archivos/00000011/RSE.pdf>, julio 2011.
- Morrós Ribera, Jordi; Vidal Martínez, Isabel: "Responsabilidad Social Corporativa (RSC)", Edición ilustrada, Ed. FC; España, 2005, 210 páginas.
- Responsabilidad Social en Argentina (en línea). Córdoba, Argentina. Boletín Nº 122. Febrero 2008. ULLA, Luis. Disponible en Internet: http://responsabilidad-social.educacionparapoder.com.ar/tareas_rse_argentina.htm
- SOSA CELIS, Violeta; Dirección de Empleo Subsecretaria de Trabajo y Seguridad Social, entrevista personal, Mendoza, abril 2011.

Páginas consultadas

- http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Internacional_para_la_Estandarizaci%C3%B3n Julio 2011
- <http://iso26000.com.ar/2010/08/foro-iso-26000-peru-indecopi/>, julio, 2011.
- <http://noticias-rse.blogspot.com/2007/10/natura-ser-carbono-neutro-en-2007.html>, julio 2011.
- <http://planetatelefonica.com.ar/caravanapronino/2010/11/25/el-trabajo-infantil-en-mendoza/#more-485>, julio 2011

- http://responsabilidad-social.educacionparapoder.com.ar/responsabilidad_social_empresaria.htm, julio 2011.
- <http://rseonline.com.ar/2010/05/valos-mendoza-empresas-publico-interno/>, julio 2011.
- <http://scf.natura.net/SobreANatura/> julio 2011.
- http://www.alttsgroup.com/index.php?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=282, julio 2011.
- <http://www.arcor.com.ar/>, julio 2011.
- http://www.camposol.com.pe/espanol/sp_inicio.html, julio, 2011.
- <http://www.ceads.org.ar/>, julio 2011.
- <http://www.codesarrollo.org.co/2010copia/memorias/icontec.pdf>, julio 2011.
- http://www.codelco.com/desarrollo/fr_gestion.html, julio 2011.
- <http://www.colombiaincluyente.org/vernot.php?id=40>, julio 2011.
- http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Documents/Responsabilidad_social.pdf, julio 2011.
- <http://www.ecured.cu/index.php/ISO>, julio 2011.
- <http://www1.ethos.org.br/> Julio 2011
- <http://www.expoknews.com/2010/11/01/la-norma-iso-26000-de-responsabilidad-social-se-publica-hoy/>, julio 2011.
- http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=somos, julio 2011.
- http://www.iarse.org/new_site/site/index.php?put=noticia_detalle&id_noticia=1525, julio 2011.
- http://www.iram.org.ar/RespSocial/2011-11_VISION_GENERAL_DEL_PROYECTO_ISO_26000.pdf, julio 2011.
- <http://www.iso.org/iso/about.htm>. Julio 2011.
- <http://www.linkedin.com/company/codelco>, julio 2011.
- <http://www.losandes.com.ar/notas/2005/11/13/economico-174049.asp>, julio 2011.
- <http://www.losandes.com.ar/notas/2006/4/23/economico-191790.asp>, julio, 2011.
- http://www.manpower.com.ar/quienes_somos.asp, julio 2011.
- <http://www.naturabc.mex.tl/>, julio 2011.

- <http://www2.natura.net/Web/Ar/acerca-de-natura-hitos.asp>, julio 2011.
- <http://www.solucionesavanzadas.cl/blog/gestion/91-gestion/1592-las-10-empresas-socialmente-mas-responsables-en-chile>, julio, 2011.
- <http://www.rseperu.org/enlaces-topmenu-20/300-camposol-inaugura-panaderia-la-casa-del-pan-en-chao.html>, julio, 2011.

Declaración Jurada Resolución 212/99-CD

“El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta derechos de terceros.”

Mendoza, 28 de agosto de 2011.



Cecilia Díaz
Reg. N° 23756