



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

RESPONSABILIDAD ES RESPUESTA

Trabajo de Investigación

POR

Laura Romano

DIRECTOR:

Prof. Hugo R. Ocaña

M e n d o z a - 2 0 1 3

Índice

Capítulo I El porqué de la RSE	4
A. CRISIS	4
1. Crisis social	5
2. Crisis ecológica	7
B. DESARROLLO EVOLUTIVO	8
1. Comienzan a surgir diferentes líneas de acción	11
2. Opción para enseñar la ética	13
Capítulo II Definiciones e involucrados	17
A. DEFINICIONES	17
B. STAKEHOLDERS	19
1. Definiciones	19
2. Stakeholders directos o de niveles internos	20
3. Stakeholders indirectos o niveles externos	20
Capítulo III Los primeros pasos	23
Capítulo IV Normas y guías para la RSE	28
A. PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	28
B. NORMAS ISO	29
1. Propósito de la Norma ISO 26000 - RS	29
C. INICIATIVA DEL REPORTE GLOBAL	29
D. CONTENIDO DEL GRI	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
E. INDICADORES DEL IARSE	30
b) Liderazgo social	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo V Parte práctica	31
A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	31
1. Farmacias del centro	31
a) Visión	32
b) Misión	32
c) Valores	33
d) Control de calidad	33
e) RSE	34
f) Gestión socialmente responsable	35
g) Banco de alimentos	35
h) El arca	35
i) Kairos (ONG)	35
j) Valos	35
k) IARSE	35
l) Certificación ISO	35
m) Cuidado del medio ambiente	35
n) Programa terminalidad educativa	36
o) Comunicación y publicidad transparente	36

p) Difusión, educación y prevención	36
B. INDICADORES DEL IARSE	36
1. Ámbito interno	45
2. Ámbito externo	46

Introducción

Problema Detectado

Los efectos de la globalización produjeron un predominio de la lógica mercantil sobre la lógica del ordenamiento legal que es propio del Estado.

Este fenómeno generó un paulatino impacto sobre la subjetividad, de la identidad de ciudadanos, se pasó inconscientemente, a la identidad de consumidores.

Todo proceso humano debe ser analizado desde 3 niveles inter-relacionados, la intra-subjetividad, la trans-subjetividad y la inter-subjetividad¹

Hipótesis:

En el abordaje de este trabajo se pretende dar cuenta de cómo, frente al impacto negativo de la sociedad y la cultura (trans-subjetividad) sobre el mundo interno de cada persona (intra-subjetividad), aparecen movimientos grupales, institucionales y sociales (inter-subjetividad) que intentan generar acciones formativas, correctivas y asistenciales que puedan modificar y/o compensar los daños ocasionados por la corriente mercantilista. La naturaleza del mercado no es negativa en sí misma, si no que toma características destructivas cuando no se articula con la lógica Estatal, que es el ordenamiento legal de las relaciones.

La Responsabilidad que asumen diferentes agrupamientos, instituciones u organizaciones, en realidad es una respuesta a la Crisis imperante.

¹ **Kaës, Rene; Puget, Janine;** “Violencia de Estado y Psicoanálisis”; Grupo Editorial Lumen; Argentina 1988[Abr/12]

¿Respuesta a qué?

Respuesta a una necesidad ciudadana de reparación y a un movimiento social que busca el resarcimiento de un escenario devastado por los efectos no deseados de la globalización.

Lo más global que ha pasado en el mundo ha sido el ir y venir de capitales que a partir de este advenimiento han podido buscar su objetivo de rentabilidad en cualquier lugar del planeta, sin preocuparse demasiado por el mantenimiento de la capacidad productiva de la gente, del equipamiento y del medio ambiente.

Como es lógico esperar del capital, éste se ocupa de producir rentabilidad, no siendo posible, en ese sentido, ser calificado como bueno o malo.

Lo negativo ha sido la pérdida casi extrema de la función reguladora del Estado, quien no ha logrado exigir a cambio de la producción, el mantenimiento de la capacidad productiva (gente capacitada y motivada, ambiente resguardado, estructura material sostenida). Luego de retirarse el capital hacia otros puertos, el fenómeno observable ha sido el efecto siniestro de generar más excluidos del sistema, desastres ecológicos y vacío de oportunidades para el después

Este debilitamiento de la función estatal, para mantener el orden legal y la justicia y para prevenir el desarrollo futuro, ha producido una distorsión funcional, que se transforma en una fuente de violencia de la que luego somos víctimas la mayoría. Unos porque la expresan, otros porque somos lesionados por esa expresión.

Esta circunstancia, ha generado un movimiento social de reparación, simbolizado y efectivizado en la "respuesta" del mundo empresario a las necesidades descuidadas.

Se instituye entonces, de a poco y paso a paso, la entidad de la "responsabilidad social empresaria", vehiculizada a través de diferentes organismos, empresas e instituciones; para pasar, en la actualidad a ser sustituida por el concepto de "responsabilidad social", más abarcativo, sin necesidad de ser una iniciativa de carácter corporativo.

La hipótesis que se plantea es que si las personas, los grupos y las organizaciones privadas se "responsabilizan", responden, a las necesidades no

cubiertas por el Estado, pero en forma articulada con él, se refuerza la función estatal, produciendo resultados que son beneficiosos para todos los involucrados (destinatarios, Estados y entidades comprometidas).

Capítulo I

EL PORQUÉ DE LA RSE

En este capítulo se verán algunas de las circunstancias que dieron origen al movimiento social de la RSE. Para ello se expondrán algunos fenómenos que emergen de la crisis de valores que atravesamos mundialmente, continuando con un breve desarrollo evolutivo, a partir de las primeras apariciones de la RSE, para concluir con la imperiosa necesidad de responsabilizarnos y, desde el área de influencia de cada uno, tratar de recomponer esos valores y cambiar nuestros paradigmas.

Los paradigmas son los esquemas o cristales con que leemos la realidad que nos rodea.

Es imposible salir de una crisis sin modificar los paradigmas que nos hicieron llegar a ella.

A. Crisis

La crisis de valores, que actualmente sustenta todo el deterioro que sufre la humanidad y el planeta, nos llama la atención con innumerables muestras de indiferencia por el futuro.

Desde el consumo irracional de elementos finitos e imprescindibles para la vida, como el agua, hasta los altos índices de corrupción en las actividades humanas, pasando por impactos ambientales de la producción difíciles de revertir, nos convocan a reaccionar e implicarnos, de alguna forma, en la responsabilidad de estos hechos.

La crisis de valores, con su potencialidad destructiva, produce distorsiones absolutamente irracionales que derivan en diversos efectos perniciosos que analizamos en forma breve seguidamente.

1. Crisis social

- **EXCLUSIÓN SOCIAL**, que no es más que el "Proceso mediante el cual los individuos o los grupos son total o parcialmente excluidos de una participación plena en la sociedad en la que viven" (Fundación Europea, 1995), la sociedad se divide en incluidos sociales (son los productivos), y excluidos sociales (son los improductivos).

Aquí se presenta un pequeño, pero significativo ejemplo de la desigualdad mundial, presentado por Raúl Llobeta en su libro "Vivir del Trabajo"²

Mil millones de personas viven con menos de un dólar por día.

Más de la mitad del mundo vive con menos de dos dólares por día.

Trescientas personas de las más ricas tienen más dinero que 3.000.000.000 de personas.

Se gastan 600.000.000.000 dólares en defensa y armas por año en el mundo.
Esto cifra significa 17.400.000.000.000,00 pesos argentinos.

La canasta básica es de 317 pesos argentinos por mes mientras que el subsidio mensual por desempleo es de ciento cincuenta pesos.

Con lo que se gasta en defensa anual militar se podría dar de comer durante un año a 97 mil millones de niños (97.000.000.000 niños). La humanidad tiene hoy seis mil millones de seres humanos, o sea que con lo que se gasta en armamentos se podría dar de comer a 17 humanidades por año.

Los países desarrollados gastan 300.000.000.000,00 dólares (8.700.000.000.000,00 pesos argentinos) por año en subsidios agrícolas. Esto es lo que los gobiernos desarrollados le obsequian a sus productores agropecuarios.

La mayor parte de los países calificados como subdesarrollados viven de la agricultura y producen comida. La mayor pobreza es la rural, la de los pequeños agricultores que en su mayor parte son aborígenes. Si dejaran de regalarle a sus productores y los países pobres podrían vender sus productos, la pobreza posiblemente desaparecería.

Fuente: sitio web del Banco Mundial³

- **DESEMPLEO.** En este último tiempo la caída de las bolsas ha provocado una innumerable cantidad de despidos y por lo tanto un incremento en los niveles de desempleo:

² LLOBETA, Raúl, **Vivir del propio trabajo**, Cuadernos del Duende (San Salvador de Jujuy, enero de 2005), pag. 164.

³ BANCO MUNDIAL, **Informe Inequidad en la Riqueza del Mundo, Banco Mundial (2003)**, disponible en www.bancomundial.org/temas/resultados/datos.htm [Abr/12]

"Entre 1,5 y 2,4 millones de personas perderán sus puestos de trabajo en Latinoamérica este año debido al impacto de la crisis financiera mundial, según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El estudio indicó que la tasa de desempleo regional urbano aumentará desde 7,5% estimado entre enero y noviembre de 2008 (unos 15,7 millones de desocupados) para situarse en un rango de entre 7,9 y 8,3% como promedio anual en 2009.

Para este año se calcula que en total habrá entre 17,2 y 18,1 millones de desempleados en la región, precisó el informe titulado "Panorama Laboral 2008: América Latina y el Caribe", presentado en Lima, sede regional de la OIT y consignado por la agencia Efe."⁴

- **INSEGURIDAD.** Hoy en día, la seguridad es uno de los aspectos sociales que más nos preocupa, ya que en los últimos años el incremento de delitos ha sido insostenible. El siguiente artículo de Pepe Eliashev, nos describe de forma muy clara la sensación que vivimos últimamente:

"Inseguridad" es la existencia de una cuota de episodios delictivos superior a la media que puede tolerar una sociedad organizada. El delito existe, existió y seguirá existiendo. En cualquier tipo de economía, capitalista, socialista, planificada, libre, el delito –de alguna manera, hasta que no se demuestre lo contrario- parece estar profundamente acendrado en la conducta del género humano. Robar, matar, quedarse con lo que no es de uno, agredir, son conductas que remontan a los inicios de la humanidad. Nada nuevo en consecuencia.

Cuando esto, en cambio, se convierte en una epidemia grave, cuando supera cotas elementales que permitan manejarlo con una cierta discreción, estamos en presencia de una inseguridad tóxica. ¿En qué momento se traspone la línea que va de un delito previsible, normal, standard, promedio, a una inseguridad galopante, que literalmente impone un estado de sitio? Porque la gente a partir de ese hecho comienza a tener miedo, a no salir de sus casas, las mujeres lógicamente están aterradas por el número absolutamente abominable de violaciones y, en términos generales, la propiedad privada está jaqueada por una

⁴ IPROFESIONAL.COM, **Latinoamérica tendrá mas de 1.5 millones de nuevos desempleados en 2009**, disponible en <http://management.infobaeprofesional.com/notas/77761-Latinoamerica-tendra-mas-de-15-millones-de-nuevos-desempleados-en-2009.html?cookie> [Abr/12]

ola de robos, asaltos e intrusiones que se maneja como si realmente nada le diera miedo. A todo lo cual se une, desde luego, la permanente y sistemática aparición de delincuentes con uniforme, en el corazón de las propias fuerzas de seguridad.⁵

2. Crisis ecológica

Las problemáticas ecológicas a las cuales se enfrenta la humanidad, han hecho que se comiencen a aunar esfuerzos para conservar las áreas naturales que aún quedan, e intentar regular al máximo los efectos de la intervención del hombre sobre el medio, buscando así saldar la "deuda ecológica" que se ha contraído con una biosfera que resultó seriamente maltratada por la noción que, desde la revolución industrial, se ha tenido de desarrollo y progreso.

Desde el siglo pasado, el desmedido e irracional aprovechamiento del espacio y de los recursos naturales condujo a su agotamiento y a la degradación del medio ambiente en general. En este siglo, en la década de los setenta, el desequilibrio ecológico dejó de ser latente y se percató la humanidad de que, contrario a lo que se creía, la tierra no podía reponerse tan fácilmente de la vertiginosa degradación, ni mucho menos era una despensa infinita de recursos. Hoy día, el agotamiento de los mismos amenaza las mínimas condiciones de vida para el hombre en algunas zonas del globo.

Hoy se consume el 20% más de los recursos que la naturaleza consigue renovar, dice un estudio realizado por el Instituto Akatú⁶ de San Pablo.

Según este informe, si todos los seres humanos de la tierra tuvieran el mismo hábito de consumo que las personas que habitan los países desarrollados, necesitaríamos los recursos naturales de 4 planetas similares a la tierra para vivir.

Algunos de los desastres ecológicos a los que es apremiante encontrar solución son:

⁵ PERFIL.COM, **La inseguridad de los 400 millones**, disponible en <http://blogs.perfil.com/podcast/index.php/2009/03/30/la-inseguridad-de-los-400-millones> (Marzo 2009) [Abr/12].

⁶ MATTAR, Elio, **Lo que el consumidor espera de las empresas**, Instituto Akatú (San Pablo, Brasil 2005), pag 44.

- **Clima.** En octubre del 2002 las Naciones Unidas anuncia que las empresas de seguros desembolsarían U\$S 150 billones anuales por pérdidas relacionadas a los cambios climáticos.
- **Biodiversidad marina.** Científicos revelan que la pesca industrial mató el 90% de las mayores y más económicamente importantes especies de peces. En el año 2000 la cantidad de peces pescados fue 4,8 veces mayor al volumen pescado en 1950. En los últimos 50 años se pescó aproximadamente el 90% de todos los grandes predadores oceánicos: atún, marlin, bacalao y pez espada.
- **Reservas forestales.** Cerca de la mitad de la cobertura forestal original del planeta dejó de existir y otro 30% está degradado o fragmentado. El consumo global de madera se duplicó en los últimos 50 años. El desmonte del Amazonas aumentó en un 40% entre 2001 y 2003.
- **Capa de ozono.** Científicos informan que el agujero de ozono en la Antártida es de 26.000 km².
- **Agua.** El consumo mundial de agua ha aumentado seis veces en el siglo XX. Se calcula que aproximadamente 2.000 millones de personas no acceden a este recurso vital lo necesario para una vida sana.
- **Nivel del mar.** Producto del calentamiento global se registra un aumento de 15 cm en el siglo XX que proviene del deshielo de la masa continental polar.

Estos son sólo algunos de los aspectos de la gravísima crisis que estamos atravesando y que como ya se dijo anteriormente si no reaccionamos y nos OCUPAMOS, en lugar de preocuparnos, el futuro de la humanidad y de este planeta tan rico en diversidad de especies es muy negro.

B. Desarrollo evolutivo

A continuación, un breve relato de cómo y cuándo fueron apareciendo los primeros vestigios de RSE en el mundo.

La responsabilidad social corporativa está despertando en los últimos años un enorme interés por parte del sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversores e incluso algunos gobiernos. Desde finales de los noventa han ido

apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos y normas encaminados a promover un comportamiento de las empresas más ético, sostenible y respetuoso con la sociedad y el medio ambiente.⁷

La mayoría de estas recomendaciones, de carácter voluntario, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales.

La empresa como organización desempeña un papel clave en la sociedad, además de su función en la creación de riqueza.

El viejo modelo de gestión empresarial basado en la maximización del beneficio para el accionista con una visión cortoplacista, ha demostrado ser no sólo perjudicial para la sociedad en general, sino también para los propios accionistas, especialmente aquellos con menor poder negociador y con intereses a largo plazo.

El marco conceptual y las diversas formas en que se expresa la RSE hoy, son el resultado de un proceso dinámico y evolutivo, desarrollado a través del tiempo

El Prof. Carroll, A. B. en el artículo mencionado al pie de página⁸, expone la evolución del concepto y la investigación acerca de la RSE.

Su revisión abarca la segunda mitad del siglo XX, desde la década de los 50, como inicio del uso del concepto de RSE, hasta los 90. La selección de este espacio de tiempo no implica que las preocupaciones sociales hayan surgido en este siglo en el ámbito empresarial. Lo que sí parece real es que el uso del término RSE aplicado a esas preocupaciones sociales, así como el posterior desarrollo de sus conceptos, se inician en la década de los 50.

La primera definición que recoge Carroll en su artículo es la de Bowen, el cual afirma que la RSE "se refiere a la obligación del gestor para proponer esas políticas, realizar esas acciones o seguir esas líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad" (Carroll, 1999, pág. 270) . A juicio de Carroll ésta es la primera definición, que funda del concepto de RSE.

⁷ DE LA CUESTA GONZÁLES, Marta, **El porqué de la RSC**, en *Boletín Económico de ICE*, Nº 2813 (2004), PDF disponible en <https://www.juntadeandalucia.es> [May/12].

⁸ CARROLL, B. Archie, **Corporate Social Responsibility: Evolution of a definitional construct**, en *Business & Society*, (University of Georgia, 1999), pag. 268-295.

Es un concepto que incluye algunos puntos que generan significación:

- Le da carácter de obligatoriedad.
- La atribuye a la persona que realiza la gestión de la organización.
- Aclara que las acciones deben sostener los principios de la sociedad.

En la década de 1960 el debate se abre, se generaliza y suscita un número mayor de propuestas acerca de la definición de RSE. Aunque se sigue mencionando la responsabilidad del gestor; algunos, comienzan a considerar a la organización como sujeto de la RSE.

En general, puede decirse que todos los conceptos intentan articular el binomio organización-sociedad, con un anhelo de superar las obligaciones legales y económicas.

En la década de los 70 comienza a percibirse la complejidad de la RSE, tratando de distinguirse distintos tipos de responsabilidades, y distintos tipos de interlocutores (empleados, proveedores, accionistas, comunidades locales...)

En esta década, es especialmente significativa la declaración del Comité para el Desarrollo Económico (CED), de los Estados Unidos. Este comité hace un reconocimiento público de la petición que hace la sociedad a las organizaciones para que asuman una mayor responsabilidad en relación al desarrollo social a todo nivel, más allá de los meramente económicos.

En cuanto a las décadas de los 80 y 90 la mayoría de trabajos, según Carroll en su artículo, se centran más en el cómo aplicar la RSE, en cuanto a indicadores, buenas prácticas y pasos para su implementación; se trata más bien de investigaciones empíricas.

Por otra parte, en la década de 1990 también surgen temas relacionados con la RSE, como la teoría de los stakeholders (los involucrados o interesados en la gestión de un proyecto; es decir, todas las personas u organizaciones que afectan o son afectadas por el proyecto, ya sea de forma positiva o negativa), el concepto de ciudadanía corporativa (cumplimiento de los deberes como ciudadano corporativo; es un concepto muy ligado al de RSE), marketing con causa (es una herramienta mediante la cual una empresa se compromete a colaborar con un proyecto social a cambio de beneficios de imagen y por tanto

económicos o exclusivamente sociales; habla de un "posicionamiento por afinidad con la clientela", en lugar de la diferenciación por atributos del producto)...

1. Comienzan a surgir diferentes líneas de acción

Figura 1



Fuente: Elaboración propia

- La creación de ONG. Se orienta a reforzar la importancia de la conducta ética de ciudadanos, empresarios, directivos y organizaciones.

Por ejemplo: EBEN, asociación española de ética de la economía y de las organizaciones (Madrid,1987); GCEB grupo de consejeros para la ética en la biotecnología (Bruselas,1991); el CIB comité internacional de bioética (UNESCO,1992); la ETNOR fundación para la ética de los negocios y las organizaciones (Valencia,1994); la fundación EPSON (Barcelona,1998); el Instituto de Tecnoética, centro de estudios sobre tecnología y humanismo (Barcelona,1998) ; así como la red iberoamericana de Ética de los negocios y las organizaciones (Colombia,1999) a la que se encuentran incorporados Colombia, México, Venezuela y Ecuador.

El Instituto Ethos de responsabilidad social empresaria de Brasil, es una organización promotora de RSE fundada por brasileños hace ya ocho años. Ethos tiene hoy alrededor de 1.200 empresas asociadas, que sumadas representan el 32% del PBI de Brasil.

En el mes de mayo del 2007, el diario Clarín de Buenos Aires publica:

"EMPRESAS
RSE: el Pacto Global llegó al país
Las Naciones Unidas impulsan un pacto sobre
Responsabilidad Social Empresaria (RSE) al que

se han incorporado muchas empresas argentinas."

Justamente, bajo el principio de que "la responsabilidad social es un hecho", se celebró en Buenos Aires el Primer Foro Empresarial del Pacto Global de la ONU, un encuentro entre empresas privadas, redes sociales y organizaciones públicas adheridas a ese convenio de buenas prácticas empresariales y ciudadanas que fuera ideado por el ex secretario general de la ONU, Kofi Annan.

El eje del coloquio fue el análisis de las acciones en concreto, en pro del bien común, que realizan las empresas firmantes del pacto. Ello se completó con un simposio sobre vínculos entre gobernabilidad y responsabilidad social empresaria.

Una de las conclusiones del evento es que se percibe una sinergia entre empresas, ONG y gobierno, como para que lo que reivindica el Pacto forme parte vital de la base de negocios de las corporaciones. Incluso se está elaborando una norma ISO específica para los standards de calidad empresarial y actitud responsable ligados al Pacto.

Pero, ¿en qué consiste el pacto?

Todas las instituciones firmantes del pacto, que consta de diez puntos, se comprometen a elaborar y presentar una vez por año un compendio de las acciones que han emprendido en pro de los objetivos centrados en el respeto a los derechos humanos, la no discriminación, cuidado del medio ambiente, condiciones de trabajo dignas, lucha contra la corrupción y no al trabajo infantil entre otras. En ese sentido, destacó Manuel Escudero –consejero del secretario general de la ONU para asuntos del pacto y encargado de formar redes globales de apoyo y solidaridad-, que se está abriendo paso la premisa de que para ser un buen ciudadano corporativo en el mundo, se debe adherir y respetar los principios pactados.

Por otro lado, está claro que dentro del pacto no hay acciones de vigilancia o compulsivas, pero sí que quienes no cumplan con la presentación del informe anual son apartados, al menos momentáneamente, de su pertenencia al mismo. En Argentina, el año pasado se desafectaron cuatro empresas pero al mismo tiempo se incorporaron otras diez, destacó Flavio Fuertes, funcionario de la

Oficina del Pacto Global en Argentina. Actualmente hay unas 275 firmas, entre ellas muchas PyMEs, inscriptas.

Bernardo Kosacoff, director de la Cepal para Argentina, destacó a su vez que una vez superada la crisis de 2001 fue más fácil interesar y encaminar a las empresas por las premisas del Pacto, pero que aún queda mucho por hacer.

- Las publicaciones (periódicos, revistas y libros dedicados al tratamiento ético de los grandes imperativos de la existencia humana).
- La Educación.

2. Opción para enseñar la ética

Idefonso Camacho defiende la opción de enseñar la ética de tres maneras distintas:⁹

- La ética empresarial como asignatura obligatoria. Lo cual tiene algunas ventajas, como el reconocimiento de la ética como una disciplina científica.
- La ética como asignatura optativa. Esto permite que los que se matriculen en ella lo hagan porque tienen un interés positivo por abordar este tipo de reflexión. En este caso, la motivación del alumno, permite que se trabaje de forma eficaz y gratificante.
- La consideración ética de los problemas es incorporada a todas las asignaturas, como forma de integrar lo ético a la realidad. Esta solución, es, a primera vista, la que mejor integra que lo ético forma parte de toda realidad económica, pero desde el punto de vista práctico, es problemático pensar que todo profesor va a estar dispuesto a asumir esa responsabilidad o que se va a encontrar preparado para ello.

⁹ CAMACHO, Idefonso, **Ética Empresarial: Reflexiones desde y para la docencia** (feb/2010), disponible en www.creadess.org [Nov/11].

Figura 2



Fuente: Elaboración propia

Desde el ámbito de la Filosofía, comienza un camino simultáneo, a partir de los trabajos sobre "éticas aplicadas", como una orientación práctica de los pensadores de esta ciencia, que también reciben el impacto del imperativo social de respuestas.

El concepto de "éticas aplicadas", muy asociado al de RSE, nace, como expresa Adela Cortina ¹⁰: "por un imperativo de la realidad social que necesitaba respuestas multidisciplinares en sociedades moralmente pluralistas"...

Las respuestas a esta realidad social fueron viniendo primeramente de los distintos gobiernos, primero en Estados Unidos, más tarde en Europa y después en otros lugares. Se formaron comisiones de ética de diversos tipos (locales y nacionales), para hacer frente a cuestiones biomédicas, a problemas planteados por el desarrollo de las tecnologías, a temas referidos al buen gobierno de las empresas, a las actuaciones de los medios, etc. Su tarea consistía y consiste en elaborar documentos que contengan recomendaciones y orientaciones éticas, que no impliquen el diseño de normas legales.

Tras los escándalos de corrupción en Norteamérica (Watergate, Lockheed, Gulf Oil, etc) y algunos parecidos en otros países como España, la sociedad recuerda que la confianza es un recurso demasiado escaso, por lo que las empresas emblemáticas refuerzan la vigilancia sobre su propia conducta. Tampoco podemos pensar que la ética se reduce a fenómenos de corrupción ni

¹⁰ Cortina, Adela. La dimensión pública de las éticas aplicadas. Revista Iberoamericana de Educación(España); (29): 2, mayo – agosto del 2002.

deja de ser importante cuando éstos disminuyen o desaparecen, más allá de las modas, la ética se impone como una necesidad.

Según uno de los especialistas de este tema, Domenec Melé, en los manuales de ética empresarial aparecen tres versiones sobre el modo como se relaciona ética y acción empresarial:¹¹

- **Economicismo limitado:** tiene como criterio supremo maximizar beneficios, pero acepta como restricción cumplir la legalidad vigente y en algunos casos las exigencias sociales del entorno.
- **Dualismo racionalista:** introduce la necesidad de justificar cada decisión mediante juicios éticos que se hacen partiendo de alguna teoría ética de corte racionalista que define qué es correcto.
- **Realismo moderado:** al aceptar la capacidad humana de un conocimiento moderado de la realidad.

En la primera versión no se pretende tanto integrar la ética en las decisiones económicas como cumplir con lo que es legal o socialmente aceptable. Su limitación se localiza precisamente al reducir la moralidad a la legalidad o a las demandas sociales.

Ya en la segunda versión se trata de resolver, a través de teorías éticas, dilemas éticos, al señalar qué es éticamente aceptable y qué debe rechazarse; en esencia este conjunto de teorías parten de la idea de que la razón se orienta a buscar o crear principios o valores para actuar correctamente.

En la tercera y última clasificación se considera que la acción incide en las personas involucradas en ella desde la perspectiva de su desarrollo humano, de aquí que toda acción tenga un componente ético ya que toda acción sirve o daña a quienes reciben sus efectos y en primer lugar, a quien la realiza. En esta versión la ética empresarial no queda pues reducida a un instrumento normativo para resolver dilemas y situaciones cuestionables, sino que aparece como una orientación para cualquier acto.

¹¹ MELÉ, Domenec, **Comunicación de Empresa** (3/05), disponible en <http://rodolfobesoain.blogspot.com.ar/> [7/12]

El autor reconoce que en muchos manuales aparecen con frecuencia enfoques deontológicos, teológicos, o a partir de las virtudes, pero él se distancia de esa clasificación, ya que a su juicio, la cuestión clave no es tanto la oposición: deberes – consecuencias – virtudes, sino el modo como se concibe la actividad empresarial y cómo pretende integrar la ética a la acción.

La confluencia de la maduración social y el propio desarrollo de las empresas han dado lugar a la aparición del concepto de RSE, que permite pasar de una concepción de empresa solamente preocupada por la obtención de beneficios económicos a integrar en ese objetivo principal las cuestiones sociales y medioambientales¹²

En el siguiente Capítulo se introducirán los principales Conceptos de RSE, con el objeto de conocer con mayor profundidad qué abarca y qué significa para distintos Organismos la RSE.

¹² CARROLL, B. Archie, **op. cit.**, pág. 268-295

Capítulo II

DEFINICIONES E INVOLUCRADOS

Se presentarán las distintas definiciones que han ido surgiendo sobre RSE, ya que no existe una definición absoluta y definitiva.

Por otra parte se presenta el concepto de stakeholders explicando qué y quiénes son, y qué papel juegan en la RSE.

A. Definiciones

Considerando que no existe una definición universal acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, a continuación se presentan algunos de los enunciados más utilizados para definirla.

Según el Instituto Ethos (Brasil):

"La responsabilidad social corporativa es la gestión que se define por la relación ética y transparente con todas las partes interesadas de la empresa con la que se refiera. También se caracteriza por el establecimiento de metas empresariales compatibles con 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."

Según la Fundación PROhumana (Chile):

"La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la

empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad."

Según el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía):

"Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad."

Según el CentraRSE (Guatemala):

"La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país."

Según el Libro Verde (Unión Europea):

"Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores".

Según el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social):

"Es la estrategia de negocios que incorpora en las operaciones y procesos de toma de decisión de la empresa, los intereses y expectativas de todos sus "Stakeholders".

Entendemos por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas."

En otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Se entiende como una empresa socialmente responsable aquella:

- Cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de la sociedad,
- Cuyo comportamiento vaya más allá del estricto cumplimiento de la normativa vigente y las prácticas de libre mercado,
- Cuyos directivos tengan un comportamiento ético,
- Cuyas actividades sean respetuosas con el medio ambiente,
- Cuyo desarrollo contemple el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera¹³.

B. Stakeholders

1. Definición ¹⁴

- "Stakeholders es un individuo o grupo de individuos que tiene intereses directos e indirectos en una empresa que puede ser afectado en el logro de sus objetivos por las acciones, decisiones, políticas o prácticas empresariales, ya que éstas tienen obligación moral con la sociedad y estas obligaciones se conocen como responsabilidad social empresarial."

“La responsabilidad social empresarial es la participación activa de la empresa dentro de la comunidad donde desarrolla su actividad empresarial, prestando apoyo moral, económico, social y defendiendo los derechos laborales de sus trabajadores y de la comunidad.”

¹³ Caravedo, Baltasar, **La responsabilidad social empresarial: una prioridad del mundo empresarial moderno** (AVINA - Perú), disponible en http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1.htm [7/12]

¹⁴ CALDERÓN, Neyra, **Stakeholders**, disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/stakeholders-ciudadanos-estado.htm> [Jul/12].

2. Stakeholders directos o de niveles internos

- Propietarios
- Directivos
- Trabajadores
- Proveedores
- Clientes¹⁵

Estas entidades son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio.

3. Stakeholders indirectos o niveles externos

- Administración pública
- Competidores
- Defensores de los clientes
- Ecologistas
- Grupos de intereses específicas
- Comunidad local
- Sociedad en general
- Medios de comunicación¹⁶

En este grupo encontramos aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta

En conclusión, a los "stakeholders" les incumben tanto, las acciones de la Organización en los niveles internos de la misma, como también las relaciones con su "entorno inmediato" (empresas, individuos, grupos, comunidad y la

¹⁵ CALDERÓN, Neyra, **Stakeholders**, disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/stakeholders-ciudadanos-estado.htm> [Jul/12].

¹⁶ CALDERÓN, Neyra, **Stakeholders**, disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/stakeholders-ciudadanos-estado.htm> [Jul/12].

sociedad), con lo que se ven directamente vinculados al accionar de una organización y sus consecuencias.

Peter Davis y John Donaldson de la Universidad de Leicester proponen siete principios o valores¹⁷:

- Pluralismo: es el reconocimiento de los derechos de todos los stakeholders y el respeto de la diversidad cultural dentro de la comunidad, que necesita ser aceptada en todas las formas legítimas de la organización.
- Mutualidad: el derecho fundamental de todos es obtener un beneficio mutuo de las asociaciones que formen parte y el derecho a no quedar atado a cualquier otra asociación que le plantee una desventaja permanente.
- Autonomía individual: este principio afirma que al individuo ocupado en el servicio, debe delegársele la libertad e independencia como lo permita la dignidad, confianza y solidaridad que une a todos en la comunidad para involucrar a los miembros en la libre dependencia y cooperativismo en las responsabilidades y obligaciones hacia sus stakeholders y el cumplimiento de sus propósitos.
- Justicia distributiva: es el acceso a los medios para la creación de riqueza y una participación ecuánime, creando una línea con la actividad económica y la necesidad económica en el empleo e intercambio justos para todos los participantes y stakeholders de los miembros.
- Justicia natural: como la que se da con las pautas aceptadas en todos los cuerpos en pro de un tratamiento ecuánime, independiente e imparcial por parte del gerente o administrador y dentro del proceso de la administración.
- El centro en las personas: las empresas deben acumular capital para su objetivo final, pero también para servir mejor a las personas, especialmente en la administración de recursos y en el crecimiento de las personas.
- El papel múltiple del trabajo: es el reconocimiento de la importancia del trabajo para el bienestar del individuo y la comunidad.
- Inversores y Entidades Financieras: Creación de valor para ambas empresas, es decir los inversores y las entidades financieras con la empresa.

¹⁷ Davis, Peter y Donaldson, John, **Management Cooperativista**, Ediciones Granica S.A, (Buenos Aires, Argentina, Abril de 2005. [7/12]

A continuación se verá una guía creada entre el IARSE y DERES con la finalidad de indicar a una empresa cuáles son los pasos a seguir y las consideraciones que hay que tener para implementar RSE.

Capítulo III

LOS PRIMEROS PASOS EN LA RSE

En este capítulo se verán sintetizados los conceptos expuestos en el “Manual de Primeros pasos de RSE” puesto a disposición por el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) ¹⁸.

Comprende la adaptación al español y a la realidad argentina del Manual de PRIMEROS PASOS publicado originalmente por el Instituto ETHOS de Brasil ¹⁹.

Estos manuales son una guía para las empresas en la implementación de la RSE, que las van orientando acerca de cómo empezar a aplicarla en las distintas áreas que abarca.

Este manual propone un comienzo para el desarrollo de la RSE a través de manifestaciones escritas y verbales que sean difundidas externa e internamente.

Este es un primer paso dirigido a fortalecer el compromiso y motivar a los integrantes de la empresa y grupos asociados (proveedores, comunidad, clientes, etc.)

Los propósitos que persigue la RSE, se orientan, en general, a la sustentabilidad y a la articulación de los objetivos económicos con comportamientos alineados con un desarrollo social junto con el estado y la sociedad civil.

En este manual se indican acciones concretas a modo de guía y orientación, sin limitar otras acciones o proyectos que se puedan desarrollar a favor de los principios enunciados.

¹⁸ INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, **Manual de Primeros Pasos del IARSE**, septiembre de 2005. [7/12]

¹⁹ INSTITUTO ETHOS, **Manual de Primeros Pasos**, disponible en: <http://www3.ethos.org.br/>, [7/12]

La función de este manual no es limitativa; sólo orienta.

A modo de síntesis se describen brevemente las 7 directrices indicadas por el Manual de primeros pasos, con el fin de presentificar las áreas de aplicación.

1. Adopte valores y trabaje con transparencia

- 1) Visión y Misión: declarar concretamente que la RSE forma parte fundamental en el logro de las metas y aspiraciones de la Empresa
- 2) Ética y transparencia: identificar y transmitir valores éticos claros en la toma de decisiones y resolución de problemas.
- 3) Derechos Humanos: mantener una clara política respecto al acatamiento de la organización a las Normas que regulan los Derechos Humanos.

2. Valore a empleados y colaboradores

- 1) Lugar de Trabajo: desarrollar un accionar firmemente adherido a la legislación laboral vigente. Motivar al personal para generar innovaciones en el accionar de la empresa.
- 2) Diversidad: incluir personas con características, situaciones vitales o capacidades diferentes. Buscar la colaboración de Organizaciones con experiencia en la búsqueda de personas diversas.
- 3) Acoso sexual: determinar una fuerte política contra este abuso, dejando claramente expresado qué acciones y comportamientos son considerados como acoso y estableciendo un procedimiento para los reclamos.
- 4) Desarrollo profesional: establecer un plan que incentive a los colaboradores a desarrollarse en sus profesiones y actividades. Crear programas de mentoring y de reconocimiento al desarrollo.
- 5) Delegación de poderes: incentivar a los colaboradores brindando autonomía para diseñar las estrategias que permitan alcanzar los objetivos establecidos por la empresa.

- 6) Gestión participativa: generar un clima de trabajo y comunicación que permita compartir con los empleados la marcha financiera de la organización.
- 7) Remuneración e incentivos: establecer índices específicos de desempeño que impliquen una ganancia adicional en el sueldo de los colaboradores que logran esos objetivos.
- 8) Despidos: procurar opciones de reducción de costos o estructura antes de despedir al personal. Ser claro frente a los colaboradores respecto a la situación de la empresa para evitar conflictos y solicitar a los mismos que aporten posibles soluciones. En caso de necesidad de despido la directriz orienta hacia la contención, valoración y respeto por la dignidad de los empleados que deben irse y de los que se quedan.
- 9) Trabajo y familia: asistir a los colaboradores sobre problemas particulares y familiares que puedan estar interfiriendo en el desempeño del mismo. Evitar prácticas que puedan obstaculizar la vida familiar del personal. Establecer políticas que ofrezcan a los colaboradores posibilidades de ajustar el trabajo a las necesidades familiares.
- 10) Salud, Bienestar y Seguridad: apoyar financiera y emocionalmente a los empleados o miembros de su familia que presenten emergencias de salud. Promover la prevención a través de chequeos médicos, información sobre hábitos saludables de vida, estimulación para prácticas deportivas, ayuda para superar adicciones y mantener un ámbito de trabajo adecuado y saludable. Fortalecer la Normas de higiene y seguridad.

3. Aporte siempre más al medio ambiente

- 1) Política de operaciones: establecer una estrategia clara de cuidado del medio ambiente en todo el operar de la Organización y transmitir y motivar con dicha política a todos los colaboradores (empleados, clientes y proveedores).

- 2) Minimización de residuos: reducir la utilización innecesaria de elementos y productos empleados en las operaciones de la Organización, establecer una política de reciclaje.
- 3) Prevención de la contaminación: descartar o reducir al máximo la utilización de productos y materiales tóxicos en el accionar de la empresa.
- 4) Uso eficaz de energía y agua: auditar regularmente el uso de la energía y el agua y transmitir un uso consciente de dichos elementos (utilizar elementos de ahorro de la misma, apagar maquinarias que no se estén utilizando, colocar elementos sanitarios con uso limitado de agua, etc.)
- 5) Proyecto ecológico: establecer un sistema de cuidado de medio ambiente que abarque desde la construcción y mantenimiento de la estructura hasta la reducción de residuos, donde participe toda la red de relaciones de la Organización (Clientes, Proveedores, Colaboradores, Gobierno, etc).

4. Involucre a Socios y Proveedores

- 1) Promueva las asociaciones: formalizar compromisos con los proveedores, comunicar los modelos adoptados, auditar el cumplimiento de las reglas establecidas y favorecer un ambiente de colaboración en relación a la mejora de las prácticas respecto a medio ambiente, salud y seguridad.

5. Proteja Clientes y Consumidores

- 1) Productos y servicios: desarrollar la responsabilidad y la ética respecto de los productos y su publicidad, incluyendo de alguna forma las opiniones de los clientes.

6. Promueva su Comunidad

- 1) General: diagnosticar problemas de la comunidad, invertir para solucionarlos, reclutar empleados en grupos necesitados. Para ello es necesario movilizar la participación de los empleados, en ocasiones aliarse a otras empresas o unirse a un proyecto de voluntariado, favoreciendo la inclusión de los empleados aún en horarios de trabajo.
- 2) Filantropía: hacer y estimular las donaciones.
- 3) Educación: apoyar a las empresas locales, crear espacios para pasantías, promover programas de mejoras en la calidad de la educación, colaborar con material didáctico y actualización de docentes.

7. Comprométase con el Bien Común

- 1) Posicionamiento político: mostrar su posición política, incentivar las elecciones responsables y defender las políticas económicas que le parezcan apropiadas para su sector. Enaltecer la honestidad y combatir la corrupción.
- 2) Participación: colaborar e impulsar la formación de foros locales. Formar parte de movimientos y programas sociales que colaboren en el desarrollo de pequeñas empresas.

Capítulo IV

NORMAS Y GUÍAS PARA LA RSE

En esta sección se exponen algunas guías orientativas, que han ido surgiendo a nivel mundial, respecto a las acciones empresarias necesarias para desarrollarse en el sentido que propone la RSE. Estas herramientas sirven para guiar a las empresas en el camino de la RSE:

- el pacto global: puede considerarse como el ABC de esta filosofía,
- las normas ISO: que se han desarrollado tratando de concretizar más las políticas de aplicación,
- la Iniciativa de Reporte Global (GRI): es el instrumento por excelencia utilizado por las empresas en la creación de sus informes de "Balance Sociales"
- los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para PyMES del IARSE: que son una herramienta de autoevaluación para las empresas y son los indicadores que utilizaré en la práctica.

A. Pacto Global de las Naciones Unidas²⁰

Del seno de las Naciones Unidas, nace una Iniciativa que constituye lo que luego se llamará Pacto Global al que las organizaciones adhieren voluntariamente con el fin de ratificar su compromiso con la RSE y desarrollar y acrecentar las acciones y proyectos que realizan en ese sentido.

²⁰ PACTO GLOBAL, ¿Qué es el Pacto Global?, disponible en <http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=8> [4/09]

B. Normas ISO 26000²¹

Otra herramienta válida como referente es la ISO 26000, elaborada por La Organización Internacional de Estandarización (ISO) en el año 2008. Esta Norma no es certificable, por lo que no es obligatoria ni está instituida como un requerimiento.

C. Iniciativa del Reporte Global

El CERES (Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente) y el PNUMA (Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas), realizan una convocatoria en el año 1997 con el fin de mejorar los reportes de sustentabilidad. De esta forma se crea el GRI (Iniciativa del Reporte Global), que desarrolla la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, que ya va por su tercera versión (2000-2002-2006). Su misión se centra en darle un rigor y utilidad a los reportes de sustentabilidad, equivalente al de los reportes financieros. Propone la implementación del Triple Balance (Triple bottom line), Económico, Social y Medio Ambiental.

En la versión del 2006 el informe es certificable y pasible de ser auditado externamente, o informar su cumplimiento en base a la Norma GRI.

Contiene una descripción detallada de los indicadores para medir la RSE y pone énfasis en los contenidos medioambientales.²²

²¹ ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL, disponible en www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf [4/09]

²² GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, **Global Reporting Initiative**, disponible en <https://www.globalreporting.org/Pages/resource-library.aspx?resSearchMode=resSearchModeText&resLangText=Spanish&resPageNumber=2> [1/09]

D. Indicadores del IARSE

Esta herramienta sirve a las Organizaciones como base de aprendizaje y evaluación de la gestión de responsabilidad social enfocada en el planeamiento estratégico, monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

El Instituto ETHOS de Brasil las creó en el año 2000 y el Instituto IARSE las adoptó desde el año 2003.

En el Anexo I se adjunta el Manual de Indicadores del IARSE aplicado al caso práctico que se expone a continuación.²³

²³ ANEXO I: INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, **Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria I ARSE**

Capítulo V

PARTE PRÁCTICA

En esta sección se describirá el caso de una empresa Mendocina que adopta la RS como base para todo su accionar.

Se realizaron varias entrevistas al dueño de la Organización y al encargado de Responsabilidad Social de lo que resultó el siguiente análisis:

- Descripción de la Empresa
- Indicadores del IARSE: se completó la Guía de autoaplicación de RSE, que cuenta con 40 indicadores que miden el nivel en que la Empresa aplica la RS en los 4 principales Ámbitos en los que repercute el accionar de la misma (Anexo I).
- Matriz de RSE: resume e indica, mediante la ponderación de los Indicadores anteriormente analizados, cual es la posición de la empresa respecto a la RS Interna y externa determinando cuales son sus fortalezas y debilidades, permitiendo determinar cuales son los puntos en los que debe realizar mayor esfuerzo para mejorar su posición.
- Conclusión ~

A. Descripción de la empresa

1. Farmacias del centro

Esta Empresa es una Sociedad Familiar formalizada en una S.A., Del Centro S.A., creada en 1995, en la actualidad el 100% del paquete accionario es de la Familia Brennan, fundadora de la Empresa.

Oswaldo Brennan comenzó la historia de esta empresa en el año 1956 cuando adquirió la propiedad de la Farmacia Curie, la que actualmente se conoce como "Del Centro Curie", ubicada en el Barrio Trapiche.

Esta vocación fue transmitida a la siguiente generación, ya que, en la década del 80, sus dos hijos optaron por seguir el camino de profesionales farmacéuticos, al que se unieron también sus esposas.

La generación siguiente continuó con la actividad hasta la actualidad. En la década del 80 dos de sus hijos comenzaron su actividad de profesionales farmacéuticos junto a sus esposas, en el año 1993 llegaron a tener 4 Farmacias independientes, hasta que en 1995 se corporizaron en una sola marca "Farmacias Del Centro" contando en este momento con doce locales distribuidos en la ciudad de Mendoza, Godoy Cruz y Las Heras.

Nuestra historia estrechamente vinculada a una fuerte Tradición Farmacéutica "de casi cincuenta años con una permanente actividad en todos los ámbitos : privado, público, gremial, estatal y académico; nos compromete a que en cada acto farmacéutico realizado en nuestras Farmacias continúen con la calidad profesional que lo hizo su fundador demostrado en la "confianza" que depositan nuestros clientes día a día siendo en este momento una de las principales empresas farmacéuticas de la provincia de Mendoza.

a) Visión

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

La declaración de la visión contesta la pregunta "¿qué queremos ser?".

La Visión de Farmacias del Centro es:

"Queremos ser reconocidos como una cadena de Farmacias líder en la región por reconocimiento de su servicio profesional y tradición farmacéutica, generando valor económico, operando dentro de un marco de ética y responsabilidad social de manera que podamos contribuir a la calidad de vida de la gente."

b) Misión

La misión de una empresa es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa.

A diferencia de la visión, la declaración de la misión contesta la pregunta "¿cuál es nuestra razón de ser?".

La razón de establecer la misión de una empresa es que ésta sirva como punto de referencia que permita que todos los miembros de la empresa actúen en función de ésta, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la luz de ésta; logrando así, coherencia y organización.

La misión le da identidad y personalidad a una empresa, mostrando a agentes externos tales como clientes o proveedores, el ámbito en el cuál se desarrolla, y permitiendo distinguirla de otras empresas similares.

Por lo que Farmacias del Centro ha declarado que su misión es:

"Llegar al cliente-paciente con un servicio profesional con atención farmacéutica personalizada en forma eficiente en el momento adecuado, con el precio adecuado y en el lugar adecuado, buscando ser reconocido por nuestros valores de negocios, prácticas innovadoras y compromiso con la calidad de vida de la gente."

c) Valores

En una organización los valores son el marco del comportamiento que deben tener sus integrantes, y dependen de la naturaleza de la organización (su razón de ser); del propósito para el cual fue creada (sus objetivos); y de su proyección en el futuro (su visión). Para ello, deberían inspirar las actitudes y acciones necesarias para lograr sus objetivos.

Es decir, los valores organizacionales se deben reflejar especialmente en los detalles de lo que hacen diariamente la mayoría de los integrantes de la organización, más que en sus enunciados generales.

Los Valores que caracterizan a las Farmacias del Centro son:

"Compromiso, integridad, justicia, lealtad, solidaridad, compasión, transparencia y respeto al prójimo, promoviendo el crecimiento personal, fomentando una cultura de servicio y el trabajo en equipo con gestión participativa y procurando establecer vínculos de confianza mutua."

d) Control de calidad

Farmacias Del Centro, ha definido su política de Calidad en función de la Misión y Propósitos de la empresa y comprometiéndose a trabajar de manera responsable, porque somos conscientes que sólo con Calidad podemos brindar servicios y soluciones integrales que satisfagan y superen las expectativas de sus integrantes y accionistas, como así también de todos los públicos que impactan como consecuencia del desarrollo de nuestras actividades es decir: público interno (empleados), clientes, proveedores, comunidades vecinas, organizaciones de la sociedad civil, y gobierno.

Los integrantes de la organización mantienen el sentido de pertenencia y compromiso hacia la empresa, afianzándose en un conjunto de valores éticos como son: la honestidad, compromiso, integridad, justicia, lealtad, solidaridad, compasión, transparencia y respeto al prójimo, promoviendo el crecimiento personal, fomentando una cultura de servicio y el trabajo en equipo con gestión participativa y procurando establecer vínculos de confianza mutua.

La satisfacción de nuestros clientes se fundamenta en un excelente servicio de gestión, que genera confianza y fidelidad, superando sus expectativas y obteniendo el reconocimiento sobre nuestros

competidores, a través de una asesoría personalizada, comunicación eficaz y el compromiso de todo nuestro equipo humano.

La mejora continua nos permite alcanzar y mantener una cultura proactiva e innovadora en nuestros procesos, servicios e infraestructura, respondiendo a las necesidades y superando las expectativas de nuestros clientes.

La Organización que conformamos mantiene firmemente, "que no existen empresas exitosas en comunidades deterioradas", por ello:

Para cumplir con esa premisa, nos comprometemos a aunar esfuerzos, fomentando el desarrollo de actividades que reporten beneficios a la comunidad en general, buscando formas de integrar la responsabilidad social empresaria a la cultura de sus actividades, promoviendo el desarrollo sustentable pensando en una sociedad mejor para las generaciones futuras.

Por todo ello, nos comprometemos a operar respetando en su totalidad todos y cada uno de los procesos de calidad que se implementen en la organización.-

e) RSE

Ya se vieron varias definiciones y conceptos acerca de la RSE en los capítulos anteriores, ahora se enuncia lo que para Farmacias del Centro significa:

Cuando hablamos de la responsabilidad de las empresas en la sociedad, la mayoría lo relaciona con acciones con la comunidad; la RSE es gestionar las empresas desde una visión integral, esto es buscando ser honestos y coherentes en la toma de decisiones, no tomando este tema como marginal, sino transversal en toda la organización. Partimos de la base de que una empresa responsable no es aquella que no tiene problemas, sino la que los soluciona resolviendo las contradicciones que se le presentarán en el camino.

Tenemos nuevos desafíos a los que responder como es avanzar de la RSE al Desarrollo Sostenible, las economías verdes, esto es pensando en economías inclusivas, energías alternativas, cuidado del medio ambiente y el consumo responsable.

En la competitividad de las empresas ya aparecen temas como las mediciones de la huella hídrica y huella de carbono, son temas que la agenda va imponiendo.

Hoy la RSE no es un temas al que puede estar ajeno ningún integrante de la empresa ya sean dueños, gerentes pasando por los colaboradores hasta la comunidad que ya ha comenzado a mirar a las empresas que gestionan con los preceptos de la Responsabilidad Social.

Creemos en una gestión basada en valores, pero a su vez no debe ser una declamación, para ello la coherencia se ve en los hechos concretos, que en este caso serían las prácticas, y por su puesto también debe poder ser medido, sin medición no hay mejora.

No tenemos que olvidar que otro tema que no tiene que parecernos ajeno es la responsabilidad política de las empresas, y allí se necesita practicar una relación ética con los gobiernos y fomentar el liderazgo empresarial desde su rol como ciudadano activo poniendo sobre la mesa todos sus talentos para el bien común.

Guiados por la Responsabilidad Empresarial, gestión ética y transparente con todos los públicos que atraviesa la cultura de nuestra empresa, trabajamos en la consecución de metas tanto económicas como sociales y ambientales. Por ello hemos nombrado Gestión Socialmente responsable al establecimiento, apoyo y/o participación de programas y acciones de Responsabilidad Social Empresarial como son:

f) Gestión socialmente responsable

Éstas son algunas de las Iniciativas que han adoptado Farmacias del Centro en lo que a RSE se refiere:

g) Banco de alimentos

Somos una de las empresas fundadoras

Participamos a través del voluntariado de nuestro personal

h) El arca

Asociación Civil sin fines de lucro

i) Kairos (ONG)

j) Valos

Somos empresa adherida

k) IARSE

Formamos parte de organizaciones que promueven RSE

l) Certificación ISO

m) Cuidado del medio ambiente

A través del reciclado del papel

- n) Programa terminalidad educativa
Convenio con la Universidad Maza y el programa de responsabilidad social universitaria
- o) Comunicación y publicidad transparente
- p) Difusión, educación y prevención
Enfermedades y/o patologías de riesgo: diabetes / hipertensión

B. Indicadores del IARSE

Como se enunció en el capítulo IV los Indicadores de RSE son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

Esta Herramienta, básicamente, sirve a los encargados de la organización para evaluar en qué grado se están considerando los diferentes aspectos que la RSE engloba.

Para realizar un análisis más profundo se ha organizado el quehacer de la compañía asociado a la RSE, en dos grandes rubros, en función de los Indicadores que se vieron en el Anexo I:

Acciones o programas que se aplican al mundo interno de la organización:

INDICADORES INTERNOS	VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO
	1 Compromisos Éticos
	2 Arraigo en la Cultura Organizativa
	3 Gobierno Corporativo
	4 Relaciones con la Competencia
	5 Diálogo e <u>Involucramiento de los Grupos de Interés</u>
	6 Balance Social/Memoria de RSE/Reporte de <u>Sostenibilidad</u>
	PÚBLICO INTERNO
	7 Relaciones con Sindicatos u Otras Asoc. de Empleados
	8 Gestión Participativa
	9 Compromisos con el futuro de los Niños
	10 Compromiso con el Desarrollo Infantil
	11 Valoración de la Diversidad
	12 Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
	13 Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
	14 Relaciones con <u>Trabajadores Tercerizados/Subcontratados</u>
	15 Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
	16 Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones
	17 Compromiso con el Desarrollo Profesional y la <u>Empleabilidad</u>
18 Conducta Frente a Despidos	
19 Preparación para Jubilación	

Y acciones o programas que se desarrollan en el mundo externo de la empresa:

INDICADORES EXTERNOS	MEDIO AMBIENTE
	20 Compromiso con la mejora de la Calidad Ambiental
	21 Educación y <u>Concientización Ambiental</u>
	22 <u>Gerenciamiento del de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</u>
	23 <u>Sustentabilidad de la Economía Forestal</u>
	24 Minimización de Entradas y Salidas de Insumos
	PROVEEDORES
	25 Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
	26 Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
	27 Trabajo forzado en la cadena productiva
	28 Apoyo al Desarrollo de Proveedores
	CONSUMIDORES Y CLIENTES
	29 Política de Comunicación Comercial
	30 Excelencia de la Atención
	31 Conocimiento y <u>Gerenciamiento de los Daños potenciales de los Productos y Servicios</u>
	COMUNIDAD
	32 <u>Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno</u>
	33 Relaciones con Organizaciones Locales
	34 Financiamiento de la Acción Social
	35 <u>Involucramiento con la Acción Social</u>
GOBIERNO Y SOCIEDAD	
36 Contribuciones para Campañas Políticas	
37 Construcción de Ciudadanía por las Empresas	
38 <u>Prácticas Anticorrupción y Anticoima</u>	
39 Liderazgo e Influencia Social	
40 Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	

De esta forma se entregó el formulario²⁴ con los Indicadores al responsable de RS de Farmacias del Centro²⁵, para autocompletarla.

Una vez que fueron entregados los resultados, dado que los indicadores originales no tienen ponderación, se ubicó a cada indicador en un rango que revela un nivel de desarrollo, cuantificado en una escala del 0 al 4. Donde 0 implica ningún tratamiento referido a ese aspecto y 4 implica el mayor grado de compromiso respecto al aspecto evaluado.

Por ejemplo:

²⁴ *idem*, anexo I

²⁵ ROSSI, María Eugenia, Gerente de ADH (Área de Desarrollo Humano)

Involucramiento con la Acción Social

35
Como forma de concretar su acción social, la empresa:

<p>Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.</p> <p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.</p> <p>Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).</p> <p>Etapa 3 <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar de esos proyectos.</p> <p>Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)	

En este caso al indicador analizado en el ejemplo le corresponde una ponderación de 3.

Así una vez ponderados cada uno de los indicadores de la guía, podemos resumir los resultados en el siguiente cuadro:

CUADRO RESÚMEN DE INDICADORES INTERNOS PARA FARMACIAS DEL CENTRO

ANÁLISIS DE INDICADORES INTERNOS									
Áreas	Indicadores	0	1	2	3	4	Total	Promedio por Área	Promedio por Rubro
VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO	1 Compromisos Éticos				3		19	3,17	2,81
	2 Arraigo en la Cultura Organizativa				3				
	3 Gobierno Corporativo					4			
	4 Relaciones con la Competencia			2					
	5 Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés)				3				
	6 Balance Social/Memoria de RSE/Reporte de Sostenibilidad					4			
PÚBLICO INTERNO	7 Relaciones con Sindicatos u Otras Asoc. de Empleados			2			32	2,46	
	8 Gestión Participativa					4			
	9 Compromisos con el futuro de los Niños				3				
	10 Compromiso con el Desarrollo Infantil			2					
	11 Valoración de la Diversidad			2					
	12 Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial		1						
	13 Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género					4			
	14 Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados			2					
	15 Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera				3				
	16 Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones				3				
	17 Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad					4			
	18 Conducta Frente a Despidos		1						
	19 Preparación para Jubilación		1						

Fuente: Autoría Propia

CUADRO RESÚMEN DE INDICADORES EXTERNOS
PARA FARMACIAS DEL CENTRO

ANÁLISIS DE INDICADORES EXTERNOS									
Áreas	Indicadores	0	1	2	3	4	Total	Promedio por Área	Promedio por Rubro
MEDIO AMBIENTE	20 Compromiso con la mejora de la Calidad Ambiental					4	18	3,60	2,97
	21 Educación y Concientización Ambiental					4			
	22 Gerenciamiento del de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios					4			
	23 Sustentabilidad de la Economía Forestal			2					
	24 Minimización de Entradas y Salidas de Insumos					4			
PROVEEDORES	25 Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores				3		10	2,50	
	26 Trabajo Infantil en la Cadena Productiva			2					
	27 Trabajo forzado en la cadena productiva		1						
	28 Apoyo al Desarrollo de Proveedores					4			
CONSUMIDORES Y CLIENTES	29 Política de Comunicación Comercial				3		11	3,67	
	30 Excelencia de la Atención					4			
	31 Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños potenciales de los Productos y Servicios					4			
COMUNIDAD	32 Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno				3		14	3,50	
	33 Relaciones con Organizaciones Locales					4			
	34 Financiamiento de la Acción Social					4			
	35 Involucramiento con la Acción Social				3				
GOBIERNO Y SOCIEDAD	36 Contribuciones para Campañas Políticas						8	1,60	
	37 Construcción de Ciudadanía por las Empresas								
	38 Prácticas Anticorrupción y Anticoima			2					
	39 Liderazgo e Influencia Social					4			
	40 Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales			2					

Fuente: Autoría Propia

El análisis se realizó de la siguiente manera:

1º. Se ponderó cada indicador

2º. Se sumaron los valores de cada indicador para totalizar el valor que representa cada una de las Áreas analizadas

3º. Se calculó el promedio de de cada Área, dividiendo el total alcanzado por el N° de Indicadores que la representan, de esta forma se logra tener un valor representativo para cada Área.

4º. Se calculó el promedio de los dos grandes Rubros en que se dividió a los indicadores, para identificar de esta forma cuál aspecto (Interno/Externo) ha desarrollado más la empresa.

Estos resultados podemos interpretarlos de la siguiente manera:

Si consideramos que 0 es el valor más bajo de consideración de la Empresa respecto a un Indicador y 4 es el más alto, podemos deducir en un primer avistamiento que la empresa considera todas las Áreas. Realizando un análisis más profundo desglosando el cuadro vemos que:

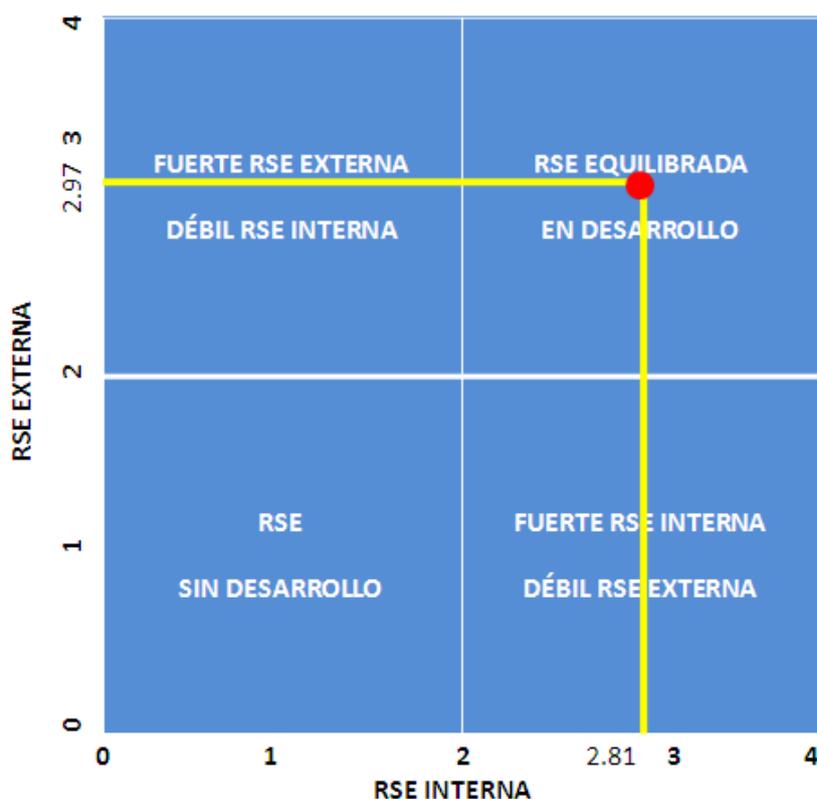
- Realiza mayores acciones enfocadas al Rubro Externo (2,97) que al Rubro Interno (2,81)
- Dentro de las Acciones Internas, da mayor trascendencia a las enfocadas a los Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo (3,7), que a las dirigidas al Público Interno (2,46)
- Al examinar los Indicadores del área Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo observamos que las Relaciones con la Competencia (2) son a las cuales ha destinado menos acciones, siguiendo con Compromisos Éticos, Arraigo en la Cultura y Diálogo con los Grupos de Interés(3), mientras que ha enfocado mayores esfuerzos en lo que se refiere a Gobierno Corporativo y Balance Social/ Memoria de RSE/Reporte de Sostenibilidad (4)
- De los Indicadores de Público Interno podemos observar que existen algunos sobre los que prácticamente no ha accionado, como Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial, Conducta Frente a Despidos y Preparación para Jubilación (1). Luego le siguen las actividades orientadas a Relaciones con sindicatos u otras Asoc. De Empleados, Compromiso con el desarrollo infantil, Valoración de la Diversidad, Relaciones con Trabajadores tercerizados (2). Mayor atención presta al compromiso con el Futuro de los niños, Políticas de Remuneración, Prestaciones y Carrera y Cuidado de Salud, Seguridad y Condiciones (3). Los aspectos a los que ha enfocado toda la atención son Gestión Participativa, Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género y Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad (4).
- Al observar las Acciones Externas, notamos que el Área de Consumidores y Clientes (3,67) es la que ha recibido mayor atención junto con Medio Ambiente (3,6) y Comunidad (3,5), dejando una brecha importante respecto a la atención puesta en los aspectos referidos a Proveedores (2,5) y Gobierno y Sociedad (1,6).
- Dentro del área de Consumidores y Clientes, notamos claramente que el único aspecto que tiene menos acciones desarrolladas (pero no pocas), es el referido a Políticas de Comunicación Comercial (3), mientras que ha enfocado las acciones a los aspectos de Excelencia en la Atención y Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios (4).
- En el área de Medio Ambiente, observamos un comportamiento similar al anterior, ya que a casi todos los indicadores se les ha dado mucha importancia, Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental, Educación y Concientización Ambiental, Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios y Minimización de Entradas y

Salidas de Insumos (4), aplicando menos acciones respecto a la Sustentabilidad de la Economía Forestal (2).

- En el área de Comunidad, observamos un comportamiento bastante regular, ya que no se ha descuidado ningún aspecto, sólo se observan mayores acciones aplicadas a Relaciones con Organizaciones Locales y Financiamiento de la Acción Social (4) que en Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad.
- Al evaluar el área Proveedores encontramos que se han destinado menos acciones que a las demás. Las acciones de la empresa han apuntado hacia los indicadores de Apoyo al desarrollo de Proveedores (4) y a los Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores (3). Destinando menos atención a Trabajo infantil en la cadena productiva (2) y al Trabajo Forzado de la Cadena Productiva (1).
- Por último observamos que el Área con menor índice de acciones destinadas es la de Gobierno y Sociedad, en la que se evidencia una fuerte inclinación sobre el aspecto de Liderazgo e Influencia Social (4), al que siguen los indicadores de Prácticas de anticorrupción y anticoima como el de Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales (2). Mientras que tanto en lo referido a Contribución para Campañas Políticas y Construcción de Ciudadanía por las Empresas (0) son aspectos que la Empresa no ha considerado dentro de su actividad.

El análisis de la siguiente matriz, facilita visualizar en qué dirección se ha orientado preferentemente la energía puesta en la responsabilidad social de esta Empresa.

Figura 3



Fuente: Autoría Propia

Cada uno de los cuadrantes, representa una diferente combinación de los aspectos de la RSE dirigidos al mundo interno o externo de la organización.

- SUPERIOR IZQUIERDO. Implica una fuerte orientación hacia la RSE Externa, si considerar la Interna. Es el caso de Organizaciones que realizan acciones ocasionales de cuidado del Medio Ambiente o Ayuda a la Comunidad. Generalmente esto lo llevan a cabo para mejorar la imagen Institucional al verse presionados por la Sociedad.
- INFERIOR IZQUIERDO. Directamente no se considera la RSE en el accionar de la Organización. Se ve mayormente en pymes de carácter familiar que no desarrollan ningún tipo de acciones de RSE, realizan alguna actividad cada tanto sin mantener una conducta constante.
- INFERIOR DERECHO. Se ve una mayor dedicación a la RSE Interna, dejando de lado la Externa. Estos deben ser los casos más excepcionales, ya que es poco probable que una empresa se preocupe únicamente por aspectos internos sin prestar atención a lo externo que es lo que más afecta a su imagen, estas empresas que no aplican RSE a conciencia solo lo hacen para cumplir con la Sociedad y así tener una "buena" imagen frente a la misma.

- SUPERIOR DERECHO. Poseen una fuerte Cultura Organizacional orientada hacia la RSE tanto INTERNA como EXTERNA. Son empresas que realmente tienen impregnada la RSE en su accionar, están sinceramente comprometidas con el cuidado de su Entorno, tanto interno como externo, de modo tal que el desarrollo de sus actividades no afecte negativamente al mismo, si no que al contrario lo beneficie, intentando mejorar el nivel de vida de quienes la rodean.

Analizando a Farmacias del Centro en particular, observamos que ha desarrollado fuertemente Ambas Áreas, con un leve predominio de la dirección hacia el exterior, permitiendo ubicar a la Compañía dentro del cuadrante superior derecho.

De todas formas es aconsejable que continúen mejorando aquellos aspectos que han dejado descuidados o a los que han prestado menor importancia, para mejorar aún más su postura frente a la RSE.

Sería conveniente comenzar con los puntos a los que menos acciones ha destinado:

1. Ámbito interno

- Relaciones con la Competencia: involucrarse más en la lucha contra la competencia desleal y prácticas fraudulentas, informando a clientes y proveedores acerca de la prevención de las mismas.
- Relaciones con Sindicatos: crear un canal de comunicación fluido y consolidado con los sindicatos, brindando información sobre las condiciones de trabajo de los empleados a fin de facilitar las negociaciones.
- Compromiso con el desarrollo Infantil: ofrecer programas específicos para la mujer embarazada, asistir en la cobertura de Vacunas, exigiendo a los empleados el carnet de vacunación, acompañar en la inclusión de los hijos de sus empleados en la escuela.
- Valoración de la Diversidad: desarrollar un programa específico de contratación de personas con discapacidad y atender rigurosamente la legislación de cantidad de plazas para ese público. Priorizar en sus relaciones comerciales a empresas que tienen programas específicos de contratación de personas con discapacidad.
- Compromiso con la no discriminación y promoción de la Equidad Racial: Realizar campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional. Establecer políticas formales de gestión, asumiendo un compromiso público para promover la equidad racial.
- Relaciones con trabajadores Tercerizados: negociar con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio del mercado. Ofrecer al trabajador

tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares.

- Conducta frente a despidos: Adoptar políticas y procesos de despido que permitan que garanticen la impersonalidad de la decisión. Ayudar en caso de despido sin justa causa a la recolocación del afectado.
- Preparación para Jubilación: Desarrollar actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual) y preparación para la jubilación. Ofrecer oportunidades para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados.

2. **Ámbito externo**

- Sustentabilidad de la economía Forestal: Exigir a proveedores de insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones, Certificación de origen y de la cadena de custodia.
- Trabajo Infantil en la cadena productiva: realizar campañas de concientización, asumiendo públicamente la postura de rechazo a la mano de obra infantil.
- Trabajo Forzado en la Cadena Productiva: incluir la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores. Verificar periódicamente el cumplimiento de esta cláusula.
- Construcción de Ciudadanía por las Empresas: estimular a que sus empleados evalúen y controlen la actuación de los candidatos electos. Desarrollar actividades eventuales enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.
- Prácticas Anticorrupción y Anticoima: Establecer medidas punitivas para directivos, funcionarios y empleados involucrados en favorecer a agentes del poder público.
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales: desarrollar asociaciones con organismos públicos buscando objetivos como mejorar la calidad de la enseñanza, la asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la producción de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria. Patrocinar programas públicos o privados de becas escolares.

Es importante observar que en estas conclusiones finales, así como en la matriz, se ha trabajado con un promedio, que si bien representa una tendencia, no individualiza cada uno de los ítems. Sería interesante tomar los indicadores menos desarrollados, con el fin de establecer políticas e implementar acciones que permitan su progresiva evolución.

Estos programas harían posible sostener y seguir avanzando en la calidad de su compromiso con la RSE.

Conclusiones

Partiendo de la presunción con que se comenzó este trabajo: *“La hipótesis planteada es que si las personas, los grupos y las organizaciones privadas se “responsabilizan” y responden, a las necesidades no cubiertas por el Estado, pero en forma articulada con él, se refuerza la función estatal, produciendo resultados que son beneficiosos para todos los involucrados (destinatarios, Estados y entidades comprometidas)”*, puedo decir que a través de:

Las asociaciones empresariales que se van formando en diferentes partes del mundo (IARSE-Argentina; VALOS-Mendoza; DERES-Uruguay; Ethos-Brasil; PROhumana-Chile; CEMEFI-México; CentraRSE-Guatemala; AVINA-Perú; etc.), las herramientas creadas para guiar a las empresas en el camino hacia la RSE (manual de primeros pasos, el pacto global, las normas ISO; la Iniciativa de Reporte Global (GRI); los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria; etc.).

el Caso Práctico elegido.

Queda demostrado que: “aún faltando acciones, adhesiones, complementariedades y desarrollo, la tendencia del mundo empresarial es a ir aplicando políticas que apoyen al Estado en su Gestión.

Cuando el Mercado fija las reglas del juego y los Estados Nacionales pierden su fuerza para sostener el ordenamiento legal, la identidad de ciudadanos, (todos iguales frente a la Ley), es poco a poco reemplazada por la identidad de consumidores, que responde a un orden mercantil, de desigualdad, que depende de la capacidad de consumir.

Este trabajo intenta reforzar la idea que si logramos que del mismo lugar (el Mercado, representado por el ámbito empresarial) desde dónde se destituyó la identidad de ciudadanos, comience a gestarse la construcción de ciudadanía, estaríamos colaborando a volver a su orden original una subversión que ha sido por demás tóxica para el ser humano y el planeta.

Si bien este movimiento comienza siendo una iniciativa de algunas organizaciones, es necesario que entendamos que nos afecta a todos los habitantes de este escenario dañado y humillado, la responsabilidad, como necesidad de dar respuesta,

BIBLIOGRAFÍA

- KAËS, Rene; PUGET, Janine, **Violencia de Estado y Psicoanálisis**, Grupo Editorial Lumen (Buenos Aires, Argentina 1988) [Abr/12]
- LLOBETA, Raúl, **Vivir del propio trabajo**, Cuadernos del Duende (San Salvador de Jujuy, enero de 2005), pag. 164. [Abr/12]
- BANCO MUNDIAL, **Informe Inequidad en la Riqueza del Mundo, Banco Mundial (2003)**, disponible en www.bancomundial.org/temas/resultados/datos.htm [Abr/12]
- I PROFESIONAL.COM, **Latinoamérica tendrá mas de 1.5 millones de nuevos desempleados en 2009**, disponible en <http://management.infobaeprofesional.com/notas/77761-Latinoamerica-tendra-mas-de-15-millones-de-nuevos-desempleados-en-2009.html?cookie> [Abr/12]
- PERFIL.COM, **La inseguridad de los 400 millones**, disponible en <http://blogs.perfil.com/podcast/index.php/2009/03/30/la-inseguridad-de-los-400-millones> (Marzo 2009). [Abr/12]
- MATTAR, Elio, **Lo que el consumidor espera de las empresas**, Instituto Akatú (San Pablo, Brasil 2005), pag 44. [Abr/12]
- DE LA CUESTA GONZÁLES, Marta, **El porqué de la RSC**, en *Boletín Económico de ICE*, N° 2813 (2004), PDF disponible en <https://www.juntadeandalucia.es> . [Abr/12]
- CARROLL, B. Archie, **Corporate Social Responsibility: Evolution of a definitional construct**, en *Businnes & Society*, (University of Georgia, 1999), pag. 268-295. [Abr/12]
- CAMACHO, Ildfonso, **Ética Empresarial: Reflexiones desde y para la docencia** (feb/2010), disponible en www.creadess.org. [Abr/12]
- CORTINA, Adela, **La dimensión pública de las éticas aplicadas**. Revista Iberoamericana de Educación(España); (29): 2, mayo – agosto del 2002. [Abr/12]
- MELÉ, Domenec, **Comunicación de Empresa** (3/05), disponible en <http://rodolfobesoain.blogspot.com.ar>[Abr/12]
- CARAVEDO, Baltasar, **La responsabilidad social empresarial: una prioridad del mundo empresarial moderno** (AVINA - Perú), disponible en http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1.htm [Abr/12]
- CALDERÓN, Neyra, **Stakeholders**, disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/stakeholders-ciudadanos-estado.htm> DAVIS, Peter y DONALDSON, John, **Management Cooperativista**, Ediciones

Granica S.A, (Buenos Aires, Argentina, Abril de 2005. [Abr/12]

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, **Manual de Primeros Pasos del IARSE**, septiembre de 2005. [Abr/12]

INSTITUTO ETHOS, **Manual de Primeros Pasos**, disponible en: <http://www3.ethos.org.br/>[Abr/12]

PACTO GLOBAL, **¿Qué es el Pacto Global?**, disponible en <http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=8> [Abr/12]

ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL, disponible en www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf [Abr/12]

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, **Global Reporting Initiative**, disponible en <https://www.globalreporting.org/Pages/resource-library.aspx?resSearchMode=resSearchModeText&resLangText=Spanish&resPageNumber=2> [Abr/12]

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, **Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria IARSE**, (ANEXO I) [Abr/12]

ROSSI, María Eugenia, **Gerente de ADH (Área de Desarrollo Humano)**, Farmacias del Centro, entrevista personal, 25/05/12

ANEXO I

Guía de Autoaplicación

Indicadores

de

Responsabilidad Social Empresaria

Guía de Autoaplicación

Indicadores

de Responsabilidad
Social Empresaria

PLARSE

Programa
Latinoamericano
de RSE - IARSE

Versión 1.0





Guía de Autoaplicación

Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria

Versión 1.0

Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria Versión 1.0 es una publicación puesta a disposición por el IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria). Comprende los INDICADORES PLARSE comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a la realidad y contexto legal de Argentina de los INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA, publicados anualmente por el Instituto ETHOS de Brasil.



Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria – IARSE

Almirante Brown 245 (X5002IWE)

Córdoba – Argentina

Tel/Fax: 54 – 351 – 4110600

Web Site: www.iarse.org

Mail: mail@iarse.org

Responsables de la presente Edición :

Alicia Rolando de Serra, Luis A. Ulla, Alejandro Roca

Colaboraron con la adaptación y corrección:

Edgar Serra - Enrique Camussi

Agradecimientos:

Al PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE) promovido por el Instituto ETHOS, Fundación AVINA, la Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo y Forum Empresa, y a las organizaciones participantes del programa: ADEC - Paraguay, CCRE - Colombia, CERES - Ecuador, Fundación COBORSE - Bolivia, Instituto ETHOS - Brasil, PERU 2021 - Perú, UNIRSE - Nicaragua por haber autorizado la distribución del componente de los Indicadores PLARSE de la presente edición.

Al Instituto Ethos, sus autoridades y equipo de colaboradores el apoyo técnico brindado en la presente edición.

A las empresas de Argentina que, mediante su patrocinio, han hecho posible la edición de estos materiales.

Diseño y Gráfica:

Estudio Artwork

General Paz 323 - Oficina 1

Córdoba - Argentina

Tel./Fax: 54 - 351 - 4117180

artwork@estudioartwork.com

Queda hecho el depósito que marca la Ley N° 11.723

Derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial.

Impreso en Argentina.

ISBN: 987-22353-4-1

Se terminó de imprimir en los talleres gráficos de Gráfica Pugliese Siena en el mes de junio de 2009

Pugliese Siena S.H.

Producción Gráfica Integral

Sarachaga Oeste 122 - B° Alta Córdoba.

CP: X5001AMD - Córdoba - Argentina

Tel/Fax: 54 - 351- 4720812 / 4739897

administracion@offsetpugliesesiena.com.ar

offsetpugliesesiena@offsetpugliesesiena.com.ar

www.offsetpugliesesiena.com.ar

© Registro de Propiedad Intelectual a favor del IARSE © Form. N° 134578 - S.A.L.A.C.-, Junio de 2009. Queda totalmente prohibida su reproducción total o parcial sin expresa autorización por escrito del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).

El **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)** se crea a mediados del año 2002 con la misión de “promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina, trabajando junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua”. Partiendo de concebir a la Responsabilidad Social Empresaria como modelo de gestión que contempla los impactos económicos, ambientales y sociales derivados de la actividad empresarial, el Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios, genera herramientas de gestión 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 contribuir a la construcción de una sociedad más justa y sustentable.

El IARSE produce información, conocimiento, divulga buenas prácticas, trabaja en red y establece alianzas con otras organizaciones comprometidas con la promoción de RSE en Argentina y en la región, para facilitar el compromiso gradual y creciente del mundo de los negocios con una gestión ética y socialmente responsable.

Actividades y Servicios del IARSE:

- Promoción y difusión del concepto y la práctica de la RSE y su evolución.
- Desarrollo y publicación de herramientas de gestión.
- Intercambio de experiencias y networking entre pares que practican la RSE.
- Apoyo y asistencia técnica a asociaciones regionales que promueven y difunden la RSE en sus respectivas regiones.
- Acompañamiento y orientación a las empresas en la planificación estratégica de la RSE alineada al negocio.
- Edición de un boletín electrónico quincenal que reciben más de 55 mil suscriptores.
- Portal de noticias, artículos e investigaciones sobre RSE en el sitio www.iarse.org.
- Visibilidad a las mejores prácticas de RSE llevadas adelante por las empresas y cooperativas.
- Acompañamiento y orientación a cooperativas en sus estrategias de RSE.
- Acompañamiento a las empresas en sus planes y proyectos de Inversión Social Privada (ISP) y Negocios Inclusivos (NI).
- Capacitación en RSE a través de una nutrida agenda de cursos, talleres y conferencias nacionales e internacionales.
- Cursos y talleres para docentes universitarios y periodistas.

Creado con el apoyo inicial de las Fundaciones W. K. Kellogg, de Estados Unidos, y AVINA, de Suiza, hoy posee un destacado y creciente grupo de empresas que lo apoyan en el cumplimiento de su misión institucional.

Nuestros Miembros

Las siguientes compañías y entidades creen en el surgimiento de una idea renovada sobre el rol de la empresa en la sociedad y han decidido participar activamente como empresas-miembro de nuestro Instituto:

ORO: ACCOR SERVICES ARGENTINA - ADECCO - GRUPO ARCOR - BANCO GALICIA - BANCO ITAÚ - C&A - CADENA 3 ARGENTINA - FUNDACIÓN DE LA CUENCA/GRUPO UNIDOS FUNDACION IRSA - GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE GRUPO LUCCI - GRUPO PROMINENTE - GRUPO SANCOR SEGUROS - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTERSERVICES KIMBERLY CLARK ARGENTINA - LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - HIPERMERCADO - LIBERTAD - LIMECO - LOMA NEGRA - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA METANOIA - MOVISTAR - NATURA - NEW CHOICE - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PEPSICO DE ARGENTINA PETROBRAS REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN / MAR DEL PLATA - STANDARD BANK TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

PLATA: ALCO-CANALE - ALTO PARANÁ - BANCO PATAGONIA CARBOCLOR - CARREFOUR ARGENTINA - CONSEJO PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL - ESTUDIO ARTWORKGAS NATURAL BAN - GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO LABORATORIOS ANDROMACO - MATRICERÍA AUSTRAL PERSPECTIVAS SOCIALES - PHILIPS ARGENTINA PROVINCIA ART - SALAS, RUSCELLI, SOBRERO CONSULTORES - TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

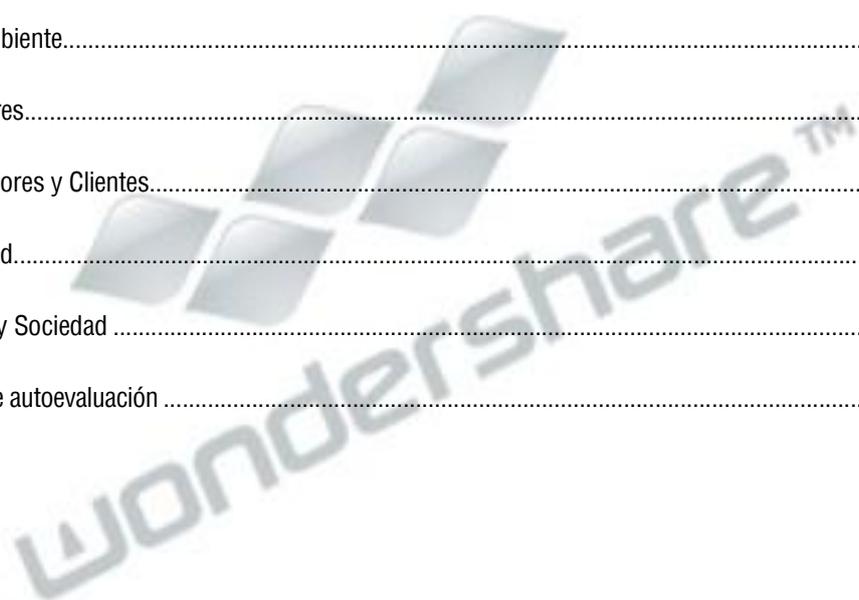
BRONCE: ACTIVAR CONSULTORES OCUPACIONALES ALTA TECNOLOGÍA ALIMENTARIA - APEX SYKES - ARGENTUM CONSULTING - CAPITAL POST - CLIBA - COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO - CONGELARG CURTIEMBRES FONSECA S.A. - EL TEJAR S.A. - ELLMANN, SUEIRO & ASOCIADOS - ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN KADICARD - MOLINOS RIO DE LA PLATA - NATURAL STONES S.A. - PIN S.A. - PINTURERIAS FIMA - PIROSKA MELEG y ASOCIADOS - - QUADE SRL - RODE - RUCA PANEL SRL TABACAL AGROINDUSTRIA - UNIMIN - UNIVERSIDAD FASTA VALE / POTASIO RIO COLORADO



Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria

Índice

Presentación.....	7
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	13
Público Interno	23
Medio Ambiente.....	45
Proveedores.....	53
Consumidores y Clientes.....	59
Comunidad.....	65
Gobierno y Sociedad	71
Plantilla de autoevaluación	77



Los Indicadores RSE, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa.

Lanzados por el Instituto ETHOS de Brasil en 2000, fueron adoptados como base de referencia para el desarrollo de indicadores de otras organizaciones de RSE en Latinoamérica, tal como viene haciendo IARSE en sucesivas ediciones desde el año 2003.

De estas experiencias, del trabajo en alianza con las organizaciones de RSE locales y con el apoyo técnico del Instituto ETHOS, surgió el componente de **Indicadores del PROGRAMA LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (PLARSE) que tiene por objetivo la utilización de un único patrón de indicadores de RSE para todos los países de América Latina que forman parte del programa.**

Los indicadores de RSE - PLARSE han sido formulados de modo tal que contemplan los aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano y comprenden el componente cuestionario referido a los INDICADORES EN PROFUNDIDAD (ETAPAS).

Complementariamente, la presente edición también refiere a preguntas particulares, INDICADORES BINARIOS Y CUANTITATIVOS, que responden al contexto y realidad local de la RSE en Argentina.

El **PLARSE** <http://www.plarse.org> es una realización del Instituto **ETHOS** en alianza con la Fundación Avina, la Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo (**ICCO**) y el **Forum Empresa** y tiene como objetivo fortalecer el movimiento de responsabilidad social empresarial en Latinoamérica, por medio del intercambio de conocimiento y experiencias entre las organizaciones participantes y por la consolidación de alianzas que contribuyan para la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región.

Las organizaciones participantes del programa son:

- **Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) – Paraguay**
- **Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) - Colombia**
- **Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) – Ecuador**
- **Corporación Boliviana de RSE (COBORSE) – Bolivia**
- **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) - Argentina**
- **Instituto ETHOS – Brasil**
- **Perú 2021 – Perú**
- **Unión Nicaragüense para la RSE (UNIRSE) - Nicaragua**

Estructura del Cuestionario

El cuestionario está organizado en siete grandes temas:

- **Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo**

AUTORREGULACIÓN DE LA CONDUCTA

- Compromisos Éticos
- Arraigo en la Cultura Organizativa
- Gobierno Corporativo

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

- Relaciones con la Competencia
- Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)
- Balance Social/ Memoria de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

- **Público Interno**

DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

- Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
- Gestión Participativa

RESPETO AL INDIVIDUO

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Valoración de la Diversidad
- Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados [no aplicable en Ecuador]

TRABAJO DECENTE

- Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
- Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
- Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
- Conducta Frente a Despidos
- Preparación para Jubilación

- **Medio Ambiente**

RESPONSABILIDAD FRENTE A LAS GENERACIONES FUTURAS

- Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental
- Educación y Concientización Ambiental

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

- Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

• **Proveedores**

SELECCIÓN, EVALUACIÓN Y ALIANZA CON PROVEEDORES

- Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Trabajo Forzado en la Cadena Productiva
- Apoyo al Desarrollo de Proveedores

• **Consumidores y Clientes**

DIMENSIÓN SOCIAL DEL CONSUMO

- Política de Comunicación Comercial
- Excelencia de la Atención
- Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

• **Comunidad**

RELACIONES CON LA COMUNIDAD LOCAL

- Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno
- Relaciones con Organizaciones Locales

ACCIÓN SOCIAL

- Financiamiento de la Acción Social
- Involucramiento con la Acción Social

• **Gobierno y Sociedad**

TRANSPARENCIA POLÍTICA

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Prácticas Anticorrupción y Anticoima

LIDERAZGO SOCIAL

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Estructura de los Indicadores

Cada uno de los indicadores se divide a su vez en:

Indicadores de Profundidad: permiten evaluar la etapa actual de la gestión de RSE de la empresa. Son los **INDICADORES DE RSE DE PLARSE**, de aplicación común a todos los países de la región

que participan del programa. Está representado por cuatro cuadros contiguos que expresan estadios de determinada práctica, evolucionando desde una primera a una cuarta etapa, a fin de poder identificar fácilmente en qué estadio de la práctica se encuentra la empresa, tal como se describe a continuación:

<p>Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Representa la etapa intermedia de acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Representa la etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa. La Responsabilidad Social y el Desarrollo Sustentable son considerados estratégicos para el negocio.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés para la sociedad.</p> <p style="text-align: center;">Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<p><input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.</p>		<p><input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)</p>	

Se optará por sólo una de las cuatro etapas, la que más se acerca a la realidad de su empresa. Cada etapa presupone el cumplimiento del nivel anterior. En caso de que ninguno de los cuadros corresponda a la realidad de la compañía, se consignará uno de los siguientes motivos:

- Nunca hemos tratado este asunto antes
- No consideramos su aplicación en nuestra empresa

Al señalar la segunda opción, es importante explicitar el porqué, expresando una justificación en el espacio reservado para comentarios. Al elegir esta alternativa, automáticamente se consideran no aplicables las informaciones adicionales correspondientes.

Indicadores Binarios (Informaciones Adicionales):

Se compone de preguntas de respuesta binaria (sí o no) y cualifican el estadio seleccionado en los Indicadores en Profundidad. Sirven para la validación y profundización de la etapa de responsabilidad social identificada por la empresa y contribuyen a la comprensión de las prácticas que pueden incorporarse a la gestión de los negocios.

Para una correcta autoevaluación, estos indicadores deben ser completados obligatoriamente, excepción hecha en los casos que el indicador de profundidad correspondiente no sea aplicable a la realidad de la empresa.

Indicadores Cuantitativos:

Proponen el relevamiento sistemático de datos. Con ellos, se pueden conformar series anuales para cruzar con otros datos relevantes para la empresa. No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; no obstante ello, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y hacen a la consistencia de la planificación de nuevos objetivos y metas en materia de RSE.

En conjunto esta estructura permite que la empresa planee el modo de fortalecer su compromiso con la responsabilidad social. La disposición en escala provee parámetros para los pasos siguientes. Señala, junto a los indicadores binarios (informaciones adicionales) y cuantitativos, directrices para el establecimiento de metas de perfeccionamiento en el universo de cada tema.

Instrucciones para completar el cuestionario

- Cada unidad de negocios debe responder a su propio cuestionario.
- Es aconsejable que la empresa designe un coordinador que centralice y sistematice la información y facilite el diálogo interno.
- Debido al alcance de los temas, el proceso debe involucrar la participación de varias áreas de la empresa. Cuanto más personas estén involucradas en el proceso de recolección y de volcado de información y cuanto más diversificados sean los niveles jerárquicos y los departamentos a los cuales ellas pertenezcan, mayor será la representatividad de las respuestas y más profunda la reflexión interna, garantizando un mejor auto diagnóstico. En este punto es conveniente capacitar a todos los involucrados en el proceso para que se comprenda el porqué de la aplicación del cuestionario y se logre el compromiso necesario con el proceso.
- Es muy importante que la alta dirección acompañe su aplicación y conozca los resultados.
- Motivar y movilizar a los profesionales de la empresa a responder los Indicadores, permitirá iniciar un proceso de autodiagnóstico que, aunado a la misión y estrategia general de la empresa, será de utilidad para identificar aspectos de la gestión que necesitan ser desarrollados estableciendo nuevas metas y monitoreando sus resultados.
- También es necesario tener presente la importancia que revise el diálogo con los distintos públicos con que se relaciona la empresa a fin de evaluar los impactos de sus acciones, buscar soluciones y definir nuevas metas.

Contáctenos:

Para consultar u obtener más información sobre la metodología de aplicación de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria, su correlación con las iniciativas de Pacto Global y GRI (Global Reporting Initiative) contáctese con el INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA – IARSE a los mails: arolando@iarse.org; aroca@iarse.org; lulla@iarse.org

NOTAS

Es conveniente que el coordinador o facilitador interno sea la (s) persona (s) más relacionada al tema y que cuente con una visión integrada de las áreas de la empresa, que tenga capacidad para recabar y sistematizar datos e interpretarlos en el marco de la gestión estratégica de la empresa. Se aconseja que el proceso involucre sólo a participantes internos para legitimar la reflexión que propicia la aplicación de los Indicadores. Sin embargo, se puede también recurrir a facilitadores externos, siempre y cuando lidere el proceso un facilitador interno.

Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo



Autorregulación de la conducta

- Indicador 1 – Compromisos Éticos
- Indicador 2 – Arraigo en la Cultura Organizativa
- Indicador 3 – Gobierno Corporativo

Relaciones transparentes con la Sociedad

- Indicador 4 – Relaciones con la Competencia
- Indicador 5 – Diálogo e Involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders)
- Indicador 6 – Balance Social/ Memoria de RSE/ Reporte de Sostenibilidad

Compromisos éticos

1 Respeto a la adopción y alcance de valores y principios éticos:

Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y actitudes/comportamiento de las personas.

Etapa 1

Los valores y principios de la organización existen en documento formal, que cuenta con proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de persona o área responsable.

Etapa 2

La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.

Etapa 3

Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su revisión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
1.1. ¿expone públicamente sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera que sea adecuada a sus partes interesadas?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización:		
1.2. ¿contemplan las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medio ambiente, consumidores/clientes, comunidad, gobierno y accionistas minoritarios?		
1.3. ¿prohíben expresamente la utilización de prácticas ilegales (como corrupción, extorsión, coima, doble caja) para la obtención de ventajas comerciales?		
1.4. ¿son explícitos con referencia al compromiso ético en la gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos públicos (clientes, empleados, proveedores, etc.)?		
El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:		
1.5. ¿cumplimiento de las leyes y pago de impuestos?		
1.6. ¿coimas, pagos o recibos cuestionables?		
1.7. ¿reglas explícitas en la relación con funcionarios públicos?		
1.8. ¿conflicto de intereses, donaciones?		
1.9. ¿corrupción activa en actividades en Argentina o en el extranjero?		
1.10. ¿corrupción pasiva?		
1.11. ¿improbidad administrativa?		
1.12. ¿fraude en concursos públicos?		
1.13. ¿límite de las actividades y contribuciones políticas?		
1.14. ¿relaciones con la comunidad?		

El código de ética y/o la declaración de valores de la organización cubre asuntos como:	Sí	No
1.15. ¿nepotismo?		
1.16. ¿procesos judiciales y arbitrajes?		
1.17. ¿prevención y tratamiento de fraudes?		
1.18. ¿son explícitos en relación al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones brindadas a todas las partes interesadas?		
1.19. ¿posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas internas?		
1.20. ¿posee un comité, consejo o responsable(s) formal(es) que se ocupe de las cuestiones éticas reconocidas exteriormente?		
1.21. ¿estimula la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización y la actitud individual de sus empleados?		
1.22. ¿vincula expresamente la actuación de asesorías jurídicas y contables al código de ética /declaración de principios?		
1.23. ¿más allá de atender todas las legislaciones vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los impuestos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes que están vinculadas al ejercicio de las actividades de la organización o en beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente?		
1.24. ¿viene implantando, consolidando y divulgando procedimientos internos para efectuar consultas jurídicas a instituciones aplicables a sus actividades en su condición de contribuyente del Estado, en el ejercicio de su ciudadanía corporativa ¹ y en su condición de integrante de la comunidad, proveedor, cliente o consumidor, etc.?		

Arraigo en la Cultura Organizativa

2

Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:

Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco centrado en el público interno.

Etapa 1

Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.

Etapa 2

Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada² y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo.

Etapa 3

Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
2.1. ¿Las cuestiones éticas son abordadas en encuestas de clima organizacional, por evaluación 360° o herramientas análogas?		
2.2. ¿Los empleados de la empresa demuestran familiaridad en su día a día con los temas y conductas contemplados en el código de ética, aplicándolos espontáneamente?		
2.3. ¿La estructura organizacional desarrolló procedimientos para lidiar con denuncias y resolución de conflictos relacionados al incumplimiento de su código de conducta y/o su declaración de valores?		

Gobierno Corporativo³

3 Respeto a la estructura organizativa y prácticas de gobierno de la empresa:

Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.

Etapa 1

El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.

Etapa 2

Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente.

Etapa 3

Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de los grupos de interés en asuntos que las involucren.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La alta dirección de la empresa:	Sí	No
3.1. ¿cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?		
3.2. ¿posee estructura que contemple comité de auditoría ⁴ , auditoría externa independiente, buscando: asegurar el control de la propiedad sobre la gestión; prevenir/cohibir abusos de poder de sus integrantes, fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses; desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción, la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas y la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan?		
3.3. ¿para nombrar miembros del comité de auditoría tiene en consideración habilidades, conocimientos, especialización e independencia para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)?		
3.4. ¿utiliza estudios, encuestas y el apoyo de especialistas para fundamentar mejor la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos?		
3.5. ¿incluye el respeto a los derechos humanos ⁵ como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?		
3.6. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ⁶ ?		
3.7. ¿orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ⁷ ?		
3.8. ¿orienta sus operaciones en concordancia con los principios del Pacto Global ⁸ y/o en apoyo a las Metas del Milenio ⁹ ?		
3.9. ¿la declaración de la visión y la estrategia de la organización contempla contribuciones y dilemas de la empresa en lo que se refiere al desarrollo sustentable?		
3.10. ¿existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la compañía?		

La alta dirección de la empresa:	Sí	No
3.11. ¿existen objetivos cuantificados de RSE dentro de las estrategias funcionales de las distintas áreas de la empresa (compras, logística, proveedores, etc.)?		
3.12. ¿existe un esquema de capacitación formal en RSE, dentro de la estrategia de desarrollo de capital humano de la compañía?		
3.13. ¿existen indicadores de sustentabilidad en el Tablero de Control de la compañía?		
3.14. ¿existe una base cultural que permita incorporar partidas presupuestarias significativas para actividades de RSE?		

	2007	2008	2009	2010
3.15. Número de miembros del Directorio				
3.16. Porcentual del Directorio formado por consejeros independientes, sin cargos ejecutivos				
3.17. Porcentual de mujeres en el Directorio				

RELACIONES TRANSPARENTES CON LA SOCIEDAD

Relaciones con la competencia

4

Respecto a las políticas de relación con la competencia u organización del mismo propósito, la empresa:

Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple con la legislación y busca un posicionamiento leal.

Etapa 1

Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando es necesario) con el público interno sobre su postura ante la competencia.

Etapa 2

Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de empleados en la discusión de esos aspectos.

Etapa 3

Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más elevados (combate a la formación de trusts y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
4.1. ¿los principios relacionados a la competencia leal constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
4.2. ¿expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su sitio de Internet, de material institucional, del informe anual, etc.)?		
4.3. ¿posee una política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos y servicios?		
4.4. ¿la política sobre competencia desleal alcanza a la cadena productiva de la empresa?		
La política sobre competencia desleal aborda los siguientes ítems:		
4.5. ¿Piratería?		
4.6. ¿Evasión fiscal?		
4.7. ¿Contrabando?		
4.8. ¿Adulteración de productos o marcas?		
4.9. ¿Falsificación de productos?		
La empresa:		
4.10. ¿en los últimos tres años, fue advertida o sancionada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia ¹⁰ (CNDC) por prácticas de competencia desleal?		
4.11. ¿en los últimos tres años, fue denunciada por organizaciones gubernamentales o de la sociedad civil de defensa al consumidor por irregularidades en sus procesos, servicios o productos?		

Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)¹¹

5 Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:

Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio. Lo que implica que conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.

Etapa 1

Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento con ellos, con el fin de remediar impactos socioambientales ocasionados por sus actividades. Esto se realiza por medio de equipos preparados para poner en marcha los planes de contingencia necesarios.

Etapa 2

Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socioambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.

Etapa 3

Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prevenir, minimizar o eliminar los impactos socioambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
5.1. ¿mantiene comunicación con grupos o partes interesadas que critiquen la naturaleza de sus procesos, productos o servicios?		
5.2. ¿tiene políticas y/o procedimientos para responder prontamente a cualquier sugerencia, reclamo, esfuerzo o demanda de sus partes interesadas?		
5.3. ¿el proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones?		
5.4. ¿tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones obtenidos del proceso de diálogo y compromiso de las partes interesadas sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles por sus partes interesadas?		
5.5. ¿esos indicadores/datos/informaciones son utilizados en el proceso de planeamiento general de la empresa?		
5.6. ¿esos indicadores/datos/informaciones son insertados en el balance social de la empresa?		
5.7. ¿utiliza metodologías de diálogo estructurado con las partes interesadas, tales como la Norma AA1000 ¹² o similares?		

Balance Social/ Memoria de RSE / Reporte de Sostenibilidad¹³

6

Respecto a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:

Elabora sin regularidad definida un balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.

Etapa 1

Elabora anualmente un balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.

Etapa 2

Produce con amplio involucramiento interno el balance social o reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables.

Etapa 3

Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externos, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
6.1. ¿las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		
6.2. ¿las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros?		

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
6.3. ¿en el proceso de elaboración del balance social, la empresa involucra por lo menos a cuatro de los siguientes partes interesadas: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos, entidades orientadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)?		
6.4. ¿la empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?		
6.5. ¿el proceso de divulgación del balance social contempla por lo menos cuatro de las siguientes partes interesadas: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general?		
6.6. ¿la empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades vía Internet?		
6.7. ¿la empresa contempla en su balance social datos e indicadores de monitoreo de la distribución de la riqueza, la demostración de valor agregado, por ejemplo?		
6.8. ¿los datos recolectados y utilizados para el balance social son empleados en la planificación estratégica de la empresa?		
Al producir el balance social la empresa tiene en consideración los principios¹⁴:		
6.9. ¿Inclusión?		
6.10. ¿Relevancia y Materialidad?		
6.11. ¿Transparencia?		
6.12. ¿Alcance?		
6.13. ¿Equilibrio?		
6.14. ¿Comparabilidad?		
6.15. ¿Exactitud?		
6.16. ¿Periodicidad?		
6.17. ¿Claridad?		
6.18. ¿Verificabilidad?		

	2007	2008	2009	2010
6.19. Liste las partes interesadas (Ej.: público interno, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad, etc.) comprendidas en la elaboración del balance social				
6.20. Liste las partes interesadas contempladas en el demostrativo de distribución de la riqueza				

NOTAS

- 1 Ciudadanía Corporativa
 - Es la forma de conducta de la empresa que refleja un comportamiento responsable y proactivo, tanto en los negocios como en el trato con todos sus integrantes, respecto a las comunidades, sociedad y medio ambiente natural (Logan, Roy y Regelbrugge).
 - Es el proceso mediante el cual una compañía desarrolla y administra las relaciones con sus stakeholders (Waddock y Smith).
- 2 Esta auditoría puede ser interna o externa y puede ser realizada por consultoría o profesionales especializados.
- 3 Los debates sobre gobernabilidad corporativa en América Latina y en todo el mundo, se concentran en las sociedades de capital abierto y en las empresas que, aunque de capital cerrado, tienen potencial para la apertura de su capital a corto plazo. (...) Sin embargo, (...) la buena gobernabilidad corporativa constituye un motivo relevante de preocupación también para las sociedades de capital cerrado, pues la mayor parte de ellas aún depende del autofinanciamiento, de operaciones de private equity y del sistema bancario para obtener los recursos necesarios para su expansión y crecimiento. Las sociedades de capital cerrado (en general, empresas familiares o de propiedad de sus propios fundadores) deben adoptar prácticas coherentes de contabilidad y auditoría, bien como controles adecuados y administración y planificación estratégica, si quieren preservar su competitividad.” (Fuente: Informe Oficial sobre Gobernabilidad Corporativa en América Latina, de la OCDE). <http://www.oecd.org>
- 4 Ley 19.550 y sus modificatorias - Ley 22.903 (1983) (“Ley de Sociedades Comerciales” o “LSC”): abarca aspectos tales como constitución, reglas contables, fusiones, escisiones y relaciones de control entre sociedades, activos, emisión de acciones, asambleas de accionistas, composición de directorios, comités especiales, comisión fiscalizadora, derechos de los accionistas, disolución, liquidación, etc. Decreto Delegado 677/01, de Transparencia y Mejores Prácticas para el Mercado de Capitales. Ver <http://www.cnv.gov.ar/marco.asp?Lang=0>. Ver también Normas de la CNV <http://www.cnv.gov.ar/LesyReg/CNV/esp/TOC2001.htm>
- 5 Vea la Declaración Universal de los Derechos Humanos en <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>. Un ejemplo de cuestiones a las cuales la empresa debe estar atenta es de no invertir ni adquirir fábricas que empleen trabajo infantil o sometan a sus funcionarios a condiciones impropias de salud y seguridad, o en empresas vistas por la comunidad como violadoras de derechos sobre la tierra o de conocimiento tradicional de poblaciones locales. Otro ejemplo es la participación en negocios de representantes del gobierno involucrados en actos de corrupción, situación en que la empresa puede ser vista como connivente con crímenes contra el patrimonio público y distribución fraudulenta de ingresos. Situaciones como ésta generan riesgos que pueden llevar al litigio, extorsión, pérdida de producción, seguros más caros, dificultad de acceso al capital y de reclutamiento y retención de talentos, además, esto es claro, de daños a la reputación.
- 6 Los principios y derechos fundamentales del trabajo están relacionados con la libertad sindical y el reconocimiento del derecho de negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio, la abolición de efectiva del trabajo infantil y la eliminación de cualquier tipo de discriminación relacionada al empleo u ocupación. Más información en el sitio web de la OIT en http://www.oit.org/dyn/declaris/DECLARATIONWEB.INDEXPAGE?var_language=SP
- 7 Las directrices de la OCDE para empresas multinacionales sugieren principios y modelos voluntarios para la conducta responsable de empresas en áreas como trabajo y relaciones industriales, derechos humanos, medio ambiente, transparencia, competencia, impuestos y ciencia y tecnología. Más información en el sitio web: <http://www.oecd.org>
- 8 El Pacto Global (Global Compact) es una iniciativa desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con el objetivo de movilizar a la comunidad empresarial internacional para la promoción de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y la lucha anticorrupción. Esta iniciativa cuenta con la participación de las agencias de las Naciones Unidas, empresas, sindicatos, organizaciones no gubernamentales y demás asociados necesarios para la construcción de un mercado global más inclusivo e igualitario. Más información en los sitios web www.unglobalcompact.org; www.undp.org.ar; www.iarse.org
- 9 La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas es un documento aprobado por la Cumbre del Milenio, realizada del 6 al 8 de septiembre de 2000, en New York (EE.UU). Se trata de un compromiso global para enfrentar los desafíos más significativos en los campos económico y social formulados en la forma de metas a ser cumplidas antes del año 2015. Más información en el sitio web <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/index.html>. Sobre las Metas del Milenio para Argentina ver el documento de Presidencia de la Nación – Octubre 2003 – que contiene los Objetivos para Argentina en http://www.undp.org.ar/Actividades/28/objetivos_html
- 10 Ver <http://www.mecon.gov.ar/cndc/home.htm>. Comisión Nacional de Defensa de la Competencia creada por Ley 22.262 Ley de Defensa de la Competencia.
- 11 Stakeholder: término en inglés ampliamente utilizado para designar las partes interesadas, o sea, cualquier individuo o grupo que pueda afectar al negocio, por medio de sus opiniones o acciones, o sea por él afectado: público interno, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno, accionistas, etc. Hay una inclinación cada vez mayor para considerar stakeholder a quien se juzgue como tal, y en cada situación la empresa debe buscar la elaboración de un mapa de los stakeholders involucrados.
- 12 AA1000 (AccountAbility 1000) es una norma internacional para la gestión de la contabilidad, auditoría y relato de la responsabilidad corporativa. Por medio de la inclusión de stakeholders en varios pasos del proceso, la organización adoptante logra credibilidad frente a sus diversos públicos. Más información en el sitio web www.accountability.org.uk
- 13 Vea Guía de Elaboración de Balance Social según lineamientos del Global Reporting Initiative GRI (Reportes de Sostenibilidad) en <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>. Vea Ley 25.877 Régimen Laboral Capítulo IV Balance Social (Art. 25) Obligatorio para empresas de más de 300 trabajadores desde marzo 2004. Consulte la página web de IARSE www.iarse.org por artículos y comentarios de especialistas sobre Balance Social.
- 14 Ver GRI 3. <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/>

Público Interno



Diálogo y Participación

- Indicador 7 – Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
- Indicador 8 – Gestión Participativa

Respeto al Individuo

- Indicador 9 – Compromiso con el Futuro de los Niños
- Indicador 10 – Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Indicador 11 – Valoración de la Diversidad
- Indicador 12 – Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Indicador 13 – Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Indicador 14 – Relaciones con Trabajadores Tercerizados/ Subcontratados

Trabajo Decente

- Indicador 15 – Política de Remuneración, Beneficios y Carrera
- Indicador 16 – Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones Laborales
- Indicador 17 – Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad
- Indicador 18 – Comportamiento en los Despidos
- Indicador 19 – Preparación para la Jubilación

Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados

7 Respecto a la participación de empleados en sindicatos y/o en otras asociaciones de empleados en relación con sus representantes¹⁵, la empresa:

<p>No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados.</p> <p>Etapa 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo.</p> <p>Etapa 2 <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Además de permitir la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo, provee información sobre las condiciones de trabajo, y se reúne periódicamente con los sindicatos u otras asociaciones de empleados para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.</p> <p>Etapa 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los trabajadores, para facilitar las discusiones.¹⁶</p> <p>Etapa 4 <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/> Nunca hemos tratado este asunto antes.		<input type="checkbox"/> No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)	

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
7.1. ¿suministra información a sus trabajadores y permite reuniones en horario de trabajo para facilitar su actividad gremial?		
7.2. ¿posee una comisión interna de empleadores y trabajadores que esté garantizada por convenio colectivo?		
7.3. ¿pone a disposición de terceros información básica sobre derechos y deberes tales como acuerdos salariales, contribuciones sindicales, etc.?		

Gestión Participativa

8

Respecto al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:

Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, brinda entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.

Etapa 1

Además de esto, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras

Etapa 2

Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico-financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.

Etapa 3

Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
8.1. ¿Todos los integrantes de comisiones internas de trabajadores son electos por los trabajadores sin interferencia de la empresa?		
8.2. ¿La empresa posee políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?		
8.3. ¿La empresa posee un programa de incentivo y reconocimiento de las sugerencias de los empleados para la mejora de los procesos internos?		

Compromiso con el futuro de los niños

9

En el tratamiento de la cuestión de Combate al Trabajo Infantil, la empresa:

Además de respetar la legislación nacional¹⁷ que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.

Etapa 1

Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados propios (incluso de los tercerizados/ subcontratados) estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.).

Etapa 2

Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.

Etapa 3

Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema se replique en toda la cadena productiva.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
9.1. ¿discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general)?		
9.2. ¿tiene un programa específico para contratación de aprendices? ¹⁸		
9.3. ¿considerando su rol social en relación a los aprendices, les ofrece a ellos buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal con el debido acompañamiento, evaluación y orientación?		
9.4. ¿al concluir el período referente al programa de aprendizaje busca emplearlo(s) en la propia empresa y en caso de imposibilidad, otorga oportunidades con empresas u organizaciones asociadas?		

	2007	2008	2009	2010
9.5. Número de menores aprendices en la empresa				
9.6. Número de aprendices contratados luego de finalizado el período de aprendizaje				
9.7. Cantidad de actuaciones que la empresa recibió del Ministerio de Trabajo con relación al uso de mano de obra infantil				

Compromiso con el desarrollo infantil

10 Considerando su contribución al desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la empresa:

Sigue la legislación vigente¹⁹ de protección a la maternidad (y paternidad, sí aplicable), lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres, incluso los tercerizados/ subcontratados) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.

Etapa 1

Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños.

Etapa 2

Considera que el éxito de esas políticas y/o iniciativas supone la formación educacional de los padres y su condición de vida, integra esa discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de eso, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores.

Etapa 3

Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
10.1. ¿ofrece programas específicos para la salud de la mujer embarazada?		
10.2. ¿ofrece programas de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados al nacimiento, alimentación saludable, prevención de dolencias, protección de la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)?		
10.3. ¿hace acompañamiento periódico de la cobertura de vacunas, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el Carnet de Vacunación?		
10.4. ¿promueve campañas de inmunización a los empleados y sus dependientes de vacunas no ofrecidas por la salud pública o no cubiertas por las obras sociales del personal?		
10.5. ¿hace acompañamiento de inclusión de los hijos de los empleados en la escuela (solicitando comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con necesidades especiales)?		
10.6. ¿posee política específica para empleados padres o responsables de niños con necesidades especiales de forma de garantizarles la posibilidad de acompañar el desarrollo de los hijos de forma adecuada?		
10.7. ¿destina recursos (humanos y/o económicos) para contribuir con organizaciones dedicadas al desarrollo de la infancia?		
10.8. ¿estimula a los empleados a realizar trabajo voluntario y a apoyar a instituciones que promueven los Derechos del Niño y el Adolescente?		
10.9. ¿estimula a los proveedores, contratistas y empresas socias a interesarse y a apoyar la promoción de los Derechos del Niño y el Adolescente?		

INFORMACIONES ADICIONALES

Ofrece la empresa los beneficios abajo mencionados para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, incluyendo todos los niveles jerárquicos:	Sí	No
10.10. ¿Brinda servicios que complementan las prestaciones de la obra social que corresponde?		
10.11. ¿Guardería en el lugar de trabajo o por convenio?		
10.12. ¿Flexibilidad de horario para empleados con hijos menores de 6 años?		
10.13. ¿Auxilio para la educación de los hijos?		
10.14. ¿Los mismos beneficios de sus empleados directos para los trabajadores tercerizados?		
10.15. ¿La empresa posee políticas de acompañamiento del post-parto, particularmente para la identificación de la depresión post-parto?		
10.16. ¿La empresa facilita la utilización de los descansos diarios por lactancia, conforme a la ley ²⁰ en vigor?		

	2007	2008	2009	2010
10.17. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
10.18. Porcentual de hijos de empleados matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
10.19. Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-guardería (0 a 3 años)				
10.20. Porcentual de hijos de empleados con necesidades especiales matriculados en centros de educación infantil-preescolar (4 y 5 años)				
10.21. Porcentual de hijos de empleados con vacunación al día para la edad conforme al calendario básico establecido por el Ministerio de Salud				
10.22. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.23. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.24. Número de empleadas embarazadas				
10.25. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
10.26. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.27. Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.28. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
10.29. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación obligatorio				
10.30. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				

	2007	2008	2009	2010
10.31. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
10.32. Total de empleadas que ejercieron efectivamente su derecho de descansos diarios por lactancia				
De los empleados tercerizados^a				
10.33. Número de empleados hombres responsables (padres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.34. Número de empleadas responsables (madres o no) por niños de 0 a 5 años de edad				
10.35. Número de empleadas embarazadas				
10.36. Total de mujeres empleadas que en el último embarazo hicieron siete o más consultas prenatales				
10.37. Total de empleados hombres (padres o responsables) de niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.38. Total de empleadas madres o responsables por niños de 0 a 5 años que no terminaron la educación secundaria				
10.39. Número total de niños de 0 a 5 años dependientes de estos empleados/as				
10.40. Total de niños dependientes de estos empleados menores de 1 año vacunados conforme al calendario nacional de vacunación				
10.41. Total de niños de 4 y 5 años dependientes de estos empleados (mujeres y hombres)				
10.42. Total de niños de 4 y 5 años matriculados en el preescolar				
10.43. Total de empleadas con horario flexible para amamantar a su hijo hasta los 6 meses				

^a A lo largo de todo el documento trabajadores tercerizados, hace referencia a los trabajadores de las empresas con las cuales su establecimiento contrata, subcontrata, cede (total o parcialmente) trabajos o servicios correspondientes a la actividad normal y específica propia del establecimiento, así como a las empresas de servicios eventuales a las cuales recurre para tales actividades.

Valoración de la Diversidad

11

Por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad²¹, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación relacionada a la discriminación y se declara en contra de comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.

Etapa 1

Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna, orientando sobre la marcha de posibles denuncias.

Etapa 2

Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.

Etapa 3

Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
11.1. La política de valoración de la diversidad y no discriminación consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
Esa política contempla explícitamente:		
11.2. ¿la cuestión étnico racial?		
11.3. ¿la cuestión de género?		
11.4. ¿la cuestión de la edad?		
11.5. ¿la cuestión religiosa?		
11.6. ¿la cuestión de la orientación sexual?		
11.7. ¿la cuestión de origen geográfico y clase social?		
11.8. ¿la cuestión de las personas con necesidades especiales?		
11.9. ¿la cuestión de la apariencia física?		
11.10. ¿la empresa incluye requisitos de diversidad en los procesos y herramientas de gestión de personas para monitorear la diversidad de sus cuadros y posibles desigualdades en relación a los segmentos arriba citados, entre otras situaciones?		
11.11. ¿de esta política son derivados procedimientos formales para procesos de selección ²² , admisión, promoción y movilidad interna y despido?		
11.12. ¿en esta política están claramente previstos los mecanismos y canales formales para la presentación de denuncias, análisis y esclarecimiento de hechos que involucren posibles casos de discriminación?		
11.13. ¿la empresa posee programa específico de contratación de personas con discapacidad y atiende rigurosamente la legislación ²³ de cantidad de plazas para ese público?		
11.14. ¿la empresa prioriza en sus relaciones comerciales y compra de productos e insumos, ante iguales condiciones, a empresas que tienen programas específicos de contratación de personas con discapacidad?		
11.15. ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover personas con discapacidad?		
11.16. ¿la empresa promovió o está promoviendo las adaptaciones necesarias en relación a accesibilidad, de acuerdo con las legislaciones en vigor ²⁴ ?		
11.17. ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas para la contratación de personas de edad superior a los 45 años?		
11.18. ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos que aborden la cuestión de la franja etaria de los empleados?		
11.19. ¿la empresa procura evitar la desvinculación de individuos con edad superior a los 45 años?		
11.20. ¿la empresa ofrece oportunidad de trabajo para ex presidiarios?		
11.21. ¿de la política de valoración de la diversidad y de no discriminación se derivan políticas específicas de inclusión para pueblos originarios y minorías étnicas discriminadas?		

	2007	2008	2009	2010
11.22. Porcentual de personas con discapacidad en la empresa				
11.23. Porcentual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos				
11.24. Porcentual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura				
11.25. Salario medio mensual de personas con discapacidad				
11.26. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos ejecutivos				
11.27. Salario medio mensual de personas con discapacidad en cargos de coordinación y jefatura				
11.28. Porcentual de personas con edad superior a los 45 años				

Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

12 Considerando los hechos de discriminación y las desventajas que caracterizan la situación de la población de diferentes orígenes raciales o étnicos, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.

Adopta procedimientos para que se cumpla también en forma rigurosa la legislación en sus contratos con empleados tercerizados/ subcontratados.

Etapa 1

Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, reversiones de procesos y políticas, etc.

Etapa 2

Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de igualdad de oportunidades en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna

Etapa 3

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad de mismo objetivo, para concientizar la sociedad sobre el tema.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
12.1. ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
12.2. ¿De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales?		
12.3. ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional?		
12.4. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que atenten contra la dignidad de la población de diferente origen étnico o nacionalidad?		

	2007	2008	2009	2010
12.5. Porcentual de personal de diverso origen étnico o nacional en relación al total de empleados				

Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

13 Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las posibilidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas, la empresa:

Sigue rigurosamente la legislación del país²⁵ que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.

Etapa 1

Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, etc.

Etapa 2

Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.

Etapa 3

Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para las mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
13.1. ¿La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
13.2. ¿De esta política de valoración de la diversidad y de no discriminación son derivados procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover mujeres?		
13.3. ¿La política prohíbe expresamente la contratación, desvinculación o promoción basados en estado civil o condición reproductiva?		
13.4. ¿La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y beneficios, seguridad social, acceso a capacitaciones y becas de estudio?		
13.5. ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer?		
13.6. ¿El plan de salud de la empresa tiene adaptaciones específicas para el cuidado de la salud de la mujer?		
13.7. ¿La empresa tiene metas de contratación, capacitación y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas?		
13.8. ¿La política de promoción de la equidad de género garantiza la participación femenina en los procesos decisivos y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa?		
13.9. ¿La empresa promueve, cuando es necesario, adecuación de espacios de trabajo y equipamientos para que sean compatibles con las condiciones físicas de las mujeres?		
13.10. ¿La política prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o constreñir a las mujeres en el ambiente de trabajo?		
13.11. ¿La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa?		
13.12. ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar una figura femenina estereotipada o que atente contra la dignidad de las mujeres?		
13.13. ¿La política de promoción de la equidad contempla la prohibición expresa de la discriminación contra mujeres con problemas de salud, inclusive HIV positivas?		
13.14. ¿Posee procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el lugar de trabajo?		
13.15. ¿Promueve campañas de sensibilización de los hombres sobre la importancia de la división de tareas domésticas y sobre la paternidad responsable?		

	2007	2008	2009	2010
13.16. Porcentual de mujeres en relación al total de empleados				
13.17. Porcentual de mujeres en cargos ejecutivos en relación al total de cargos disponibles				
13.18. Porcentual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura en relación al total de cargos disponibles				
13.19. Salario medio mensual de mujeres en cargos ejecutivos – en pesos				

	2007	2008	2009	2010
13.20. Salario medio mensual de hombres en cargos ejecutivos – en pesos				
13.21. Salario medio mensual de hombres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos				
13.22. Salario medio mensual de mujeres en cargos de coordinación y jefatura – en pesos				

Relaciones con Trabajadores Tercerizados/Subcontratados (indicador no aplicable en Ecuador)

14 En sus relaciones con¹ Trabajadores tercerizados/subcontratados y/o con los proveedores de esos servicios²⁶, la empresa:

Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales

Etapa 1

Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos en la contratación, exigiendo que se hagan los ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.

Etapa 2

Además de monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio del mercado.

Etapa 3

Ofrece al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio etc.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
14.1. ¿El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones referidas a la no discriminación de los trabajadores con los cuales la empresa terceriza actividades, servicios, etc.?		
La empresa:		
14.2. ¿integra a los trabajadores tercerizados en sus programas de capacitación y desarrollo profesional?		
14.3. ¿posee un número de trabajadores tercerizados inferior a un 20% (veinte por ciento) del total?		
14.4. ¿posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa?		

	2007	2008	2009	2010
14.5. Total de mujeres y hombres tercerizados				
Del universo de estos trabajadores:				
14.6. porcentual de mujeres en relación al total de trabajadores tercerizados				
14.7. porcentual de personas con discapacidad				
14.8. porcentual de personas mayores de 45 años				
En este universo de trabajadores tercerizados:				
14.9. remuneración media mensual de las mujeres				
14.10. remuneración media mensual de los hombres				

TRABAJO DECENTE²⁷

Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

15 En su política de remuneración, prestaciones y carrera, la empresa:

Respeto y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.

Etapa 1

Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y teniendo en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.

Etapa 2

Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y teniendo en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.

Etapa 3

Trata a los empleados como socios, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
15.1. El plan de cargos y salarios de la empresa es transparente y es abordado en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
15.2. ¿la remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial?		

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
15.3. ¿posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, incluyendo participación en los resultados y programa de bonificaciones)?		
15.4. ¿efectuó, en los últimos dos años, un aumento de la proporción entre el menor salario de la empresa y el salario mínimo vigente?		
15.5. ¿realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados en lo que se refiere a su política de remuneración y beneficios?		
El programa de participación en los resultados de la empresa, en caso de que lo posea:		
15.6. ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
El programa de bonificación de la empresa, en caso de que lo posea:		
15.7. ¿fue establecido por medio de negociación con comisión de empleados o con sindicato?		
15.8. ¿ofrece a los empleados bonificaciones adicionales orientadas por elementos de sustentabilidad, como éxitos a mediano y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental?		

	2007	2008	2009	2010
15.9. Total anual de la masa salarial y beneficios – en pesos				
15.10. División del menor salario de la empresa por el salario mínimo vigente				
Con relación al programa de participación en los resultados de la empresa:				
15.11. Porcentual de los valores distribuidos en relación a la masa salarial				
15.12. Porcentual de empleados beneficiados				
Con relación al programa de bonificación de la empresa:				
15.13. Porcentual de valores distribuidos en relación a la masa salarial				
15.14. Porcentual de empleados beneficiados				
15.15. Porcentual de acciones de la empresa en poder de los funcionarios				

Cuidados de la Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo

16

Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad²⁸, la empresa:

Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.

Etapa 1

Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.

Etapa 2

Además de eso, desarrolla campañas regulares de concientización e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.

Etapa 3

Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
16.1. ¿fue certificada por la norma SA8000 ²⁹ , por la OHSAS 18001 ³⁰ o por norma equivalente?		
16.2. ¿ofrece un programa de prevención y tratamiento para dependencia de drogas y de alcohol?		
16.3. ¿ofrece un programa específico para portadores de HIV/SIDA?		
16.4. ¿el código de ética posee una política explícita de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos?		
16.5. ¿esa política prevé la no discriminación por HIV/SIDA?		
16.6. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral ³¹ que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y examen de hechos?		
16.7. ¿posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por estructura formal y neutra de denuncia y examen de hechos?		
16.7. ¿promueve ejercicios físicos durante el horario de trabajo?		
16.8. ¿promueve programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call centers, cajas, etc.)?		
16.9. ¿posee programa de orientación alimentaria y nutricional?		
16.10. ¿desarrolla una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relacionadas al horario de trabajo y horas extras?		
16.11. ¿posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, inclusive gerentes y ejecutivos?		

	2007	2008	2009	2010
16.13. Media de horas extras por empleado/año				
16.14. Media de accidentes de trabajo por empleado/año				
16.15. Porcentual de accidentes que resultaron en alejamiento temporario de empleados y/o prestadores de servicio				
16.16. Porcentual de accidentes que resultaron en mutilación u otros daños a la integridad física de empleados y/o prestadores de servicios, con alejamiento permanente del cargo				
16.17. Porcentual de accidentes que resultaron en muerte de empleados y/o prestadores de servicio				

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

17 Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:

Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.

Etapa 1

Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal.

Etapa 2

Además de promover una capacitación continua, ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.

Etapa 3

En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
17.1. ¿analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados en el sentido de estimar sus estrategias de remuneración y beneficios y de educación y desarrollo?		
17.2. ¿mantiene un programa de erradicación del analfabetismo (absoluto y/o funcional), educación básica o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?		
17.3. ¿posee un programa de mapeo para la identificación de capacidades potenciales a ser desarrolladas?		
17.4. ¿contempla en sus políticas de desarrollo programas que promuevan la coherencia entre los valores y principios éticos de la organización con los valores y principios individuales de sus empleados?		
17.5. ¿posee programas de orientación sobre el planeamiento de carreras de forma de auxiliar a los empleados en la reflexión sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo?		

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
17.6. ¿considerando su papel social con relación a los pasantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal en sus respectivas áreas de estudio y con el debido acompañamiento ³² ?		
17.7. al concluir el período referente al programa de pasantías busca emplearlos en la propia empresa y en caso de imposibilidad, procura oportunidades con empresas u organizaciones socias?		

	2007	2008	2009	2010
17.9. Porcentual de facturación bruta invertida en desarrollo profesional y educación				
17.10. Número total de analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
17.11. Porcentual de mujeres analfabetas funcionales en la fuerza de trabajo				
17.12. Porcentual de mujeres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
17.13. Porcentual de mujeres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
17.14. Porcentual de mujeres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
17.15. Porcentual de mujeres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				
17.16. Porcentual de hombres analfabetos funcionales en la fuerza de trabajo				
17.17. Porcentual de hombres con Enseñanza Primaria completa en la fuerza de trabajo				
17.18. Porcentual de hombres con Enseñanza Secundaria completa en la fuerza de trabajo				
17.19. Porcentual de hombres con Enseñanza Terciaria o Técnica equivalente completa en la fuerza de trabajo				
17.20. Porcentual de hombres con Enseñanza Universitaria completa en la fuerza de trabajo				

Comportamiento Frente a Despidos

18 Para conducir procesos de despidos, la empresa:

Sigue rigurosamente las legislaciones vigentes y provee al empleado despedido de orientaciones sobre los procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal procura analizar las alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal del excedente de empleados; reducción de carga horaria, etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.

Etapa 1

Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones de competencia técnica, psicológica y de conducta; que garanticen la impersonalidad de la decisión y el acceso a las informaciones que encaminaron el proceso, a fin de propiciar el crecimiento profesional de la/s personas despedidas. Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de familiares a cargo, etc) para orientar las prioridades.

Etapa 2

Ofrece servicios de recolocación y mantenimiento de prestaciones por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de dimisión voluntaria que mantiene prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad, etc.

Etapa 3

Además de eso, financia la capacitación (mentoring, coaching, etc.) de los trabajadores despedidos sin justa causa.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
18.1. ¿tuvo reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2. ¿acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene políticas para la minimización y mejora de ese indicador?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3. ¿busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONG's y sindicatos para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de recorte de personal ³³ ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.4. ¿busca asociarse con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo a los emprendedores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.5. ¿ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida para los empleados remanentes sobre los criterios que orientaron las decisiones tomadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	2007	2008	2009	2010
18.6. Número de empleados al final del período				
18.7. Total del pasivo laboral al final del período				
18.8. Total de demandas laborales habidas en el período				
18.9. Número total de despidos en el período				
18.10. Número total de incorporaciones en el período				
18.11. Porcentual de desvinculados mayores de 45 años de edad en relación al número total de desvinculados.				

Preparación para la Jubilación

19 Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:

Ofrece información básica sobre la obtención de la jubilación.

Etapa 1

Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.

Etapa 2

Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), orientación y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.

Etapa 3

Además adoptar un programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
19.1. ¿ofrece un programa de jubilación complementaria a todos sus empleados?		
19.2. ¿involucra a familiares de los empleados en el proceso de preparación para la jubilación?		
19.3. ¿participa de la elaboración de políticas públicas con focalización en tercera edad?		
19.4. ¿participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de la tercera edad?		

	2007	2008	2009	2010
19.5. Número de empleados que participaron en el programa de preparación para la jubilación				
19.6. Número de líderes y jefaturas capacitadas en relación a la cuestión del impacto emocional de la jubilación e importancia de la preparación del empleado				

NOTAS

- 15 Ley 23.551 de Asociaciones Sindicales de Trabajadores y Dto. Reglamentario 467/88 - Para mayor información sobre temas relacionados al trabajo, visite el sitio de la Organización Internacional del Trabajo (www.oitpais.ext)
- 16 Ver Ley 14.250(t.o.2004) Capítulo 8 del Título 2 de la Ley 20744 (agregado por Ley 24.576) Art.97 y concordantes.
- 17 La COMISION NACIONAL PARA LA ERRADICACION DEL TRABAJO INFANTIL (CONAETI), perteneciente al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, es el organismo gubernamental dedicado a la erradicación del trabajo infantil. Página web: <http://www.trabajo.gov.ar/conaeti/> (creada por Decreto 719/2000)
- La Ley 26390 prohíbe el trabajo de las personas menores de 16 años en todas sus formas (elevando la edad mínima de admisión al empleo de 14 a 16 años.
- Al modificar la edad mínima se establece un mecanismo de progresividad: edad mínima de 15 años hasta el 25/05/2010. Se modifica en lo pertinente la legislación laboral en sus diversas modalidades en todo lo relacionado con el trabajo de personas menores: Ley 20744 (Ley de Contrato de Trabajo), Título VIII, arts. 187 a 195, 32 a 35; Decreto Ley 326/56 (Trabajadores de Servicio Doméstico): arts. 2 y 3; Ley 23551 (Ley de Asociaciones Sindicales): art. 13; Ley 23551 (Ley de Asociaciones Sindicales): art. 13; Ley 25013 (de reforma laboral): art. 1 – eleva a 16 años de edad mínima para realizar contrato de aprendizaje).
- Además: Ley 24650 (aprueba Convenio 138 de la OIT tendiente a la abolición del trabajo infantil); Ley 25235 (aprueba Convención 182 de la OIT contra las peores formas del trabajo infantil); Declaración Socio Laboral del MERCOSUR del 10/12/98 (establece pautas en relación al trabajo de menores)
- Consulte datos estadísticos actualizados sobre trabajo infantil y las iniciativas para su erradicación en el Portal EMPRESAS POR LA INFANCIA <http://www.empresasxlainfancia.org>
- Vea también: <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/otia/centroDoc/index.asp?isEstudio=1>
- 18 Aprendices: Ver Ley 25.013, con modificación Ley 26390. Pasantías: Ver Ley 26390
- 19 Ley 20.744 Título VII, Cap. II Artículo 177 a 179
- Se usa la expresión “protección a la maternidad” para identificar la legislación que abarca los derechos de la mujer en el periodo de embarazo, nacimiento y primeros meses de vida del niño.
- Para más información, conozca la Declaración mundial sobre la supervivencia, la protección y el desarrollo del niño disponible en http://www.iin.oea.org/compromisos_Cumbre_Mundial.pdf
- Acceda al Portal de EMPRESAS POR LA INFANCIA <http://www.empresasxlainfancia.org> para conocer lo que las empresas pueden hacer por los derechos de la infancia y la adolescencia.
- 20 Artículo 179, Ley 20.744 y disposiciones especiales de convenios colectivos
- 21 Ver Ley 20.744 Art. 17, 73, 81, 172, y 187
- Para más información respecto de este tema ver: Asociación Civil La Usina (www.lausina.org); INADI – Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo- (www.inadi.gov.ar); Fundación Par (www.fundacionpar.org.ar); Acceso Ya (www.accesoya.org.ar).
- La Ley N° 24.515 crea el INSTITUTO NACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION, LA XENOFOBIA Y EL RACISMO, en adelante el INADI, con el objeto de elaborar políticas nacionales y medidas concretas para combatir la discriminación, la xenofobia y el racismo, impulsando y llevando a cabo acciones a tal fin. El Decreto 1086/2005 aprueba el Plan Nacional Contra la Discriminación B.O.: 8/9/2005 Bs. As., 7/9/2005
- 22 Para Información sobre legislación general, ver: Convenio sobre la readaptación profesional y el empleo de personas inválidas de la OIT (Convenio 159) aprobado por Ley 23.462. Ley 22.431 (Protección Integral del Discapacitado). Ley 25.280 (Aprueba Convenio Interamericano para la eliminación de toda forma de discriminación contra personas con discapacidad). Ley 24.013 Art. 81, 82, 86, 87, 88. En especial consulte Programas: Resolución 802/2004 MTEySS modificado por Resolución 914/2007 del MTEySS. Beneficios impositivos a empleadores que contratan a trabajadores con discapacidad: Ley 22.431; Ley 24.147 Art. 34; Ley 24.013 Art. 87
- 23 Art. 8 Ley 22.431 modificado por Ley 25.689
- 24 Arts. 20, 21, y 22 Ley 22.431 sustituida por Ley 24.314 y Dto. 914/1997
- 25 Ver Consejo Nacional de la Mujer República Argentina: Derechos de la Mujer en la Constitución Nacional y Legislación sobre Derechos de la Mujer, Equidad de Género y Discriminación. http://www.cnm.gov.ar/leg_nac/legislacion.htm
- Ley 25.674 Cupo Sindical Femenino; 24.716 Licencia para trabajadoras madres con hijos con síndrome de down; Ley 23.179 aprueba convenio sobre eliminación de la discriminación de la mujer; Ley 23.451 aprueba convenio sobre igualdad de oportunidades y trato entre trabajadores y trabajadoras: trabajadores con responsabilidad familiares (Convenio 156 de la OIT). Ley 20744 arts. 17, 81 y 172; Ley 22248 art. 8; Ley 26485
- 26 Ley 20.744 Art. 29, 29 bis, 30, 99 y 136. Ley 22.250 Art. 32. Ley 24.013 Arts. 68 a 80. Dto. 1694/2006
- 27 “El trabajo decente resume las aspiraciones de los individuos en lo que concierne a sus vidas laborales, e implica oportunidades de obtener un trabajo productivo con una remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas para el desarrollo personal y la integración social, libertad para que los individuos manifiesten sus preocupaciones, se organicen y participen en la toma de aquellas decisiones que afectan a sus vidas, así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres”, de la página de la OIT <http://www.ilo.org/public/spanish/decent.htm>.
- La debida registración es la puerta de entrada al trabajo decente ya que posibilita el ejercicio de los derechos que implica el concepto. El trabajo en negro, por lo tanto margina al trabajador de sus derechos esenciales. Ver también Ley 25.877 Art. 7
- 28 Leyes 19.587 – Decreto 351/79; Decreto 911/96 (Regula Higiene y Seguridad para la Industria de la Construcción); Decreto 617/97 (Regula Higiene y Seguridad para la actividad Agraria); Resolución 311/2003 de SRT (Regula Higiene y Seguridad para trabajadores de televisión por cable); Decreto 249/07 (Regula Higiene y Seguridad para actividad Minera) y 24.557 Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo e Higiene y Seguridad. Ver También Res SRT 103/2005 (adopta directrices sobre sistemas de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo. ILO-OSH 2001 de la Oficina Internacional del Trabajo como marco referencial para la implementación de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo
- 29 SA8000 es la primera norma orientada para la mejora de las condiciones de trabajo, abarcando los principales derechos de los trabajadores (salud y seguridad, libertad de asociación, límite de horas de trabajo, compensación, seguridades contra trabajo forzado, discriminación y trabajo infantil) y certificando su cumplimiento por medio de auditores independientes. La norma sigue el patrón de la ISO 9000 y de la ISO 14000, lo que facilita la implantación por empresas que ya conocen ese sistema. Más información en www.cepaa.org

- 30 OHSAS 18001 es una serie de normas de evaluación de salud y seguridad ocupacionales para sistemas de gestión de salud y seguridad. Su objetivo es auxiliar a las empresas en el control de los riesgos de salud y seguridad para los empleados, y fue creada en respuesta a la demanda por una calidad reconocida para evaluación y certificación. Más información en www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm
- 31 Asedio moral “es la exposición de los trabajadores y trabajadoras a situaciones humillantes, de manipulación y de sometimiento, reiteradas y prolongadas, durante la jornada de trabajo y en el ejercicio de sus funciones, siendo más comunes en relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en las que predominan conductas negativas, relaciones deshumanizadas y no éticas de larga duración, de uno o más jefes, con relación a uno o más subordinados, desestabilizando la relación de la víctima con el ambiente de trabajo y la organización, forzándola a desistir del empleo”. (Fuente: www.assediomoral.org)
- 32 Conforme a la Ley 26427
- 33 Verbigracia. Ley 24.013 Art.95 a 97 Reestructuración productiva. Art. 98 a 105 Procedimiento Preventivo de Crisis de Empresas y Dtos. Reglamentarios.



Medio Ambiente



Responsabilidad con las generaciones futuras

- Indicador 20 – Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental
- Indicador 21 – Educación y Concientización Ambiental

Gerenciamiento del impacto ambiental

- Indicador 22 – Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Indicador 23 – Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Indicador 24 – Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

Compromiso con la Mejora de la Calidad Ambiental

20 Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:

Además de cumplir rigurosamente con los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejoramiento ambiental.

Etapa 1

Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee un área o comité responsable por el medio ambiente.

Etapa 2

Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.

Etapa 3

Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) teniendo en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionadas a la sustentabilidad ambiental.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
20.1. ¿posee política ambiental formal, de conocimiento de todos los empleados, y que consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?		
20.2. ¿tiene una persona responsable en el área de medio ambiente que participa de sus decisiones estratégicas?		
20.3. ¿participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad?		
20.4. ¿contribuye a la preservación de la biodiversidad ³⁵ por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados ³⁶ ?		
20.5. ¿tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales, etc.)?		
20.6. ¿dispone de procesos para mapeo y análisis sistémico para la mejora de la calidad ambiental?		

Educación y Concientización Ambiental

21 Con el objetivo de contribuir con la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:

Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de la presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro, etc.)

Etapa 1

Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, poniendo a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.

Etapa 2

Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental³⁷ dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.

Etapa 3

Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa de proyectos educativos en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
21.1. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de reducción del consumo de agua y de energía?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.2. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación con base en las tres R's: Reducción, Reutilización y Reciclaje ³⁸ ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.3. ¿desarrolla periódicamente campañas internas de educación para el consumo consciente ³⁹ ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

22 Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, la empresa:

Realiza estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.

Etapa 1

Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.

Etapa 2

Adopta sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destino de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.

Etapa 3

Además de adoptar sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores con la finalidad de mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en la destinación final del producto y procesos post-consumo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
22.1. ¿posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que envuelven situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados en intervalos frecuentes para enfrentar tales situaciones?		
22.2. ¿posee una política y sistema de monitoreo que busca el aumento de la calidad ambiental de la logística y gestión de flota (tanto para vehículos de la empresa como para los de terceros que brinden servicios a la empresa)?		
22.3. ¿posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, y para la recolección de materiales tóxicos o el reciclaje post-consumo?		
22.4. ¿brinda a sus consumidores y clientes información detallada sobre daños ambientales resultantes del uso y del destino final de sus productos?		
22.5. ¿debate con los empleados, consumidores y clientes, proveedores y la comunidad los impactos ambientales causados por sus productos o servicios?		
22.6. ¿prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental?		
22.7. ¿posee certificaciones ambientales como la ISO 14001, FSC, etc.?		

La empresa:	2007	2008	2009	2010
22.8. Cantidad media de incidentes, sanciones y/o multas por violación de las normas de protección ambiental				
22.9. Total del pasivo ambiental del período				

Sustentabilidad de la Economía Forestal

23 Con el objetivo de contribuir a la conservación de los bosques, combatir la explotación ilegal y predatoria, y proteger la biodiversidad, la empresa:

Reconoce la importancia de la verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales⁴⁰ utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico.

Etapa 1

Mantiene política o programa específico para la verificación del origen y de la cadena producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y proceso productivo.

Etapa 2

Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo poseen certificación de origen y de la cadena de custodia⁴¹.

Etapa 3

Los insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de custodia

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
23.1. ¿realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales?		
23.2. ¿incentiva a sus proveedores a buscar la certificación ambiental?		
23.3. ¿prioriza y apoya a proveedores contratados en la búsqueda de la sustentabilidad forestal?		

La empresa:	2008	2009	2010
23.4. Visitas programadas o no programadas para monitorear el origen de sus insumos			
23.5. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con origen verificado			
23.6. Cantidad de insumos utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada			

Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

24

Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos, la empresa:

Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.

Etapa 1

Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o por terceros).

Etapa 2

Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta un proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.

Etapa 3

Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
24.1. ¿posee iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?		
24.2. ¿mantiene acciones de control de la contaminación causada por vehículos propios y de terceros a su servicio?		

La empresa posee un sistema de monitoreo con metas específicas para:	Sí	No
24.3. ¿el aumento de la eficiencia energética?		
24.4. ¿la reducción del consumo de agua?		
24.5. ¿la reducción de la generación de residuos sólidos?		
24.6. ¿la reducción de la emisión de CO2 y otros gases del efecto invernadero en la atmósfera?		

	2007	2008	2009	2010
24.7. Total invertido en programas y proyectos de mejora ambiental (en pesos)				
24.8. Porcentual de facturación bruta gastado en programas y proyectos de mejora ambiental				
24.9. Consumo anual de energía (en kWh)				
Consumo anual de combustibles fósiles:				
24.10. Gasolina/diesel (en litros)				
24.11. Aceite combustible (en toneladas)				
24.12. Gas – GLP/GN (en m3)				
24.13. Consumo anual de agua (en m3)				
24.14. Volumen medio anual de CO2 y otros gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera (en toneladas)				
24.15. Cantidad anual (en toneladas) de residuos sólidos generados (basura, desechos, escombros)				

NOTAS

- 34 Para más información, vea CEADS/BCSD – Argentina (Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible) <http://www.ceads.org.ar>
- 35 Fruto de Rio 92, la CDB constituye una importante convención multilateral. Ella cuenta con 187 países signatarios, además de la Unión Europea. Para saber cómo operar de forma de apoyar la Convención de la Biodiversidad, visite: www.wbcsd.org y www.biodiv.org
- 36 Para ver la lista, visite el sitio de The World Conservation Union en <http://www.iucn.org>
- 37 Ver Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) <http://www.farn.org.ar>
- 38 Las tres R's (Reducción, Reutilización y Reciclaje) son los pasos para que individuos, instituciones y gobiernos, según la Agenda 21, consigan realmente minimizar la explotación de recursos naturales, el impacto ambiental de nuestra sociedad urbano-industrial y, en definitiva, la cantidad de nuestra basura. Reducción supone la adopción de medidas para evitar el descarte de productos, implicando una disminución en el propio uso, en el consumo, en el desperdicio de bienes. En último análisis, la reducción depende de una profunda revisión de los patrones de producción y consumo. Reutilización, por su parte, engloba las actividades que aprovechan productos antes de su descarte como reutilización directa (el reverso de las hojas de papel y de envases, por ejemplo), restauraciones, cambio de usos, artesanías hechas con sobras, etc. El Reciclaje es la recuperación de los materiales descartados, modificándose sus características físicas. Difiere de la reutilización, donde los descartados mantienen sus características. El reciclaje puede ser directo (pre-consumo) cuando son reprocesados materiales descartados en la misma línea de producción, como cortes de papel, rebarbas metálicas, etc.; o indirecta (post-consumo), cuando son reprocesados materiales que fueron descartados como basura por sus usuarios.
- 39 Cualquier organización, en sus opciones cotidianas, ya sea en la forma en que consume recursos naturales, productos y servicios, ya sea por la opción de las empresas proveedoras de las cuales va a comprar en función de su responsabilidad social, puede ayudar a construir una sociedad más sustentable y justa. Para saber más sobre este tema y entender cómo ser un consumidor conciente, visite el sitio del Instituto Akatu (Brasil) para el Consumo Conciente en <http://www.akatu.net>
- Ver: Red Argentina de Comercio Justo http://www.enredando.org.ar/noticias_desarrollo.shtml?x=20833
- 40 Una organización conciente de su papel en la cadena de consumo y producción, y principalmente de su poder de cambiar la actual situación de exploraciones ilegales y predatorias de los bosques y de la distribución desigual e injusta de las riquezas obtenidas por la exploración de la biodiversidad (un bien común, o sea de toda la humanidad) y de la apropiación de conocimientos y de prácticas tradicionales podrá, por medio de su liderazgo, ayudar en la conservación forestal, de la biodiversidad y actuar de forma a distribuir de manera equitativa la riqueza obtenida por su utilización. Ejemplos de productos provenientes de los bosques utilizados en la operación diaria o en la producción: celulosa de papel, embalajes, maderas para muebles, lápices, pisos, madera para construcciones civiles, entre otros. Además de estos productos también existen los no madereros, como aceites, hierbas y frutos utilizados en la fabricación de diversos productos como medicamentos, alimentos, cosméticos, etc.
- 41 Una de las certificaciones más importantes es la del FSC (Forest Stewardship Council, que significa Consejo de Manejo Forestal) cuyo objetivo es difundir el buen manejo forestal conforme a principios y criterios que concilian las salvaguardas ecológicas con los beneficios sociales y la viabilidad económica. El sello FSC atestigua que la madera (u otro insumo forestal) utilizada en un producto es oriunda de una explotación forestal manejada de forma ecológicamente adecuada, socialmente justa y económicamente viable, conforme al cumplimiento de todas las leyes vigentes. El sello sirve para orientar al consumidor conciente a optar por un producto que no degrada el medio ambiente y contribuye al desarrollo social y económico. El sello también orienta al comprador mayorista o minorista a escoger un producto diferenciado y con valor agregado, capaz de conquistar un público más exigente y, así, abrir nuevos mercados. Productos intermediarios o finales que utilizan materia prima forestal con el sello Cadena de Custodia FSC son rastreados desde la materia prima hasta el consumidor final. Para más información visite <http://www.fsc.org/esp>. También en <http://www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/forestacion-silvo/sustenta.htm>

Proveedores

Selección, evaluación y alianza con proveedores

- Indicador 25 – Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Indicador 26 – Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Indicador 27 – Trabajo Forzado en la Cadena Productiva
- Indicador 28 – Apoyo al Desarrollo de Proveedores



Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

25 Para regular sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocida por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.

Etapa 1

Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.

Etapa 2

Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.

Etapa 3

Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
25.1. ¿Constan en el código de conducta y/o declaración de valores, las políticas y criterios para relacionarse con los proveedores?		
La empresa:		
25.2. ¿al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de la gestión de la información de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general?		
25.3. ¿posee una política explícita o un programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores?		
25.4. ¿produce un reporte periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva?		
25.5. ¿debate cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, buscando la capacitación y adecuación de los mismos a sus criterios?		
25.6. ¿establece un plazo formal para que sus proveedores se adecuen a sus criterios de responsabilidad social?		
25.7. ¿al exigir prácticas de responsabilidad social de sus proveedores, realiza visitas para verificar el cumplimiento de esas prácticas?		
25.8. ¿conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes los derechos humanos y el medio ambiente son respetados?		
26.9. ¿adopta criterios de compra que consideren la garantía de origen para evitar la adquisición de productos "piratas", falsificados o frutos de robo de carga?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
25.10. Porcentual del total de proveedores que recibieron visita de verificación de prácticas de responsabilidad social				
25.11. Capacitaciones, cursos, conferencias o reuniones sobre prácticas de responsabilidad social ofrecidas a los proveedores				
25.12. Total de proveedores				
25.13. Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos en el período				

Trabajo Infantil en la Cadena Productiva⁴²

26

En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir con la legislación.

Etapa 1

Además de discutir este tema, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.

Etapa 2

Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores, y asume públicamente su postura de rechazo a la mano de obra infantil.

Etapa 3

Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil de forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
26.1. ¿tiene como práctica el procedimiento periódico de evaluación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in situ y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
26.2. Total de actuaciones realizadas por la empresa para verificar la no utilización de mano de obra infantil en su cadena productiva				

Trabajo Forzado en la Cadena Productiva

27 En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:

Cumple rigurosamente la legislación, y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado⁴³, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación.

Etapa 1

Además, verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.

Etapa 2

Además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores. Asume públicamente su postura de rechazo al trabajo forzado.

Etapa 3

Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado de forma general, junto con aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
27.1. ¿tiene como práctica el procedimiento periódico de evaluación, verificación, pedido de informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra forzada?		
27.2. ¿antes de comprar o contratar a un proveedor, tiene como procedimiento verificar si cumple con la legislación laboral vigente?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
27.3. Total de actuaciones realizadas por la empresa para verificar la no utilización de mano de obra forzada en su cadena productiva				

Apoyo al Desarrollo de Proveedores

28 Respeto a proveedores de igual o menor porte, la empresa:

Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.

Etapa 1

Contribuye para la mejora del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.

Etapa 2

Además de contribuir a la mejora gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.

Etapa 3

Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor porte, estimula y facilita su compromiso en proyectos sociales y ambientales.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
28.1. ¿realiza Negocios Inclusivos entre sus proveedores a individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos comúnmente excluidos (poblaciones nativas, personas con discapacidad, microemprendimientos o emprendimientos productivos de base social –EPBS–, etc.)?		
28.2. ¿apoya organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo ⁴⁴ ?		
28.3. ¿tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando al pequeño proveedor (con remuneración justa y en término, calidad en la relación, programas de calificación y de transferencia de tecnologías, etc.)?		
28.4. ¿estimula la formación de redes o cooperativas de pequeños proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos modelos de suministro?		
28.5. ¿tiene una política de compras ⁴⁵ que privilegie a proveedores con certificación socioambiental (como SA8000 ⁴⁶ , ISO 14000 ⁴⁷ , FSC ⁴⁸ , FLO ⁴⁹ , etc.)?		
28.6. ¿tiene mecanismos formales que permitan que sus valores y principios (tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendimiento de cuentas) sean transmitidos a la cadena de proveedores?		
28.7. ¿posee ombudsman de proveedores o función similar para asegurar una relación de asociación con ese público?		

NOTAS

- 42 Como forma de prevenir y eliminar el trabajo infantil, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha adoptado la Convención 138, de 1973, sobre la edad mínima de admisión al empleo y la convención 182, de 1999, sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y su eliminación. Más información en: www.ilo.org/
- 43 Artículo 2º de la Convención 29 de la OIT sobre Trabajo Forzado u Obligatorio – Define y limita el uso de la expresión “trabajo forzado u obligatorio”, la cual se refiere a “todo trabajo o servicio exigido de una persona bajo amenaza de sanción y para el cual no se haya ofrecido espontáneamente”. Para más información sobre Trabajo Forzado, visite www.ilo.org.
- 44 Comercio Justo es una expresión utilizada para identificar el movimiento internacional llamado Fair Trade que, además de justo, es un comercio ético y solidario basado en principios como la erradicación del trabajo infantil y del trabajo esclavo, la eliminación de las discriminaciones relativas a la raza, género y religión y la preservación de la salud de las personas y del medio ambiente. Más información en <http://www.fairtrade.net/>
- 45 La organización podrá dar inicio a estas prioridades en compras esporádicas, como por ejemplo con los regalos de fin de año. El cambio requiere un mapeo de todos los insumos y materiales y/o servicios utilizados en su actividad y en seguida planear la transición.
- 46 SA 8000. Vea nota 24 en Público Interno.
- 47 Una serie de parámetros que auxilian a la empresa a establecer e implementar un sistema de gestión ambiental, proveyendo los requisitos que serán considerados para fines de auditoría y certificación. Con base referencial en métodos y análisis, la ISO 14000 busca garantizar que un determinado agente productor de bienes y servicios utilice procesos gerenciales y procedimientos específicos que busquen la reducción de las posibilidades de denuncia de daños ambientales. Más información en <http://www.iso.org>.
- 48 Ver nota 41.
- 49 FLO (Fair Trade Labelling Organizations) es una organización internacional de certificación de productos de comercio justo.



Consumidores y Clientes

Dimensión social del consumo:

- Indicador 29 – Política de Comunicación Comercial
- Indicador 30 – Excelencia en la Atención
- Indicador 31 – Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios



Política de Comunicación Comercial

29 Considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza, la empresa:

Actúa rigurosamente de acuerdo con la legislación de defensa del consumidor⁵⁰. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados al volumen de ventas y resultados financieros.

Etapa 1

Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.

Etapa 2

Tiene conciencia de su papel en la formación de valores⁵¹ y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y y actúa en forma tal que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno para contribuir con el desarrollo sostenible.

Etapa 3

Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
29.1. ¿La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o declaración de valores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa:		
29.2. ¿actualiza siempre que es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, envases, prospectos, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para tornar más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.3. ¿llama la atención del cliente/consumidor por alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, aspecto, calidad, plazos, peso, precio, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.4. ¿tiene una política formal contra la publicidad que coloque niños, adolescentes, mujeres, representantes de minorías étnicas o cualquier individuo en situación prejuiciosa, denigrante, irrespetuosa o de riesgo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.5. ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar la coherencia con sus valores y principios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.6. ¿posee políticas específicas para asegurar que la comunicación orientada al público infante-juvenil sea responsable?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.7. ¿interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a que asuman una postura responsable en relación a la comunicación orientada al público infante-juvenil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.8. ¿realiza un análisis previo de las piezas publicitarias para verificar su conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.9. ¿tuvo, en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores o competidores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.10. ¿en los últimos tres años, tuvo campañas o piezas publicitarias retiradas del aire o apartadas por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Excelencia de la Atención

30 Respeto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:

Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgada, enfocado en la información y en la solución de demandas individuales.

Etapa 1

Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.

Etapa 2

Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente los reclamos, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas de los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.

Etapa 3

Promueve la mejora continua de su atención priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

	Sí	No
30.1. ¿La política y las normas de relación con los clientes y consumidores constan en el código de conducta y/o declaración de valores?		
La empresa:		
30.2. ¿tiene un ombudsman del consumidor o función similar?		
30.3. ¿ofrece servicio de atención al cliente (SAC) u otra forma de servicio especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios?		
30.4. ¿asegura la igualdad de acceso al SAC en lo que hace a costos y formas para todos sus clientes, independientemente del lugar de residencia en el país?		
30.5. ¿promueve la capacitación continua de sus profesionales de atención al cliente para establecer una relación ética y de respeto de los derechos del consumidor?		
30.6. ¿entrena e incentiva a sus profesionales de atención al cliente a reconocer fallas y a actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas?		
30.7. ¿advierte continuamente a sus profesionales de atención y áreas correlativas sobre la importancia de procedimientos éticos en la obtención, mantenimiento y uso de las informaciones de carácter privado resultantes de la interacción con sus consumidores, clientes o usuarios?		
30.8. ¿el servicio de atención a consumidores/clientes es evaluado por indicadores y tiene representación en los procesos de toma de decisión de la empresa?		
30.9. ¿al vender productos y servicios la empresa utiliza solamente argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?		
30.10. ¿tiene una política explícita de no soborno para obtener la decisión de compra de productos o contratación de servicios?		
30.11. ¿posee una política formal de protección de la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario?		

La empresa:	Sí	No
30.12. ¿informa al cliente el propósito de la solicitud de informaciones personales antes de hacerla?		
30.13. ¿solicita solamente informaciones personales relevantes y no más de la necesaria para los objetivos declarados?		
30.14. ¿proporciona información del cliente a terceros sólo mediando su autorización?		
30.15. ¿posee una política que permite al consumidor, cliente o usuario, la inclusión, alteración y exclusión de sus datos del banco de información de la empresa?		

La empresa	2007	2008	2009	2010
30.16. Facturación Anual				
30.17. Total de consumidores y clientes				
30.18. Total de llamadas atendidas por el SAC				
30.19. Porcentual de reclamos en relación al total de llamadas atendidas por el SAC				
30.20. Porcentual de reclamos no atendidos por el SAC				
30.21. Tiempo medio de espera en el teléfono del SAC hasta el inicio de la atención (en minutos)				
30.22. Cantidad de innovaciones implementadas en razón a la intervención del ombudsman y/o del servicio de atención a consumidores/clientes				

Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

31 Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios⁵², la empresa:

Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.

Etapa 1

Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.

Etapa 2

Además de eso, obtiene, por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar los riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.

Etapa 3

Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética⁵³ dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios prestados.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No		
31.1. ¿mantiene un programa especial focalizado en la salud y seguridad del consumidor/cliente sobre sus productos y servicios?				
31.2. ¿posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis?				
31.3. ¿Se le iniciaron en los últimos 3 años procesos judiciales o administrativos por el no cumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente ?				
31.4. ¿tuvo, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa?				
31.5. ¿tiene servicios/productos prohibidos en otros países y aún comercializados en Argentina o exportados?				
En relación a violaciones al Código de Defensa del Consumidor, la empresa:				
31.6. ¿tuvo productos multados por el no cumplimiento del reglamento referente a información y rotulado?				
En relación a violaciones al Código de Defensa del Consumidor:				
	2007	2008	2009	2010
31.7. Cantidad de procesos administrativos				
31.8. Cantidad de procesos judiciales (civiles y penales) recibidos				

NOTAS

50 Ley 24.240. Defensa del Consumidor y su reforma 2008.

51 Vea <http://www.wachay.org>. Wachay - Comunicación & Responsabilidad Ciudadana es una organización sin fines de lucro, autónoma, no partidaria y no confesional que trabaja desde la comunicación pública para concienciar en temas de responsabilidad ciudadana y consumo responsable.

52 Las empresas prestadoras de servicios tienen como fuente potencial de daños al cliente, la exposición de los datos personales usados en las transacciones. Es importante considerar también este aspecto en la auto-evaluación.

53 Nos referimos aquí al principio kantiano de sólo hacer a los otros aquello que se harían a sí mismos.



Comunidad

Relaciones con la comunidad local

- Indicador 32 – Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno
- Indicador 33 – Relaciones con Organizaciones Locales

Acción social

- Indicador 34 – Financiamiento de la Acción Social
- Indicador 35 – Involucramiento con la Acción Social



Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de su Entorno

32 Considerando sus posibles impactos en la vida de la comunidad (demanda sobre centros de salud y recreación, guarderías, transporte público, tráfico de vehículos, etc.), la empresa:

Procura tomar medidas reparatorias en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.

Etapa 1

Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee un proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar al liderazgo local sobre las disposiciones tomadas.

Etapa 2

Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.

Etapa 3

Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
32.1. ¿reconoce a la comunidad en la que está presente como parte interesada importante en sus procesos decisorios?		
32.2. ¿posee políticas de relación con la comunidad de su entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de principios?		
32.3. ¿participa activamente de la discusión de problemas comunitarios y de la búsqueda de soluciones?		
32.4. ¿contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser usufructuadas por la comunidad (viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.)?		
32.5. ¿tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida de lo posible, el mayor número de personas del lugar, dándoles formación con el objetivo de aumentar los niveles de calificación de la comunidad en la que está inserta en cooperación con sindicatos, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes?		
32.6. ¿tiene prácticas de compra y de inversiones para contribuir con el desarrollo socioeconómico de la comunidad en la que está presente?		
32.7. ¿concientiza y capacita a sus empleados para que respeten los valores, conocimiento y prácticas tradicionales de la comunidad donde actúa?		
32.8. ¿posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de su entorno?		
32.9. ¿en caso de actuar en zonas limítrofes con comunidades y reservas indígenas, la empresa posee políticas, procedimientos y normas formales para la valorización y la preservación del patrimonio cultural, humano y conocimientos y prácticas tradicionales de las poblaciones nativas?		

En los últimos tres años, la empresa recibió reclamos o manifestaciones de la comunidad o de organizaciones de la sociedad civil (peticiones, demandas, protestas) por los motivos listados abajo:	Sí	No
32.10. ¿exceso de basura, generación de mal olor, efluentes y otras formas de contaminación (sonora, visual, etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.11. ¿exceso de tráfico de vehículos, causando ruido y trastornos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.12. ¿interferencia en sistemas de comunicación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.13. ¿alteraciones sociales negativas ocasionadas por sus actividades/instalaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.14. ¿otros motivos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Relaciones con Organizaciones Locales

33 Con relación a las organizaciones comunitarias, ONG's y Centros Públicos (escuelas, puestos de salud, etc.) presentes en su entorno, la empresa⁵⁴:

Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo.

Etapa 1

Apoya varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.

Etapa 2

Participa en la elaboración e implementación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando a los liderazgos involucrados.

Etapa 3

Actúa en asociación con entidades locales buscando influenciar políticas públicas, estableciendo alianzas y participando de diversas redes para maximizar su contribución con el desarrollo local.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
33.1. ¿hace un relevamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.2. ¿realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Financiamiento de la Acción Social

34 El financiamiento de la acción social de la empresa está basado en:

Fondo variable, administrado arbitrariamente por el director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.

Etapa 1

Fondos definidos en presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.

Etapa 2

Programa social estructurado o inversión social privada⁵⁶ administrada por equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidas.

Etapa 3

Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
34.1. ¿incluye a la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.2. ¿posee mecanismos para estimular a proveedores, accionistas y otras partes interesadas a hacer donaciones?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.3. ¿utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.4. ¿planea su acción social buscando maximizar su impacto a largo plazo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.5. ¿optimiza el impacto ⁵⁷ de su acción social fomentando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.6. ¿tiene un procedimiento de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Involucramiento con la Acción Social

35 Como forma de concretar su acción social, la empresa:

Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.

Etapa 1

Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.

Etapa 2

Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).

Etapa 3

Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar de esos proyectos.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
35.1. ¿utiliza los incentivos fiscales de deducción o descuento de donaciones y patrocinios ⁵⁸ ?		
35.2. ¿divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados?		
35.3. ¿autoriza el uso controlado de horas pagas para el trabajo voluntario?		
Con referencia a la gestión de la acción social, la empresa:		
35.4. ¿posee un consejo o comité mixto, con miembros de diferentes áreas de la empresa o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar el área temática en que actúa?		

	2007	2008	2009	2010
35.5. Porcentual de facturación bruta destinada a la acción social (no incluir obligaciones legales, ni tributos, ni beneficios vinculados a la condición de funcionario de la empresa)				
35.6. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a donaciones en productos y servicios				
35.7. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a donaciones en especie				
35.8. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a inversiones en proyecto social propio				
35.9. Del total destinado a la acción social, porcentual correspondiente a publicidad				
35.10. Porcentual de empleados que realizan trabajo voluntario en la comunidad externa a la empresa				
35.11. Cantidad de horas medias mensuales donadas (liberadas del horario normal de trabajo) por la empresa para trabajo voluntario de los funcionarios				

NOTAS

- 54 Veá el sitio del IARSE <http://www.iarse.org>. Casos, Conferencias, Artículos sobre Inversión Social Privada. Veá el sitio del INCIDE (Instituto para la Cultura, la Innovación y el Desarrollo) <http://www.incide.org.ar>. Información sobre ONG's, Inversión Social Privada, Programas asociados entre sector privado, público y sector social.
- 55 Acción Social: es cualquier actividad realizada por las empresas para atender a las comunidades en sus diversas formas (consejos comunitarios, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias, etc.), en áreas como asistencia social, alimentación, salud, educación, cultura, medio ambiente, y desarrollo comunitario. Abarca desde pequeñas donaciones a personas o instituciones, hasta acciones estructuradas con uso planificado y monitoreado de recursos, ya sea por la propia empresa, por fundaciones o institutos de origen empresarial, o por individuos especialmente contratados para la actividad. La empresa debe esforzarse para que esas actividades se estructuren con la idea de maximizar sus impactos a largo plazo. Es importante que los proveedores, accionistas y las otras partes involucradas también sean motivados a hacer este tipo de acciones.
- 56 Inversión Social Privada: es el uso planificado, monitoreado y voluntario de recursos privados en proyectos sociales de interés público. El concepto es de inversión, de promoción del desarrollo sustentable, de inclusión social y de emancipación; y el método es el financiamiento: exige un proyecto, monitoreo y control. No es un fondo perdido: todos obtienen resultados y parte del resultado es la construcción de capital social, de niveles de confianza que permitan un crecimiento sustentable tanto para el desarrollo del negocio como para la comunidad. Léo Voigt, 2002. Conferencia para empresarios de Córdoba. Disponible en la sección Downloads del IARSE <http://www.iarse.org>.
- 57 Impacto Social: Es la transformación de la realidad de una comunidad o región a partir de una acción planeada, monitoreada y evaluada. Sólo es posible dimensionar el impacto social cuando la evaluación de resultados detecte que el proyecto efectivamente produjo los resultados que pretendía alcanzar y llegó a afectar la característica de la realidad que se dispuso transformar. La empresa debe conocer los impactos que causa en la comunidad, informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, involucrando a la comunidad en la resolución de problemas. Puede también, contribuir con mejoras en la infraestructura o en el medio ambiente local. Puede crear programas para emplear, en las respectivas actividades y a medida de lo practicable, el mayor número de personas del entorno dándoles formación, para aumentar los niveles de cualificación de la comunidad en que está inserta, en cooperación con ONG's, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes. Puede adoptar prácticas de compras e inversiones para mejorar el desarrollo socio económico de las comunidades. Puede además, concienciar y entrenar a sus empleados para que respeten los valores y las tradiciones de las comunidades donde actúa.
- 58 Ver http://biblioteca.afip.gov.ar/afipres/ganancias_coeficientes_y_monitos_23042004.htm#3. Podrán ser deducidas las donaciones a los Fiscos Nacional, Provinciales y Municipales y a las instituciones comprendidas en el inciso e) del artículo 20, hasta el límite del 5% (cinco por ciento), siempre y cuando las mismas cumplan con los requisitos establecidos por la Resolución General Número 1815.



Gobierno y Sociedad

Transparencia política

- Indicador 36 – Contribuciones para Campañas Políticas
- Indicador 37 – Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Indicador 38 – Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Liderazgo Social

- Indicador 39 – Liderazgo e Influencia Social
- Indicador 40 – Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales



Contribuciones para Campañas Políticas⁵⁹

36 Respecto a la financiación de candidatos a cargos públicos y de partidos políticos, la empresa:

Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.

Etapa 1

Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.

Etapa 2

La decisión de financiamiento o no financiamiento es tomada de forma transparente (por medio de políticas escritas, del código de conducta y/o declaración de valores, etc.), permitiendo el acceso a los grupos de interés a las informaciones, y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.

Etapa 3

Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadana e importancia del voto involucrando a todos los empleados y otros grupos de interés.

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
36.1. ¿En los últimos cinco años, la empresa fue mencionada negativamente en la prensa por aportar financieramente a campañas políticas?		
36.2. ¿La empresa tiene norma explícita de no utilización del poder económico para influenciar contribuciones de otras empresas, proveedores, distribuidores y otros asociados?		

Construcción de Ciudadanía por las Empresas

37 Respecto a su papel en la construcción de ciudadanía⁶⁰, la empresa:

Desarrolla actividades eventuales enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.

Etapa 1

Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.

Etapa 2

Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto conciente.

Etapa 3

Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía, no solo internamente y en su cadena de producción sino también en la comunidad del entorno, ejerciendo su liderazgo en la discusión de temas como la participación popular y combate a la corrupción en su municipio.

Etapa 4



Nunca hemos tratado este asunto antes.



No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
37.1. ¿La empresa estimula a que sus empleados ejerzan la evaluación y el control de la actuación de los candidatos electos?		

Prácticas Anticorrupción y Anticoima

38

En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa:

Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales ni comunicados de control y castigo.

Etapa 1

Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecer directa o indirectamente a agentes del poder público.

Etapa 2

Asume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética, etc.) y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría en caso de ocurrencia.

Etapa 3

Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la empresa involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas etc.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
38.1. ¿su nombre fue mencionado en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado de algún incidente que involucre el ofrecimiento de coima o la práctica de corrupción de agentes públicos?		
38.2. ¿prevé medidas punitivas para directivos, funcionarios y empleados involucrados en favorecer a agentes del poder público?		
38.3. ¿posee política explícita de no apoyo y no participación en procesos que tienen por objetivo la manipulación de edictos de la competencia (públicos o privados)?		

Liderazgo e Influencia Social

39 Buscando ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales, la empresa:

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.

Etapa 1

Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.

Etapa 2

Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental..

Etapa 3

Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilización y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.

Etapa 4

Nunca hemos tratado este asunto antes.

No consideramos su aplicación en nuestra empresa. (Justifique.)

INFORMACIONES ADICIONALES

La empresa:	Sí	No
39.1. ¿patrocina o realiza campañas en medios de comunicación exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público?		
39.2. ¿interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para la mejora de la calificación de la mano de obra del sector en el que actúa?		
39.3. ¿estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica?		



Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria

Aprenda más sobre la aplicación de este Manual
en su organización o empresa, contactándose
con el Instituto Argentino de Responsabilidad
Social Empresaria (IARSE).

Almirante Brown 245
Córdoba- Argentina
CP. X5002IWE
Tel./Fax: 54-351-411-0600
www.iarse.org / mail@iarse.org



PLARSE

www.plarse.org

INSTITUTO
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85 - 10º andar
Pinheiros - CP. 05423-040
São Paulo, SP - Brasil
Telefone: 55-11-3897-2400
Fax: 55-11-3897-2424
www.ethos.org.br / indicadores@ethos.org.br



**Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria**

Agradecemos a las empresas que invierten en la investigación, promoción y difusión de la Responsabilidad Social Empresaria, acompañándonos.

Estas compañías creen en el surgimiento de una idea renovada sobre el rol de la empresa en la sociedad y apoyan la labor del IARSE, participando activamente como empresas-miembro de nuestro Instituto:

CATEGORÍA ORO

ACCOR SERVICES ARGENTINA - ADECCO - GRUPO ARCOR - BANCO GALICIA - BANCO ITAÚ - C&A
CADENA 3 ARGENTINA - FUNDACIÓN DE LA CUENCA/GRUPO UNIDOS - FUNDACION IRSA
GLACIAR PESQUERA - GRUPO CODERE - GRUPO LUCCI - GRUPO PROMINENTE
GRUPO SANCOR SEGUROS - IBM ARGENTINA - INFOXEL - INTERSERVICES
KIMBERLY CLARK ARGENTINA - LA NACIÓN - LA VOZ DEL INTERIOR - HIPERMERCADO LIBERTAD
LIMECO - LOMA NEGRA - MANPOWER ARGENTINA - MAPFRE ARGENTINA - METANOIA - MOVISTAR
NATURA - NEW CHOICE - NOBLEZA PICCARDO - ORACLE ARGENTINA - PEPSICO DE ARGENTINA
PETROBRAS - REFINOR - REPSOL YPF - RÍO URUGUAY SEGUROS - SAN JUAN / MAR DEL PLATA
STANDARD BANK - TELECOM ARGENTINA - TELEFONICA DE ARGENTINA - THE HADA GROUP

CATEGORÍA PLATA

ALCO-CANALE - ALTO PARANÁ - BANCO PATAGONIA - CARBOCLOR - CARREFOUR ARGENTINA
CONSEJO PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL - ESTUDIO ARTWORK - GAS NATURAL BAN
GATICA & CHASSEING ABOGADOS - GRUPO BURCO - GRUPO LOS GROBO
LABORATORIOS ANDROMACO - MATRICERÍA AUSTRAL - PERSPECTIVAS SOCIALES
PHILIPS ARGENTINA - PROVINCIA ART - SALAS, RUSCELLI, SOBRERO CONSULTORES
TRANSPORTADORA DE GAS DEL NORTE

CATEGORÍA BRONCE

ACTIVAR CONSULTORES OCUPACIONALES - ALTA TECNOLOGÍA ALIMENTARIA - APEX SYKES
ARGENTUM CONSULTING - CAPITAL POST - CLIBA - COLEGIO UNIVERSITARIO DE PERIODISMO
CONGELARG - CURTIEMBRES FONSECA S.A. - EL TEJAR S.A. - ELLMANN, SUEIRO & ASOCIADOS
ERMOPLAS S.R.L - INTI ZEN - KADICARD - MOLINOS RIO DE LA PLATA - NATURAL STONES S.A.
PIN S.A. - PINTURERIAS FIMA - PIROSKA MELEG y ASOCIADOS - QUADE SRL - RODE
RUCA PANEL SRL - TABACAL AGROINDUSTRIA - UNIMIN - UNIVERSIDAD FASTA
VALE / POTASIO RIO COLORADO

*Comprometidos con un futuro sustentable
para preservar la magia de la vida.*



2008/03/01

www.sitio.arcor.com.ar



Un modo de ser, una manera de hacer:

- Reinvertimos permanentemente en desarrollos industriales, tecnológicos y comerciales.
- Promovemos trabajo para 14.000 PYMES.
- Desarrollamos programas de capacitación para nuestros clientes y proveedores.
- Impulsamos el desarrollo integral de nuestros 23.000 colaboradores.
- Apoyamos más de 1.900 iniciativas educativas en Brasil y Argentina.
- Contamos con una sistemática planificación ambiental.

Y seguimos trabajando para consolidar una gestión socialmente responsable.



Momentos Mágicos

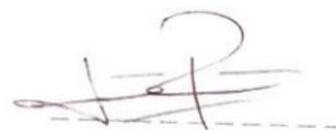
Declaración Jurada Resolución 212/99 – CD

"La autora de este trabajo declaran 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, septiembre de 2013

Laura Romano

Reg. 20.928

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'LR', written over a horizontal dashed line.

Trabajo de Investigación

En el carácter de docente a cargo de la dirección del Trabajo que, con el título de Responsabilidad es Respuesta, ha sido desarrollado por el/los alumno/s:

Laura Romano

Reg. 20.928

El trabajo consta de 128 fojas, y dejo constancia que la versión cuya presentación se autoriza por la presente, es completa y definitiva y cumple con los objetivos previstos para su desarrollo.

Fecha: ____/____/____.

Prof. **Hugo R. Ocaña**