



UNIVERSIDAD AUSTRAL



asociación cristiana de
dirigentes de empresa



Forética

Investigación:
“Gestión de la Responsabilidad Empresaria
en Empresas vinculadas a ACDE” – 2010

Alta Dirección, Recursos Humanos, Comercialización, Producción, Finanzas, Sistemas de Información y Control y Auditoría Interna
Ética Compromiso Empresarial Inclusión Social
IAE Business School Gestión Económica, Social y Ambientalmente Responsable
Crisis Económica Forética El Rol del Estado Sustentabilidad Código de Ética UNIAPAC
Organización No Gubernamental
ACDE Asociación Cristiana de Dirigentes de Em-
pre Pobreza e Indigencia Organización de Empresa SGE2008 Pacto Global
OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
Investigación, el Desarrollo y la Innovación Organización Internacional del Trabajo
Código de Conducta Institute of Social and Environmental Accountability
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente Holder Associates Juan Pablo II
negocios inclusivos Comisión de la Verdad y la Reconciliación Rollo
SEKN Social Enterprise Knowledge Network micro emprendedores
PBI medioambiente y cambio climático
RSE Responsabilidad Social Empresaria

Índice

SINTESIS EJECUTIVA	4
I. INTRODUCCIÓN	5
1. Marco conceptual.	
Conceptos fundamentales de la RSE	6
1.1. Razones y propósitos de la Responsabilidad Social Empresaria. Principios básicos. Perspectiva ética de la RSE.	6
1.2. El diálogo con los grupos de interés.	8
1.3. La inclusión social. ¿Qué pueden hacer las empresas para incluir a sectores de la base de la pirámide social: pobreza e indigencia?	8
2. ACDE – UNIAPAC. “La rentabilidad de los valores”	10
3. FORÉTICA. “La RSE como parte del compromiso empresario”	13
3.1 El modelo de sustentabilidad: integración económica, social y ambiental en la estrategia de negocios	13
3.2. La RSE en la estructura funcional de la organización: sistema para la integración de la gestión ética y responsable en la estrategia de la empresa	13
4. IAE Business School.....	18

II. PRINCIPALES RESULTADOS	22	
1. Percepciones sobre el concepto de RSE y su relación con la gestión económica, social y ambientalmente responsable. P. (1 a 5)	23	
2. Relevamiento de acciones y programas de RSE en las Empresas de los encuestados ...	24	
2.1. Aplicación formal de un sistema de RSE ..	24	
2.2. Grado de desarrollo de un sistema de gestión responsable en la empresa	25	
2.3. Objetivos de RSE en las actividades desarrolladas por la empresa	27	
2.4. Acciones concretas de RSE asociadas a las diferentes áreas en la empresa.....	28	
2.5. Adhesión al Pacto Global.....	29	
2.6. Presupuesto asignado a acciones de RSE ...	30	
3. RSE en el contexto.....	31	
3.1. Acciones de RSE en la gestión de negocios en el contexto actual.....	31	
3.2. Aspectos prioritarios en las acciones de RSE en los próximos años	32	
3.3. Influencia de los grupos de interés en el contexto actual	33	
3.4. Impacto de la RSE en la gestión de negocios en el contexto actual.....	33	
4. Crisis económica y RSE.....	34	
4.1. Tendencia de la RSE en situaciones de crisis económica	34	
4.2. Oportunidades de las distintas áreas de la empresa para promover acciones de RSE en contextos de crisis	35	
5. El rol del Estado en la RSE	36	
5.1. Papel del Estado en temas de RSE.....	36	
5.2. Grado de importancia que tendrán los temas de RSE en la agenda pública	36	
5.3. Condiciones que impulsan la promulgación de leyes relacionadas con la obligatoriedad de la publicación del Reporte Social por parte de las Empresas.....	37	
6. RSE en la empresa.....	38	
6.1. RSE en la estructura organizacional	38	
6.2. Principios y valores. Código de Conducta.....	39	
6.3. Comité de Ética o de RSE	40	
6.4. Reporte de Sustentabilidad.....	40	
6.5. Características de las empresas incluidas en la investigación	41	
ANEXOS		
I. Ficha técnica		
II. Equipo de trabajo		
III. Cuestionario utilizado		
IV. Referencias		

Síntesis Ejecutiva

La Encuesta de “Gestión de la Responsabilidad Empresarial en Empresas vinculadas a ACDE - Año 2010” fue realizada entre junio y agosto de 2010 por ACDE, IAE y Forética Argentina y estuvo orientada a conocer las percepciones de los socios de ACDE -en cuanto dirigentes- sobre las acciones de sus empresas, a partir de las respuestas a un cuestionario que incluía un total de 68 preguntas, agrupadas en los siguientes 6 bloques:

Bloque 1. Percepciones sobre el concepto de RSE y su relación con la gestión económica, social y ambientalmente responsable.

Bloque 2. Relevamiento de acciones y programas de RSE en las Empresas de los encuestados.

Bloque 3. Opinión sobre el estado actual de la RSE en nuestro contexto.

Bloque 4. Opinión sobre relación entre crisis económica y RSE.

Bloque 5. Opinión sobre el rol del Estado en la RSE.

Bloque 6. Información general sobre la Empresa

Con tal fin se distribuyeron vía mail o en forma impresa, un total de 322 encuestas a Socios de ACDE y se obtuvieron 71 respuestas (22% de respuestas válidas).

I. Introducción

“Los tiempos de crisis suponen un desafío no sólo económico, sino sobre todo ético. En los momentos de dificultad, se pone a prueba vuestro espíritu empresarial. Se precisan mayor esfuerzo y creatividad, más sacrificio y tenacidad, para no cejar en la búsqueda de vías de superación de esas situaciones, poniendo todos los medios legítimos a vuestro alcance, y movilizand o todas las instancias oportunas. Como vuestra actividad tiene siempre una profunda dimensión de servicio a los individuos y a la sociedad -y de modo especial, a los trabajadores de vuestras empresas y a sus familias-, comprenderéis que os anime a ser especialmente magnánimos en esas difíciles circunstancias. En efecto, la supervivencia y el crecimiento de vuestros negocios o inversiones interesan a la entera comunidad laboral que es la empresa, y a toda la sociedad. Por eso, los tiempos de crisis suponen un desafío no sólo económico, sino sobre todo ético, que todos han de afrontar, superando egoísmos de personas, grupos o naciones.”

Discurso del Papa Juan Pablo II al empresariado argentino.
Abril 11 de 1987

1. MARCO CONCEPTUAL.

CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA RSE

1.1. Razones y propósitos de la Responsabilidad Social Empresaria. Principios básicos. Perspectiva ética de la RSE.

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRIORIDADES.

La parte del discurso de Juan Pablo II constituye una magnífica invitación para reflexionar sobre las prioridades que el empresario tiene que tener en cuenta para incorporar en su agenda estratégica los temas de su responsabilidad frente a la sociedad y hacer el planteo necesario para llevar adelante la adecuada ejecución de las acciones, “movilizando todas las instancias oportunas... porque el crecimiento de su negocio interesa a toda la sociedad... y debe afrontar el desafío económico y ético, superando egoísmos de personas, grupos o naciones”.

Marcelo Paladino¹, sostiene que para entender la RSE lo más importante es establecer los motivos por los cuales algunas empresas deciden ir más allá en su colaboración con el desarrollo de la sociedad.

Se ha podido comprobar que en la realidad de nuestro país, especialmente la vivida después de la crisis del 2001, las empresas que decidieron continuar en el proceso de supervivencia debieron simultáneamente responder a tres desafíos:

1. El marco competitivo y la necesidad de superar los efectos de la crisis en un contexto político, económico y social muy difícil.

2. La aplicación de principios de RSE, hacia una gestión responsable y de desarrollo sustentable.
3. La necesidad de orientar las acciones, teniendo en cuenta a todas las partes interesadas, logrando al mismo tiempo cumplir con las legítimas expectativas de rentabilidad de los dueños o accionistas.

Es cierto que no todas las empresas han respondido de la misma forma. Un número importante todavía no ha incorporado a su actividad empresarial los motivos y consecuentes acciones que constituyen las prioridades de la Responsabilidad de la Empresa frente a la Sociedad.

La noción de RSE ha evolucionado aceleradamente en tan solo un par de décadas, cuando se pasó de la simple y tradicional caridad o filantropía, practicada a título personal e individual por quienes tenían los mayores recursos, a la responsabilidad de la empresa como tal. Y esto no es menor. De las simples donaciones se pasó a la “ciudadanía corporativa”, al comprender que la empresa debe ser parte de la sociedad civil, comprometiéndose responsabilidades plenas para con la sociedad, es decir con los seres humanos que la componen. Esto significa que no es suficiente pensar sólo en los accionistas, clientes, proveedores, trabajadores o empleados; la empresa debe pensar en los hombres y mujeres que conviven con la empresa, que sufren y padecen en la misma sociedad en la que ella actúa.

1. PALADINO, Marcelo. *La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Construyendo la sociedad desde la tarea directiva*. Grupo Editorial Planeta. 2004. pág. 19

Para el planteo y ejecución de la responsabilidad de la empresa, Paladino² propone pensar y reflexionar a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Qué debería esperarse de la empresa?
- ¿Qué debería esperarse del hombre de empresa?
- ¿Cómo debería ser protagonista de los cambios que el mundo reclama y necesita?
- ¿Cómo la labor de dirigir y de trabajar en y desde la empresa puede transformarse en un proyecto de vida apasionante?
- ¿Qué implicaría hacerse cargo de la responsabilidad de poder hacer algo más por la sociedad?

La respuesta a cada una de estas preguntas debe ser expresión de la libre voluntad del empresario, inspirada en su capacidad creativa e innovadora, en su sentido de solidaridad, en sus condiciones de liderazgo y en las habilidades de dirección, administración y gestión, que le permitan elegir el camino.

Las respuestas más frecuentes mencionan programas de voluntariado; ayudas a comedores en barrios de bajos recursos, generalmente a través de alguna ONG, programas de apoyo a la educación por medio de distintas modalidades, o directamente donación de alimentos o dinero a ONGs, Parroquias o instituciones de caridad, para que ellas se ocupen de hacerlos llegar a los más necesitados. Todas estas son acciones muy buenas de carác-

ter filantrópico y/o asistencialista, pero que no cubren la verdadera dimensión que plantea la gestión ética y responsable de la empresa. Esta gestión de la empresa debe tener en cuenta la totalidad de sus relaciones con la sociedad en la cual desarrolla sus actividades y para quien produce sus bienes o servicios, con alcances *ad intra* y *ad extra* del ámbito de la propia empresa.

Los principales desafíos de la empresa en Argentina en relación a su responsabilidad frente a la sociedad, plantean como punto de partida la necesidad de generar confianza y credibilidad, elementos esenciales para la convivencia. Para lograrlo, es necesario incorporar en la agenda estratégica de la empresa un modelo de gestión ética y socialmente responsable, que sustente la interrelación entre políticas, estrategias, comportamientos y procesos. Esto significa enfocar las actividades de la organización aplicando los principios del desarrollo sostenible y tener valores compartidos que aseguren consolidar un comportamiento ético.

2. PALADINO, Op.cit., 2004, pp 26 a 33.

1.2. El diálogo con los grupos de interés.

El “Institute of Social and Ethical Accountability”, conjuntamente con el “Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente” y “Stakeholder Research Associates”, presentaron en enero de 2006 la primer edición en castellano del Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés bajo el título “El compromiso con los stakeholders”.

Una primera cuestión se refiere a los beneficios que pueden tener las empresas al relacionarse con sus grupos de interés o “stakeholders”. Estas relaciones, efectiva y estratégicamente alineadas, sirven para:

- Facilitar una mejor gestión de riesgo y reputación
- Aprender de los *stakeholders*, lo que genera mejores productos y servicios
- Desarrollar confianza con ellos
- Comprender mejor el contexto complejo de negocios, desarrollo de mercados e identificación de nuevas oportunidades estratégicas.
- Informar, educar e influenciar al entorno empresarial para mejorar procesos de toma de decisiones y acciones que afectan a la compañía y a la sociedad
- Conducir a un desarrollo más equitativo y sostenible al brindar la oportunidad de participar en procesos decisorios a quienes tienen derecho a ser escuchados
- Combinar recursos (conocimiento, personas, dinero y tecnología) para resolver problemas y alcanzar objetivos, que no se pueden lograr en forma independiente.

1.3. La inclusión social. ¿Qué pueden hacer las empresas para incluir a sectores de la base de la pirámide social: pobreza e indigencia?

“...el desarrollo no debe ser entendido de manera exclusivamente económica, sino bajo una dimensión humana integral. No se trata de elevar a los pueblos al nivel del que gozan hoy los países más ricos, sino de fundar... una vida más digna, hacer crecer efectivamente la dignidad y la creatividad de toda persona, su capacidad de responder a la propia vocación...”

Juan Pablo II, *Centesimus annus*

El progreso de la sociedad sólo se logra si se tiene en cuenta principalmente a la persona, su entorno y la existencia de condiciones sociales que puedan asegurar -en forma sostenible- el desarrollo de las capacidades humanas, que garanticen una vida digna para todos, sin exclusiones.

El progreso social constituye una dimensión esencial del crecimiento económico, de allí que el tema de la inclusión social deba ser considerado como prioridad relacionada con la idea de “creación de valor compartido”. No es suficiente medir los beneficios del crecimiento económico como expresión del incremento del PBI, cuando se mantienen índices alarmantes de pobreza y de indigencia, que ponen de manifiesto la presencia de una importante parte de la población que constituye núcleos de marginalidad social de excluidos, sin acceso adecuado a la educación, la salud, la alimentación, la seguridad, ni la vivienda digna.

Este problema, por ser estructural, no se resuelve con medidas asistencialistas, que sólo tienen sentido en el corto plazo, frente a especiales situaciones de crisis. Se requiere el compromiso de todos: empresarios, gobierno, organizaciones no gubernamentales y la propia sociedad civil que, trabajando en alianzas estratégicas, sean capaces de crear modelos innovadores de negocios que resulten rentables y beneficiosos desde el punto de vista social, para esos millones de personas que viven en la exclusión.

La propuesta de “negocios inclusivos” unida al concepto de “creación de valor

compartido”, se concreta en el desarrollo de iniciativas de inclusión social, aplicando recursos, innovación, capacidades y estrategias, que permitan a los sectores de bajos ingresos integrarse de manera efectiva en el sistema de mercado y en cadenas de valor específicas, tal como puede verse en la reciente investigación de SEKN (Social Enterprise Knowledge Network), titulada “Negocios inclusivos. Iniciativas de Mercado con los pobres de Iberoamérica” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2010).

Es importante comprender que las empresas pueden contribuir a crear valor económico creando valor social a través de la inclusión y que lo pueden hacer de tres formas: **innovando en productos y en mercados**, con estrategias adecuadas a los requerimientos de la base de la pirámide; **redefiniendo la productividad en la cadena de valor** al promover inclusión mediante el apoyo a micro emprendedores que se incorporen a esa cadena de valor; **generando empleabilidad** a través de mejoras sustanciales en el modelo educativo y de la aplicación de modelos de gestión de la diversidad, que ayuden a incorporar en al sistema productivo a personas actualmente excluidas.

El ideal de los negocios inclusivos es aplicar soluciones radicalmente innovadoras, a menores costos y con beneficios tanto para las empresas, como para los clientes o nuevos productores de la base de la pirámide, ignorados anteriormente.

2.ACDE – UNIAPAC. “LA RENTABILIDAD DE LOS VALORES”

La RSE, un modo de ser

El empresario miembro de ACDE - UNIAPAC trata de gestar la fraternidad y el desarrollo entre todas las personas a través del modo de hacer empresa. La visión actual de la Responsabilidad Social Empresarial dice que la actuación de la empresa contemporánea no se puede evaluar sólo en unidades monetarias, sino que debe expresar su valor por medio de una triple dimensión: económica, social y medio ambiental. Esta visión refleja ya un alcance más allá de la única tarea económica que prevaleció durante casi dos siglos,

Para la ACDE - UNIAPAC, esta triple dimensión debe tener una “cuarta dimensión” que aparece en la propia esencia empresarial y en las relaciones con su entorno: la vigencia permanente de la suprema dignidad de la persona humana, tantas veces referida como “el activo más importante”, y tantas veces menospreciada tanto al interior como al exterior de la empresa. Este principio supremo de cuidar, respetar y buscar siempre el desarrollo integral de la persona es lo que caracteriza el enfoque de la ACDE - UNIAPAC e ilumina consecuentemente toda la acción empresarial:

- relaciones constructivas con los grupos involucrados con la empresa (clientes, colaboradores -trabajadores-, inversores, proveedores, gobierno, comunidad local, competidores y generaciones presentes y futuras -sujeto del medio ambiente-);

- un impulso continuo hacia la competitividad y calidad alcanzada por su compromiso con todo el contexto social y ecológico;
- una relación de sólida confianza entre el cliente y la organización.

El punto de partida ha sido nuestra concepción de empresa y nuestra visión de la RSE señalados en el documento “La rentabilidad de los valores” (Publicado en Mayo 2008).

Congruentes con esta concepción se define que la RSE es una forma de gestión:

- Surgida del compromiso personal, moral, consciente y congruente del empresario y de los miembros que integran la empresa y basada en la ética social cristiana,
- a fin de cumplir íntegramente con los objetivos internos y externos,
- considerando las expectativas de todos los sectores y grupos de interés involucrados en lo económico, social, humano y ambiental,
- para el desarrollo sustentable de la empresa y de la sociedad, demostrando el respeto a la dignidad de las personas, a las comunidades y al medio ambiente,
- coadyuvando así a la construcción del bien común con justicia social.

Esta entidad que llamamos empresa, por su intrínseca naturaleza económica, se desenvuelve buscando la aceptación, benevolencia y satisfacción de quienes le rodean: clientes, colaboradores, accionistas, gobiernos, competidores, proveedores, comunidad y generaciones futuras:

- Constituida por personas que se organizan y aportan con su trabajo recursos económicos, tecnológicos y del conocimiento.
- Para la producción de algún bien o servicio que satisfaga necesidades de la sociedad.
- Generando valor agregado y resultados económicos que permitan la justa remuneración de las partes (los grupos de interés) y la sustentabilidad económica de la empresa en el tiempo.
- Propiciando en este proceso:
 - la realización como personas humanas de todos sus integrantes y
 - el bien común.

Especialmente, una empresa permite a estas personas y sus familias llevar una vida respetando su dignidad.

La empresa es una entidad:

La empresa debe caracterizarse por su capacidad para servir al bien común gracias al trabajo bien organizado, sus prácticas de investigación y experimentación, su aptitud para detectar y satisfacer necesidades, su valentía para arriesgar inversiones, así como por la creación estable de fuentes de empleo y cadenas de valor agregado que amplíen la capacidad de generar riqueza y distribuirla con justicia. El respeto y promoción de los derechos humanos encuentra así su plena concreción.

Dicho de otro modo, el marco de la RSE es el bien común. Los empresarios estamos convencidos de que el desarrollo de la sociedad hacia el bien común implica obligadamente la acción responsable de la empresa, por lo que estamos llamados a ser promotores del desarrollo económico y humano.

El modelo de RSE ACDE - UNIAPAC se orienta a las necesidades de todos los empresarios y dirigentes de pequeñas, medianas y grandes empresas, interesados en asegurar la sustentabilidad de sus empresas en el mediano y largo plazo.

Para cumplir con esta responsabilidad, necesitamos crear las condiciones necesarias que permitan y favorezcan un auténtico desarrollo de las personas relacionadas con la empresa, de tal manera que, a través de saber más y tener más, lleguen a “ser” más. Entre todos los miembros

de la sociedad, los dirigentes de empresas y empresarios deben ser promotores de un desarrollo integral, dado que contamos con mejores condiciones para ello: relaciones, recursos, conocimientos y formación.

Hemos dicho que es necesario que la empresa tenga un PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO responsable, pertinente, progresivo, medible y alcanzable con relación a cada uno de los ocho grupos de interés, para que sea considerada socialmente responsable y, sobre todo, para que logre un desarrollo económico sostenible y perdurable en el tiempo.

Este Plan Integral surge del planeamiento estratégico de la empresa y favorece su expansión y sustentabilidad en el corto, mediano y largo plazo.

El Protocolo

La metodología propuesta por la ACDE - UNIAPAC recomienda un mecanismo de participación funcional y un modelo de implantación a través del proceso de los “Ocho pasos para la RSE”.

Este Protocolo de la RSE de ACDE - UNIAPAC parte de los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), e implica un compromiso personal de ser congruente con ellos.

Esta búsqueda de congruencia inicia con el “Autodiagnóstico de Sostenibilidad”, para conocer un primer mapa de fortalezas y riesgos y orientar la toma de decisiones y la gestión cotidiana en la propia empresa. Esta herramienta permite, en primer lugar, analizar las áreas críticas y, en un segundo momento, definir indicadores para controlar la acción y el avance en la estrategia de instrumentación diseñada por el equipo de trabajo de la empresa.

En esta cuestión se ha avanzado mucho, pero es más lo que nos falta por recorrer. Como ACDE - UNIAPAC reconocemos esa diversidad de opciones, pero creemos que un proceso para obtener un reconocimiento en RSE no debe imponerse, sino más bien proponerse.

ACDE - UNIAPAC acompañará el camino buscando la congruencia de las decisiones en la empresa con relación a los valores definidos y fundamentados en la Ética Social Integral aplicada a la empresa, con el fin de contribuir para que ésta perdure en el tiempo, siempre centrada en el crecimiento de todas las personas y de toda la persona.

3.FORÉTICA.

LA RSE COMO PARTE DEL COMPROMISO EMPRESARIO.

3.1. El modelo de sustentabilidad: integración económica, social y ambiental en la estrategia de negocios.

La norma SGE 21³ desarrollada por Forética sostiene que la Gestión Ética y Socialmente responsable constituye una respuesta de las organizaciones a los retos de transparencia, integridad y sustentabilidad, entendida esta última, en su triple vertiente: económica, ambiental y social. Las nuevas tendencias mundiales y el rápido cambio de las expectativas ciudadanas están contribuyendo a que las empresas más eficientes incorporen en sus prácticas mecanismos que permitan conocer las motivaciones de sus grupos de interés (clientes, proveedores, empleados, inversores, etc.) y puedan anticiparse a ellas.

Y agrega que la Gestión Ética y Socialmente Responsable es voluntaria. No obstante, requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales. En primer lugar, su integración en la estrategia y procesos de la organización. En segundo lugar, el impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés. Por último, el fomento de la transparencia y la comunicación.

3.2. La RSE en la estructura funcional de la organización: sistema para la integración de la gestión ética y responsable en la estrategia de la empresa.

Cuando el Gobierno o la Alta Dirección de una empresa decide implantar un modelo de gestión ética y responsable, la primera condición a tener en cuenta es el grado de confianza que tenga en sí misma, en su organización y en sus valores, tales como: transparencia, honradez, buena fe en todos los actos, lealtad, adecuado clima interno, desarrollo de las personas que trabajan en ella, su compromiso con los resultados y la recta intención de difundirlos en el entorno externo, en beneficio de la comunidad local, regional y nacional. De este modo se está en condiciones de avanzar en forma voluntaria en el desarrollo de un compromiso social, con valores éticos y de responsabilidad, para lograr una mejor comprensión y colaboración de todos los grupos involucrados en la vida de la empresa. Así la empresa estará en condiciones, por el compromiso social voluntariamente adquirido, de humanizar las exigencias de la ley y ofrecer valor agregado en todas las relaciones con los diferentes stakeholders.

Se presentan a continuación, los aspectos considerados más importantes a tener en cuenta en el proceso de implantación de un modelo de gestión ética y responsable

3. Norma SGE 21:2008. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable. FORÉTICA, España.

en la empresa, refiriéndolo a cada una de las áreas funcionales de la organización.

1. ALTA DIRECCIÓN

La Alta Dirección tiene la responsabilidad de promover todo lo necesario para el cumplimiento del triple objetivo: rentabilidad, desarrollo social y cuidado ambiental. Para lograr ese objetivo, es fundamental crear y mantener un óptimo clima laboral en el que todas las personas que trabajan en la organización se identifiquen con la misión, visión y valores, colaborando en la obtención de los objetivos estratégicos de la empresa. El compromiso con la gestión ética y Responsable supone ir más allá de lo que la legislación establece, asegurando la transparencia de todos los actos e informes y teniendo en cuenta especialmente la calidad del gobierno corporativo como un indicador de la buena gestión de la empresa.

2. RECURSOS HUMANOS

La gestión del Capital Humano constituye uno de los aspectos más delicados en la vida y desarrollo de las organizaciones, especialmente cuando la empresa decide implantar un modelo de gestión ética y responsable, que debe tratar siempre a las personas que la integran con respeto, dignidad, honestidad, diálogo, transparencia y sensibilidad. Debe asegurar la igualdad de trato y oportunidades, la ausencia de discriminación por cualquier causa, compatibilizar los objetivos de la compañía con el desarrollo profesional

de cada individuo y fomentar las buenas relaciones internas que contribuyan a conciliar la vida laboral, personal y familiar.

3. COMPRAS

Los proveedores y contratistas son una pieza clave para cualquier organización o empresa y se plantea una muy importante relación con cada uno de ellos, a través de la gestión o función de Compras. Entre esos proveedores o contratistas algunos reúnen el carácter de estratégicos, por el impacto de sus suministros en los resultados de la empresa compradora. En todos los casos, aunque principalmente en las relaciones con proveedores estratégicos, se plantea la necesidad de establecer una relación basada en la exigencia y el respeto. Esto se consigue con la voluntad de ambas partes y con el cumplimiento de los contratos y su permanente revisión, para lograr la mejora continua de esas relaciones.

De allí la importancia de tener establecido un Sistema de Gestión ética y responsable que sea capaz de generar la base de confianza adecuada. Por eso la organización debe establecer, implantar y mantener procedimientos para evaluar y seleccionar sus proveedores y subcontratistas, teniendo en cuenta su capacidad de cumplir, entre otros aspectos, los requisitos propios de ese sistema. Esto implica emprender procesos que permitan tomar en consideración el impacto económico, social y ambiental de sus proveedores y

trasladar a estos los criterios de exigencia equivalentes a los de la propia cadena logística. Para ello la organización podrá clasificar a sus proveedores en función de su grado de criticidad, atendiendo al porcentaje del volumen de compras y el riesgo asociado de los proveedores en relación a sus procesos estratégicos.

4.COMERCIALIZACIÓN

La organización debe proporcionar productos y servicios deseables y competitivos, para lo cual el compromiso continuo con la Investigación, el Desarrollo y la Innovación (I+D+i), así como los principios de calidad, servicio y protección de públicos vulnerables, han de conformar la cultura organizativa. En base a dichos principios debe establecerse una relación de confianza con el cliente, manteniendo la honestidad, transparencia y confidencialidad desde el inicio de las relaciones. Para cumplir este objetivo, la empresa tiene que tener en cuenta una serie de aspectos referidos al producto o servicio, entre los que se destacan identificación clara e inequívoca de la oferta comercial; en los procesos I+D+i, la organización deberá tener en cuenta la adecuada aplicación de valores, principios y objetivos de gestión ética y socialmente responsable; cuando un producto o servicio que ya está en el mercado presenta o puede presentar fallas o defectos, deberá tomar inmediatas medidas para evitar los daños que tal situación pudiera producir a clientes o consumidores.

5.PRODUCCIÓN

Desde el punto de vista de la Responsabilidad Empresaria en la estructura funcional de Producción, la empresa debe comprometerse a prevenir la contaminación generada por sus operaciones y productos, así como a mejorar de forma continua su desempeño ambiental, favoreciendo el objetivo global de desarrollo sostenible. Para ello deberá identificar, registrar y evaluar aquellos elementos de sus actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impactos al ambiente.

La conciencia del impacto ecológico de las actividades industriales propias de los sistemas de producción, cuestiona permanentemente la forma de ver el desarrollo. La industrialización en sus diversas manifestaciones y sectores, el uso de recursos no renovables y sus consecuencias sobre la naturaleza y el ambiente, ponen en escena la discusión entre visiones positivas vinculadas al progreso y desarrollo y la cara oscura o visión negativa, que muestra el deterioro ambiental que afecta de modo conocido o desconocido a las comunidades, algunas de las cuales lo sufren directamente, cuando empobrecen el suelo, empeoran la salud pública, contaminan el sistema acuífero o el aire, destruyen el paisaje y ponen en serio riesgo y de forma imprevisible e incalculable a todo el planeta. Una perspectiva de mediano o largo plazo, agrega la incertidumbre para las generaciones futuras, que podrán sufrir el impacto de nuestro

bienestar, viéndose privadas de disponer de recursos que se tornarán irrecuperables. A esto se refiere la idea de desarrollo sustentable, que supone lograrlo de un modo que sea capaz de satisfacer las necesidades de las presentes generaciones, sin comprometer ni afectar las posibilidades de las futuras, para que puedan disponer de los recursos necesarios que les permitan satisfacer las suyas.

Son de aplicación normas y estándares técnicos, como la serie ISO 14001.

6. FINANZAS

La dirección financiera es una de las áreas funcionales que ha experimentado cambios más significativos durante el siglo XX y estos primeros diez años del siglo XXI.

En las empresas bien dirigidas las decisiones estratégicas se toman en forma coordinada y el directivo de finanzas tiene responsabilidad directa de control. Está claro que el objetivo financiero de la empresa es maximizar la rentabilidad para sus accionistas o, lo que es lo mismo, maximizar el precio de la acción. Esto se fundamenta en que, como toda la gestión está sometida al juicio del mercado, los inversores elegirán las acciones que mejoren más su valor, teniendo en cuenta que la Inversión Socialmente Responsable, es aquella que fundamenta sus decisiones sobre cómo invertir sus recursos con criterios responsables, considerando por tanto aspectos sociales

y medioambientales junto con los económicos en la toma de decisiones.

La empresa que asume un compromiso de responsabilidad frente a la sociedad, debe contribuir a crear mercados eficientes y transparentes. Para ello, deben ofrecer toda la información que pueda impactar en el comportamiento del mercado, y hacerlo por medios o canales de comunicación que garanticen el fácil acceso en tiempo y sin ningún tipo de restricciones. Se aplican a tal fin, los principios de transparencia, relevancia, veracidad, lealtad y creación de valor de forma sostenible.

Todo hecho relevante que pudiera afectar a los intereses de los inversores deberá ser comunicado de forma inmediata, suficiente, precisa y fiable.

7. SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y CONTROL

El empleo de los sistemas de información para ganar ventajas competitivas constituye el aspecto principal a tener en cuenta desde la responsabilidad empresarial, principalmente en la relación entre el uso del sistema computarizado de datos y los temas de seguridad. La creciente ola de estafas, engaño y corrupción que rodea el ámbito de los sistemas y de la computación, es un reflejo de los problemas que aqueja a la escala de valores de nuestra sociedad.

En este sentido, las recomendaciones de las Normas de Gestión Ética y Responsa-

ble en los negocios propuestas por Forética a través de SGE21, se refieren a que la empresa debe establecer los canales de comunicación que considere necesarios para que la información generada en los sistemas resulte de utilidad para el desarrollo de la comunidad donde actúa, en todo lo que esté vinculado con su desempeño operativo, financiero y económico. Por otra parte, resulta necesario que, a través de sus sistemas de información y control, la gestión responsable de la empresa fomente, junto a otras organizaciones nacionales, internacionales o grupos de interés, la lucha contra el fraude y la aplicación de procedimientos para evitar la corrupción.

8. AUDITORÍA INTERNA

Las aplicaciones más significativas de la Auditoría Interna no sólo se refieren a validar la honestidad y veracidad de los estados económico-financieros, sino que también sus servicios y alcances tienen que cumplir la función de apoyo para que la dirección pueda tomar decisiones correctas en cada una de las áreas o situaciones en que deba intervenir. Sus objetivos principales se identifican con ofrecer una garantía razonable de que los activos de la empresa están preservados de forma apropiada y que los registros financieros se llevan con adecuada y suficiente precisión y confiabilidad para respaldar los estados contables correspondientes. Es también función de la Auditoría Interna ayudar a administradores y gerentes a evaluar la eficiencia en todos los procesos

y operaciones de la empresa. Asimismo, debe evaluar que el sistema de control funcione eficazmente en cumplimiento de los objetivos de la organización y podrá emitir dictamen sobre la precisión y utilidad de los informes internos y externos de la empresa.

Un enfoque más completo de Auditoría Interna, incluye la evaluación de políticas, procedimientos y juicio crítico respecto de la gestión ética y responsable en el ejercicio de la autoridad en la organización.

4. IAE BUSINESS SCHOOL

El tema RSE presenta la ventaja de haberse introducido definitivamente en la agenda de las empresas, y en especial de las corporaciones. Ello ha ocurrido a pesar de las objeciones que algunos economistas plantearon sobre el particular.

Este hecho nos lleva a pensar que la organización empresarial se ha impuesto como algo de carácter multifacético, como corresponde a todo lo real.

En su origen, la RSE, se abrió paso como un enfoque parcial, propio del ámbito de las actividades de tipo filantrópico: voluntarias, discrecionales, eventuales, supererogatorias, y que poco o nada tenían que ver con los objetivos básicos de la empresa. Más bien se centraban en el apoyo a actividades de bien social que llevaban a cabo otras instituciones privadas de carácter no gubernamental.

En consecuencia, se han ido destacando por un cierto grado de voluntarismo, de adopción de técnicas extrañas a la propia identidad, y que en ocasiones ha colocado límites a la profesionalidad y seriedad con que la empresa suele enfocar el núcleo duro de su tarea.

A ello se añadía una tendencia natural de los agentes económicos, a la dispersión de las acciones de responsabilidad que terminaba careciendo de foco y que facilitaba la eventual interrupción o el reemplazo de tareas ya emprendidas.

Por el contrario, nuestro enfoque consiste en esencia en promover una clara conciencia empresarial acerca de que el contenido mismo de su trabajo productivo y distributivo ya contiene una misión de servicio a la sociedad humana. Y que de ella depende su propia subsistencia y su propia expansión.

La propuesta del IAE consiste en partir de un esquema de ideas que incluyen una nueva visión más profesional de los emprendimientos sociales en los cuales cada empresa debería colaborar debido a su natural vinculación con algún aspecto de su entorno humano interno, las consideraciones ambientales, la conformación y situación de la sociedad a la que en principio va ligada su actividad.

Se debe proponer una acción que facilite y fomente una acción constante, eficaz, y previsible por parte de una organización humana que concibe su acción como un servicio esmerado a la comunidad, y que en ello ve la posibilidad no solo de subsistir, sino también de crecer.

Estas ideas se originan y se refuerzan atendiendo al significado original tanto de empresa como de Responsabilidad.

Empresa.

A partir del análisis profundo de lo que es una empresa, se deduce que cumple con objetivos de servicio a un mercado constituido por personas, y potencialmente a toda una sociedad.

La empresa se define por unos objetivos de servicio. A ello apunta su misión, su estrategia y sus políticas. Es de hecho un servicio al menos potencial para un ámbito social que no se agota en el mercado actual.

Por tanto lo social está ligado íntimamente con lo que llamamos económico, entendido como objetivo de rentabilidad para un individuo o conjunto de individuos.

El objetivo de la empresa es solucionar una necesidad a título oneroso, y conseguir hacerlo de forma tal de conseguir un valor agregado para el conjunto de quienes componen la unidad empresa.

Como cualquier ente humano que actúa, la empresa tiene una responsabilidad. Debe cumplir adecuadamente con el mercado. Entregar lo que afirma producir. Pagar a quienes contrata en concepto de compra o contratación de personas. Todo ello supone naturaleza social, y apunta a una actuación ética.

Debe manejar internamente su trabajo de acuerdo a la naturaleza humana de quienes en ella cooperan.

Hay que recalcar que la empresa no es una cosa, no es tampoco solamente una propiedad sobre las cosas, ni es tampoco algo propio exclusivamente del dueño de ella.

Por tanto la RSE no es un invento moderno. Siempre fue responsable socialmente la empresa, al menos potencial-

mente, aunque de hecho no cumplierse con esa responsabilidad.

Su naturaleza ética se desprende naturalmente a partir de la consideración de que se trata esencialmente de una actividad humana, ya sea individual o bien colectiva.

El acto humano es de carácter integral y completo. Responde ante las personas con quienes contrata individualmente, pero también por las consecuencias que su actuar produce frente al Estado y la Sociedad.

Además el acto humano está cargado de intencionalidad.

Responsabilidad.

La responsabilidad o capacidad de respuesta ante una demanda actual o potencial del mercado, está atada íntimamente a la noción acerca de lo que se espera de ella (de la empresa) y por tanto de sus directivos, desde el lado de la sociedad en la que nace y se desarrolla cualquier iniciativa empresarial.

El acto empresarial por excelencia son las decisiones que se toman precisamente para ser puestas en práctica, y que es lo que constituye y determina el núcleo de cualquier tarea directiva. La implementación es una primera exigencia de cualquier determinación. Una segunda es la de que sea correcta la forma de implementarla.

Solo en la medida en que la empresa cumple con sus responsabilidades glo-

bales, podrá crecer e ir aumentando su valor añadido.

Sus responsabilidades sociales son, como sabemos, hacia las personas que están adentro de la propia organización empresarial, y también hacia las que están fuera de la misma.

Mayores exigencias por parte de la Sociedad.

Al propio tiempo que ha florecido y se ha encumbrado la profesión de empresario, debido a los éxitos obtenidos en el campo productivo, hemos sido testigos también de la ampliación de las expectativas por parte de la Sociedad a la que pertenece.

Por otro lado es indudable que la empresa ha sufrido en los últimos años un proceso de tecnificación y profesionalización que la ha ido alejando de las prácticas tradicionales que prevalecían dentro de un paradigma cultural basado en el principio individualista y la búsqueda exclusiva de la máxima rentabilidad para el propietario del capital, el que fue considerado tradicionalmente como sinónimo del empresario.

Si bien se le ha echado en cara con frecuencia al directivo que no cumpla con algunas de sus responsabilidades o no las cumple del todo bien, no toda la culpa puede atribuirse a esas personas o a la institución misma de la dirección empresarial. Ni tampoco en exclusiva a los accionistas.

Debemos también reconocer que ha habido y sigue habiendo muchas presiones, muchas influencias que surgen en parte de la entera comunidad de negocios y los consultores, influida a su vez por los cultores de una ciencia económica que sigue encerrada en sus principios de individualismo egoísta. Así como también, sus aliados: sus mentores políticos, y las leyes existentes.

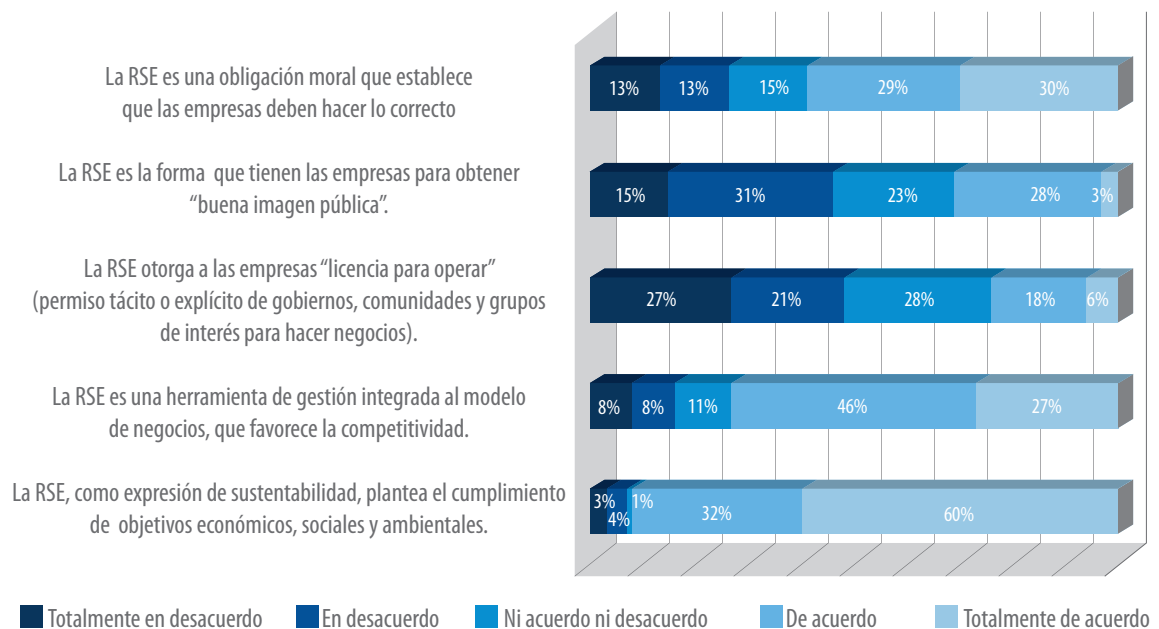
Es hora de reconocer que la Sociedad ha reclamado con razón a la institución empresa que colabore más positivamente a paliar las injustas condiciones en la producción y distribución de la riqueza y otros problemas ligados al pasado contexto social: problemas que ha llevado tiempo denunciar y condenar.

Protagonismo de la propia empresa.

Es indudable que en la actualidad se registra nítidamente una influencia cada vez mayor desde dentro de la propia empresa hacia el todo social. Ya nos hemos referido a que hoy la sociedad ha reaccionado y exige al directivo mucho más que la simple y exclusiva rentabilidad económica medible en el corto plazo. Pero hay algo más. Simultáneamente se estarían despertando fuerzas dentro de la misma empresa que sugieren una superación en sus fines y metodología de trabajo. Tal vez podamos suponer que estamos en el comienzo de una recuperación positiva de los valores y la misma concepción de la tarea directiva.

Siguiendo esta línea de contribución positiva desde el interior de la empresa, es importante destacar que siempre son las personas singulares y las instituciones de más fuerza y vigor, quienes con su pensamiento y con su acción, están consiguiendo paulatina, pero eficazmente, cambiar algunos de los caracteres de la cultura social que no parecerían del todo adecuados. De lo que se trata entonces es de contribuir a la difusión de una nueva cultura -de una nueva sensibilidad- que se precisa vivir dentro y fuera de la empresa, uno de cuyos caminos lo hemos emprendido bajo el nombre de la Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad (RES).

II. Principales resultados



1. PERCEPCIONES SOBRE EL CONCEPTO DE RSE Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE. P. (1 A 5).

El objetivo de este apartado es relevar percepciones acerca del concepto de RSE, sus implicancias y alcances. Se entiende que la manera en que la RSE sea percibida determinará el enfoque de gestión aplicado y en consecuencia los programas y acciones implementadas.

A la vista de las respuestas de los empresarios encuestados, la RSE es percibida mayormente (59%) como una obligación moral que establece que las empresas deben hacer lo correcto, al tiempo que como algo beneficioso para la empresa: casi las tres cuartas partes (73%) señaló que la RSE es una herramienta de gestión integrada al modelo de negocios que favorece la competitividad (27% totalmente de acuerdo y 46% de acuerdo).

Como puede verse en el gráfico, sólo un tercio de los empresarios (31%) opinó que la RSE es la forma que la

empresas tienen para obtener “buena imagen pública”, mientras que un cuarto (24%) piensa que la RSE otorga a las empresas “licencia para operar” (permiso tácito o explícito de gobiernos, comunidades y grupos de interés para hacer negocios).

Finalmente, se destaca que 9 de cada 10 empresarios (92%) coinciden en que la RSE, como expresión de sustentabilidad, plantea el cumplimiento de objetivos económicos, sociales y ambientales.

Se pueden extraer las siguientes conclusiones:

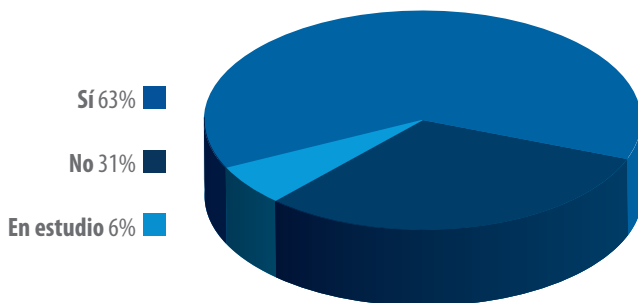
- Los empresarios conciben la RSE como expresión de sustentabilidad, por tanto como generadora de beneficios para la sociedad, el ambiente y para la propia empresa: cumplimiento simultáneo del triple objetivo, económico, social y ambiental.
- Los empresarios perciben la RSE como una herramienta de gestión integrada al negocio y que favorece la competitividad.
- Se refuerza la teoría que basa la RSE en el contrato social. La RSE es percibida como una obligación moral.

2. RELEVAMIENTO DE ACCIONES Y PROGRAMAS DE RSE EN LAS EMPRESAS DE LOS ENCUESTADOS.

2.1 Aplicación formal de un sistema de RSE

El relevamiento de acciones de RSE tiene por propósito verificar el grado en que la gestión ética y responsable forma parte integral de la empresa. Cuando se refiere a gestión de RSE se hace alusión a la manera en que las empresas llevan a cabo sus operaciones y al grado en que incorporan los aspectos económicos, sociales y ambientales a la estrategia de negocios.

P. 6. ¿SU EMPRESA APLICA FORMALMENTE ALGÚN SISTEMA DE GESTIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE COMO INICIATIVAS DE RSE?

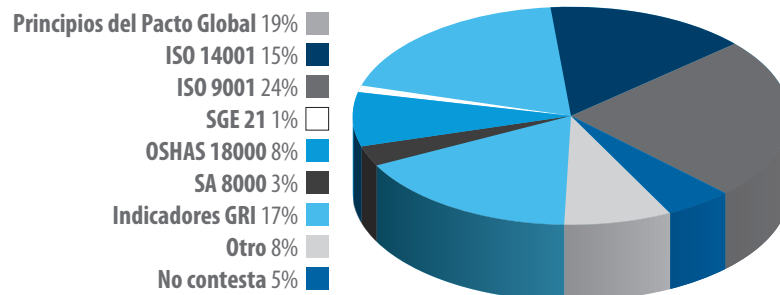


Cerca de los dos tercios de los empresarios (63%) afirmaron que en sus Empresas cuentan con la aplicación formal de un sistema de RSE. Asimismo, el 63% anterior se complementa con el 6% que respondió que este sistema se halla en estudio.

P. 7. ¿CUÁL?

Para estos casos se solicitó que se indicara de cuál de ellos se trataba. Los resultados se observan a continuación.

Se puede apreciar que los sistemas de RSE aplicados formalmente se reparten con mayor proporción en el desarrollo y aplicación en materia de normas y reporting (68%): las normas OSHAS 18000, SA 8000, normas ISO 9001 e ISO 14001, en especial en estas dos últimas, e Indicadores de Global Reporting Initiative (GRI); minoritariamente existe una adhesión a iniciativas de RSE como Principios de Pacto Global (19%). La norma SGE 21 está iniciando recientemente su difusión en la Argentina.



Los resultados enseñan que existe un grupo de empresas que realizan una apuesta estratégica de integración de la gestión de la RSE como modelo formalizado.

Es marcada, por su mayor difusión, la aplicación de normas y reporting frente a la menor adhesión a iniciativas.

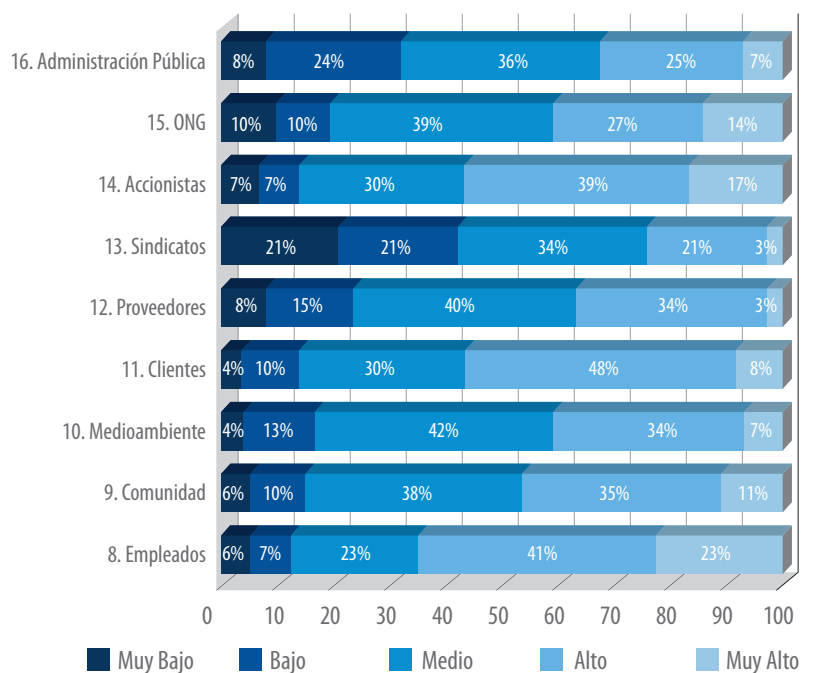
2.2 Grado de desarrollo de un sistema de gestión responsable en la empresa

P. (8 A 16) ¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN RESPECTO DEL GRADO DE DESARROLLO DE LA GESTIÓN RESPONSABLE EN SU EMPRESA EN RELACIÓN A SUS GRUPOS DE INTERÉS?

Se observan tres segmentos que definen diferentes grados de desarrollo de la RSE en la gestión con los Grupos de Interés.

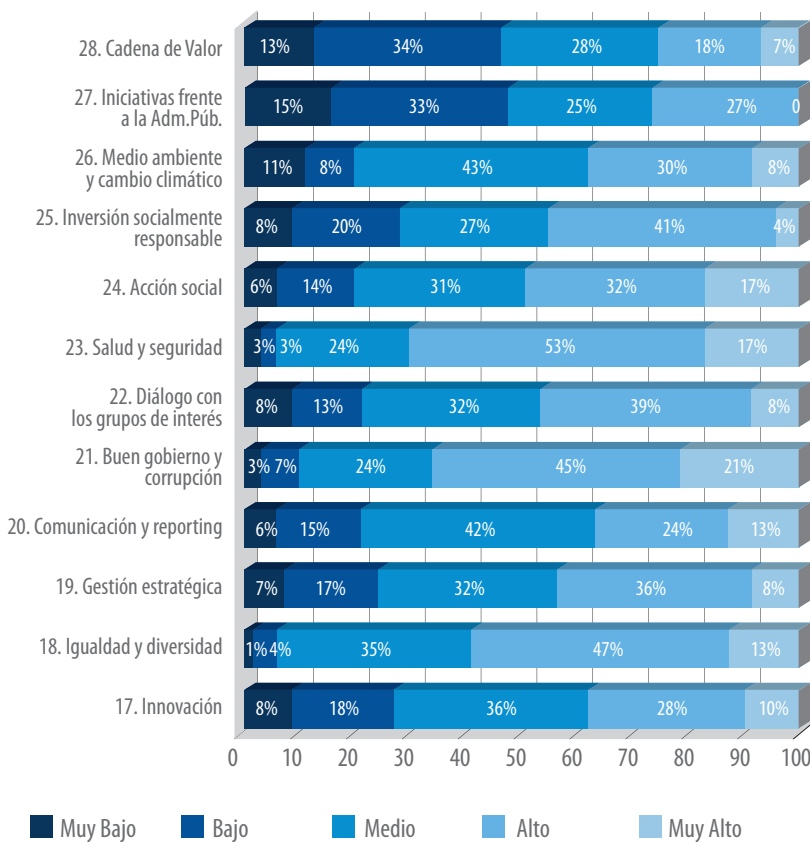
Entre los más altos se incluyen a los “Empleados”: 65% calificó entre “Muy alto” y “Alto”. Al anterior lo siguen los “Accionistas” y “Clientes”: 56% calificó como “Muy alto” y “Alto”.

En un estrato medio, podemos identificar a la Comunidad (46%), Medioambiente (41%) y ONG (41%). Mientras que en el nivel inferior, se observan los Proveedores (37%), la Administración Pública (32%) y los Sindicatos (24%).



Es importante fortalecer el diálogo con los Grupos de Interés como estrategia para mejorar la gestión de la RSE en equilibrio con todos los Grupos. Para alcanzar dicho objetivo, se debe desarrollar una metodología para detectar las expectativas de los Grupos de Interés, asimismo establecer y priorizar los planes de acción y comunicación.

P (17 A 28) ¿CUÁL ES EL GRADO DE DESARROLLO DE LA GESTIÓN RESPONSABLE DE SU EMPRESA CON RELACIÓN A LOS SIGUIENTES TEMAS DE RSE?



Siguiendo la línea de la pregunta anterior, pero en referencia a los grandes temas de la RSE referidos a la sustentabilidad, se observan también tres segmentos que definen diferentes grados de desarrollo de la RSE. Entre los más altos (muy alto y alto) se aprecian el “buen gobierno y corrupción” (66%), la “salud y seguridad” (71%) y la “igualdad y diversidad” (59%).

En un estrato medio, podemos identificar a la “acción social” (49%), “inversión socialmente responsable” (45%); “medioambiente y cambio climático” (38%), “diálogo con los grupos de interés” (46%), “comunicación y reporting” (37%), “gestión estratégica” (43%) e “Innovación” (38%).

Finalmente en el estrato inferior se ubican la relación con la “cadena de valor” (25%), a las “iniciativas frente a la Administración Pública” (27%).

En coincidencia con la relación con los Grupos de Interés, podemos concluir que las prioridades se enfocan hacia los empleados mediante el desarrollo de mecanismos que garanticen la seguridad y salud en su actividad y el respeto por la igualdad y diversidad. En segundo término, hacia los accionistas a través del seguimiento de principios rectores de transparencia, lealtad, y creación de valor de forma sostenible, propios del buen gobierno y anticorrupción.

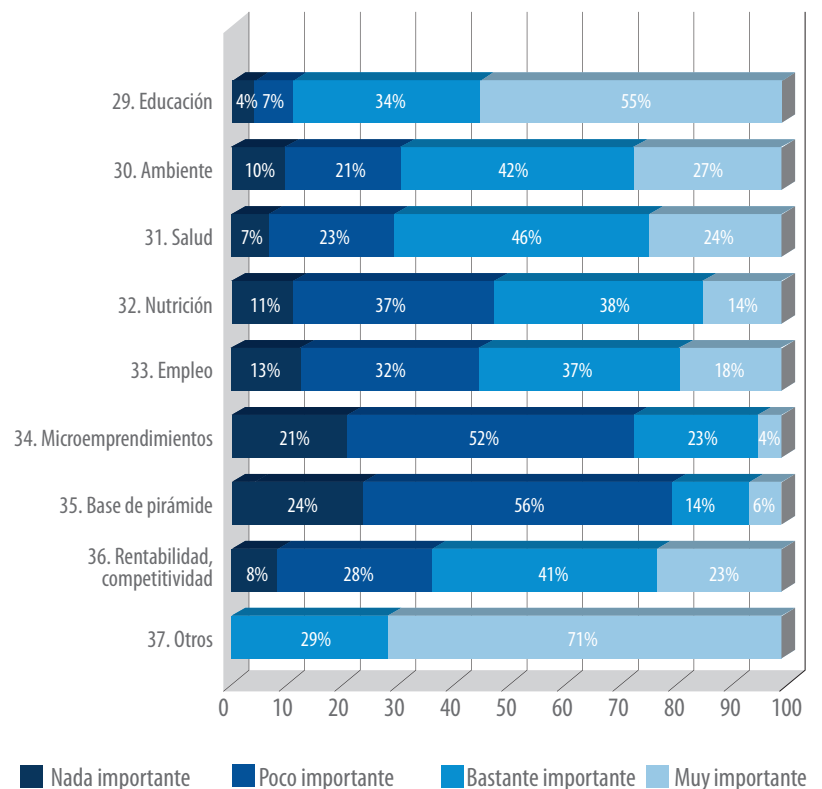
Para mejorar el estrato medio resulta preciso reforzar la comunicación y reporting, diálogo con los grupos de interés y la visión de gestión estratégica mediante la implementación de un Sistema de Gestión de RSE. Además se debe impulsar el compromiso continuo con la Investigación, el Desarrollo y la Innovación (I+D+i), incluyendo en la elaboración del producto o el diseño del servicio criterios éticos, laborales, sociales y ambientales.

En relación al tercer nivel es necesario desarrollar la gestión de la cadena de valor y fortalecer la cooperación con las administraciones públicas.

2.3 Objetivos de RSE en las actividades desarrolladas por la empresa

P (29 A 37). EN LAS ACTIVIDADES DE RSE QUE DESARROLLA SU EMPRESA: ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENEN OBJETIVOS RELACIONADOS CON...?

Continuando con el análisis por estratos, se observan en el primer nivel los objetivos relacionados con la “Educación” (89%), la “Salud” (70%), el “Ambiente” (69%) y “Rentabilidad y competitividad” (64%). Son los menos valorados: “Negocios en la base de la pirámide” (20%) y “Promoción de microemprendimientos” (27%).

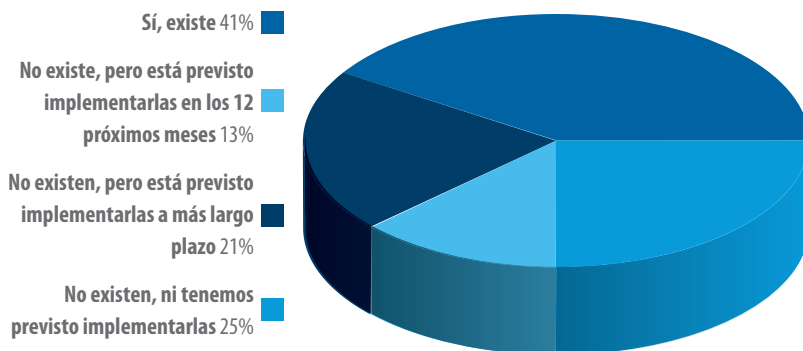


Se confirma el mayor empeño por la Educación, la Salud y el Ambiente.

Pero no se vislumbran iniciativas de las empresas que favorezcan la inclusión social: se aprecia poca importancia hacia la base de la pirámide social y hacia la promoción de microemprendimientos, aún cuando se advierte un aumento de la pobreza e indigencia. Surge como recomendación a las empresas que incluyan en su agenda estratégica el objetivo relacionado con “negocios inclusivos” y que continúen su apoyo al mejoramiento de la calidad y actualización en todos los niveles educativos, tanto en aspectos técnicos como de cultura general y valores.

2.4 Acciones concretas de RSE asociadas a las diferentes áreas en la empresa

P (38-46). ¿EXISTEN ACCIONES CONCRETAS DE RSE ASOCIADAS A LAS FUNCIONES DE UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS?

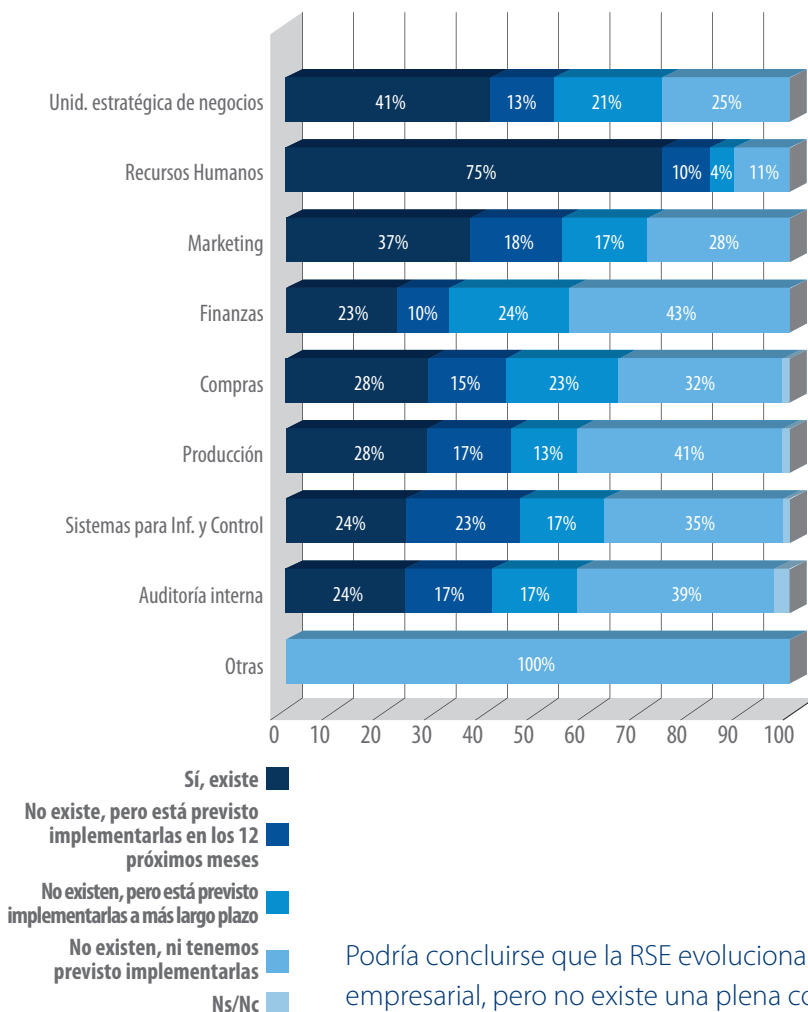


Un porcentaje significativo de los empresarios (41%) afirmó que existen acciones concretas de RSE asociadas a las funciones de Unidades estratégicas de Negocios. Asimismo, en el corto plazo, dicho porcentaje aumentaría observado que un 13% contestó que “está previsto implementarlas en los próximos 12 meses”. La tendencia continuaría en aumento considerando que un 21% expresó “que está previsto implementarlas a más largo plazo”. Un cuarta parte manifestó que “no existen, ni tenemos previsto implementarlas”.

La pregunta anterior se complementó con la identificación de acciones concretas de RSE asociadas a otras áreas en la empresa.

Teniendo en cuenta los resultados acerca del grado de desarrollo de la gestión responsable en las empresas en relación a sus Grupos de Interés y a los grandes de temas de la RSE, se evidencia una correspondencia con el 75% que señaló que existen acciones concretas de RSE asociadas al Área de Recursos Humanos, sumado al 10% que indicó que está previsto implementarlas en el corto plazo.

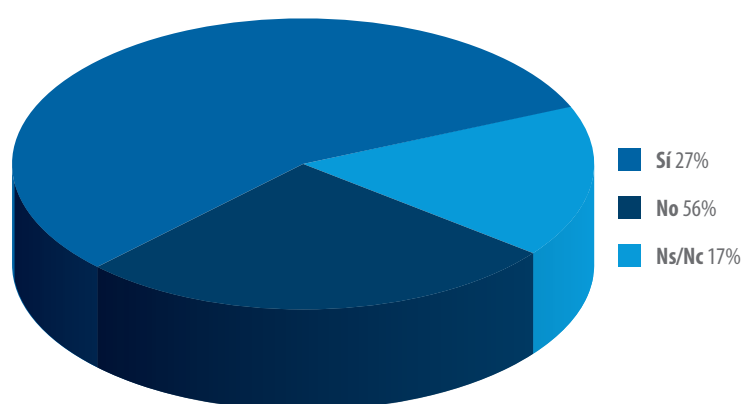
Aproximadamente el 25% de los empresarios expresó la existencia de acciones concretas de RSE en cada una de las restantes principales áreas de su empresa.



Podría concluirse que la RSE evoluciona con una integración funcional en la estructura empresarial, pero no existe una plena comprensión de la RSE desde la competitividad, que requiere un desarrollo equilibrado en todas las áreas funcionales.

2.5 Adhesión al Pacto Global.

P. 47. ¿HA ADHERIDO SU EMPRESA AL PACTO GLOBAL?



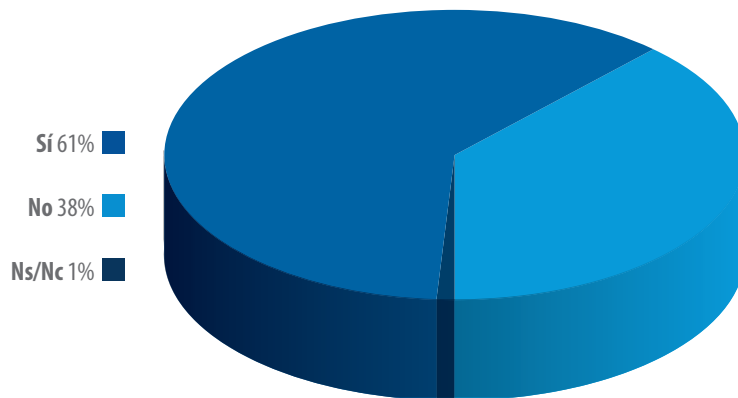
Anteriormente se había consultado sobre la aplicación formal de un sistema de RSE, donde se mencionaron los Principios del Pacto Global. Al formular la pregunta específica sobre esta iniciativa apenas un poco más de la cuarta parte (27%) afirmó la adhesión de su empresa.

Aunque el Pacto Global fue lanzado en 2000, pareciera que la falta de apoyo de las empresas puede estar ligada al bajo conocimiento que tienen las mismas acerca de esta iniciativa voluntaria.

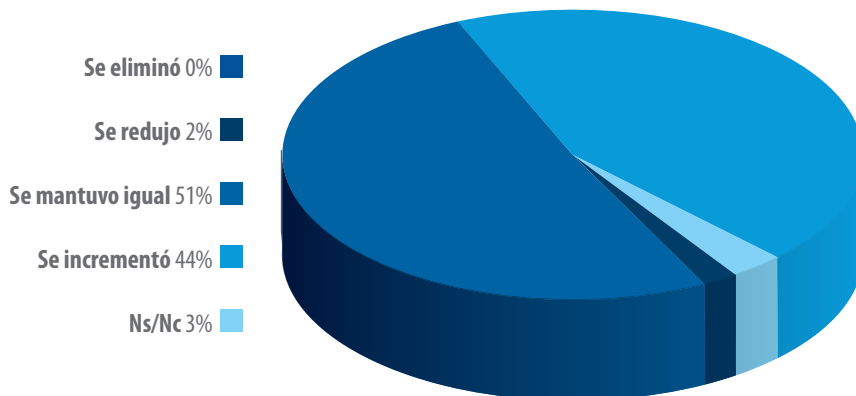
Las más de 700.000 organizaciones sindicales y de la sociedad civil a nivel internacional, que participan de la iniciativa, trabajan para promover la ciudadanía corporativa responsable, asegurándose que el negocio sea parte de la solución para los desafíos de la globalización. De esta manera, el sector privado, en asociación con otros actores sociales, puede ayudar a lograr una economía mundial más sostenible e integradora.

2.6 Presupuesto asignado a acciones de RSE

P. 48 ¿CUENTA SU EMPRESA CON PRESUPUESTO ASIGNADO A ACCIONES DE RSE?



P. 49. RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR ¿QUÉ VARIACIONES SE APLICARON AL PRESUPUESTO?



El 61% de los empresarios respondió que su compañía cuenta con un presupuesto asignado a acciones de RSE. De ese total, el 52% lo mantuvo igual respecto del año anterior y el 44% lo incrementó.

El hecho que el 38% de las empresas que respondieron no tenga presupuesto asignado a RSE permite inferir que el tema de la RSE no está integrado formalmente a la gestión. Esto no significa que esas empresas no desarrollen acciones específicas de un modelo de gestión ética y responsable de sus negocios.

El 61% de las empresas que respondieron tener presupuesto asignado a RSE, las posiciona en un nivel más próximo a la decisión formal de implementar un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable para la gestión de sus negocios. La mala noticia es que algo más de la mitad de esas empresas no han aumentado su presupuesto en RSE respecto del año anterior. Es posible que haya influido en este aspecto la crisis financiera internacional.

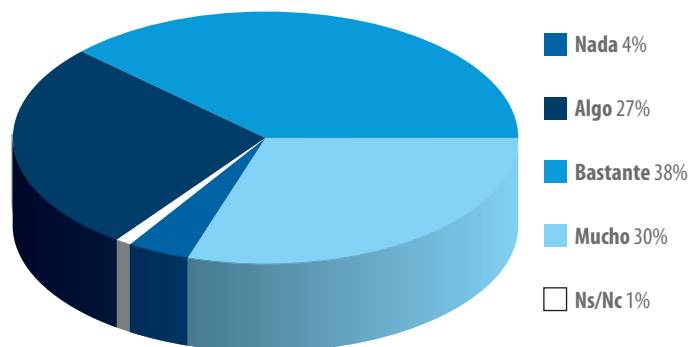
3. RSE EN EL CONTEXTO

El contexto actual presenta a las empresas una serie de desafíos en materia de RSE. Entendida ésta como la manera en que las empresas gestionan sus operaciones, la RSE se presenta como un mecanismo válido para dar respuestas al impacto de los factores de contexto.

3.1. Acciones de RSE en la gestión de negocios en el contexto actual

P. 50. ¿EN QUÉ MEDIDA CONSIDERA SU EMPRESA QUE LAS ACCIONES DE RSE PUEDEN AYUDARLA A GESTIONAR SUS NEGOCIOS EN EL CONTEXTO ACTUAL?

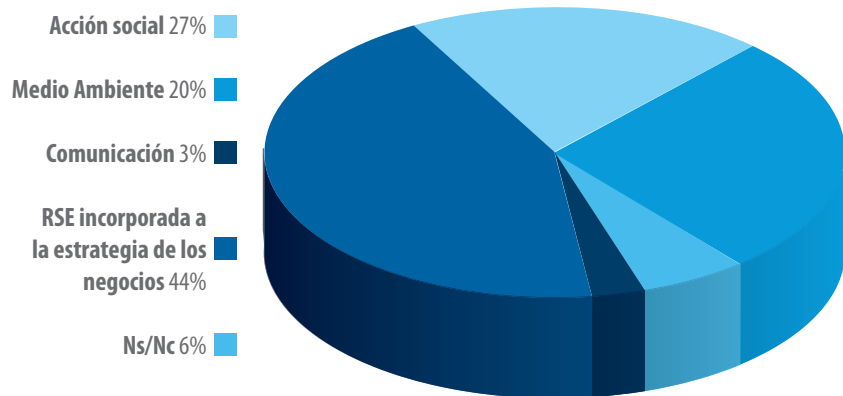
En concordancia con el grupo de empresarios que representan el 63% que manifestaron que están realizando una apuesta estratégica de integración de la gestión de la RSE como modelo formalizado (ver 2.1 Aplicación formal de un sistema de RSE), un porcentaje algo mayor (68%) afirma que dicha gestión puede ayudar “mucho” (30%) o “bastante” (38%) en sus negocios en el contexto actual.



Es significativo el porcentaje de respuestas que consideran que la RSE puede ayudar a sus empresas a gestionar sus negocios en el contexto actual. Esto ratifica la utilidad de trabajar en la difusión de principios y sistemas para la aplicación de modelos de gestión ética y responsable integrada a la estrategia de negocios.

3.2. Aspectos prioritarios en las acciones de RSE en los próximos años

P. 51. ¿QUÉ ASPECTO SERÁ PRIORITARIO EN LAS ACCIONES DE RSE QUE LLEVEN A CABO LAS EMPRESAS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?



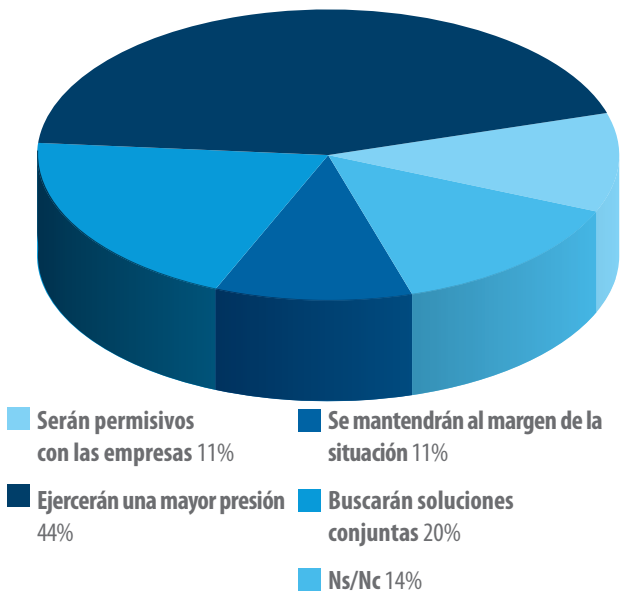
Se pone de manifiesto la voluntad de un buen número de empresarios (44%) en que la RSE sea incorporada a la estrategia de sus negocios.

Lo anterior sumado a la prioridad en la "Acción Social" (27%) y en el "Medio Ambiente" (20%), indica que la visión estratégica estará orientada hacia el modelo de sustentabilidad.

3.3. Influencia de los grupos de interés en el contexto actual.

P.52. ¿QUÉ INFLUENCIA TENDRÁN LOS GRUPOS DE INTERÉS EN EL CONTEXTO ACTUAL?

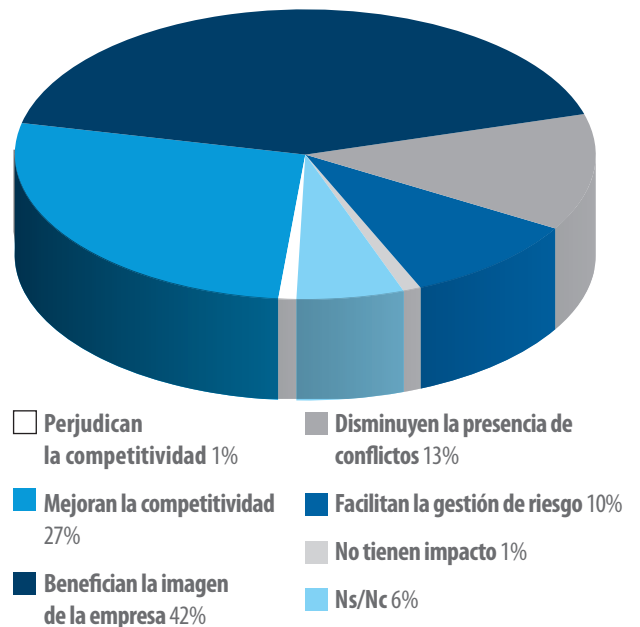
Una proporción importante de los empresarios que respondieron la encuesta (44%), espera que los grupos de interés ejerzan una mayor presión en las acciones de RSE a la cual deberán dar respuesta. Otro (20%) opina que buscarán soluciones conjuntas.



Que el 64% de los empresarios que respondieron la encuesta perciba la influencia de los grupos de interés, ya sea por presión o por la búsqueda de soluciones conjuntas, pone en evidencia que existe conciencia que la empresa se sostiene a partir de un creciente conjunto de relaciones con los stakeholders, fortaleciendo la idea de interdependencia entre empresa y sociedad.

3.4. Impacto de la RSE en la gestión de negocios en el contexto actual.

P. 53. EN EL CONTEXTO ACTUAL ¿CÓMO IMPACTAN LAS ACCIONES DE RSE EN LAS EMPRESAS?



Existe una notoria expectativa en 9 de cada 10 empresarios sobre los beneficios de las acciones de RSE en la empresa en el contexto actual, ya sea en pos de la imagen, de la competitividad, de la gestión de riesgos o en la disminución de la presencia de conflictos.

Resulta muy positiva esta percepción de los empresarios, en respuestas que no son excluyentes y que son perfectamente compatibles con los principios de gestión ética y responsable de los negocios.

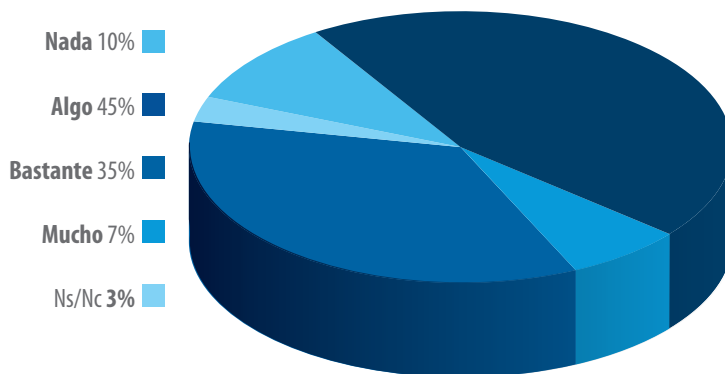
4. CRISIS ECONÓMICA Y RSE

La crisis económica global ha puesto en evidencia el impacto de las decisiones empresarias sobre el conjunto de la sociedad. Las empresas, y los empresarios, son actores centrales en la economía globalizada. En este contexto, la crisis puede considerarse en sus dos acepciones: como riesgo y como oportunidad para la RSE.

4.1. Tendencia de la RSE en situaciones de crisis económica

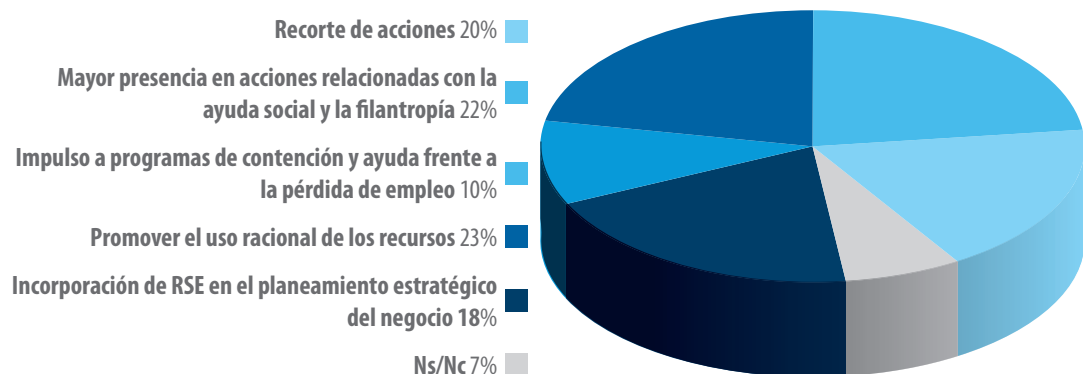
P. 54. ¿EN QUÉ MEDIDA IMPACTA LA CRISIS EN LAS ACCIONES DE RSE DE LAS EMPRESAS? (UNA SOLA OPCIÓN)

El 80% de las respuestas consideran que la crisis impacta algo o bastante en las acciones de RSE en sus empresas.



P. 55. ¿CÓMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS, CUÁL CONSIDERA QUE ES LA TENDENCIA EN LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE EN LAS EMPRESAS? (UNA SOLA OPCIÓN)

Un 32% percibe tendencias de la RSE en términos de mayor presencia en acciones de acción social y de impulso a programas de contención frente a la pérdida de empleo, un 23% a la promoción del uso racional de los recursos y un 18% a la incorporación de RSE en el planeamiento estratégico del negocio. En total el 73% percibe acciones positivas de RSE frente a situación de crisis económicas. Sólo un 20% percibe recorte en las acciones de RSE.

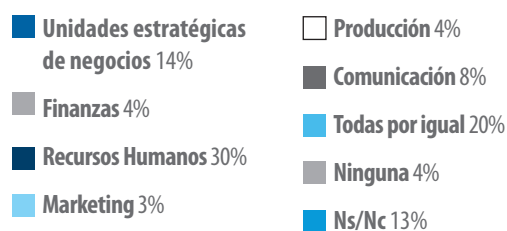
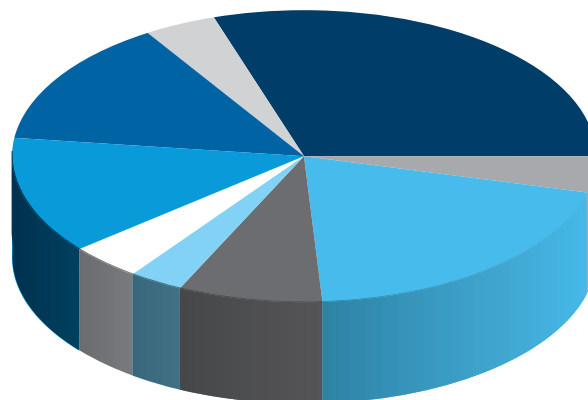


Esto pone de manifiesto la presencia de los principios de RSE en el mapa del proceso de decisiones a incluir en el planeamiento estratégico.

4.2. Oportunidades de las distintas áreas de la empresa para promover acciones de RSE en contextos de crisis

P. 56. ¿QUE ÁREA EN SU EMPRESA TENDRÁ MAYORES OPORTUNIDADES PARA PROMOVER ACCIONES DE RSE EN CONTEXTOS DE CRISIS? (UNA SOLA OPCIÓN)

En consonancia con otras respuestas, se observa que las acciones de RSE se priorizan en el área de Recursos Humanos (30%) tanto en el contexto actual como en contextos de crisis. Los empresarios señalan en segundo lugar al área de Marketing (20%) que es la que se ocupa de la relación con otro de los Grupos de Interés: los clientes.



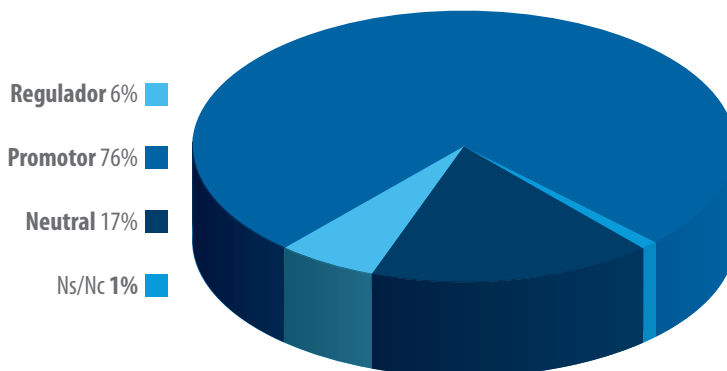
No se evidencia una visión integral y transversal de la RSE, como eje integrador de las acciones desarrolladas por toda la organización en conjunto.

5. EL ROL DEL ESTADO EN LA RSE

La RSE requiere del involucramiento de múltiples actores, entre ellos el propio Estado. Comprender cuál debiera ser su rol resulta relevante a los fines de generar un marco de consenso respecto del alcance de su participación.

5.1. Papel del Estado en temas de RSE

P. 57. ¿CUÁL DEBERÍA SER EL PAPEL DEL ESTADO RESPECTO A TEMAS DE RSE?



La gran mayoría de los empresarios (76%) juzga que el Estado debe tener un rol “promotor” respecto a temas de RSE.

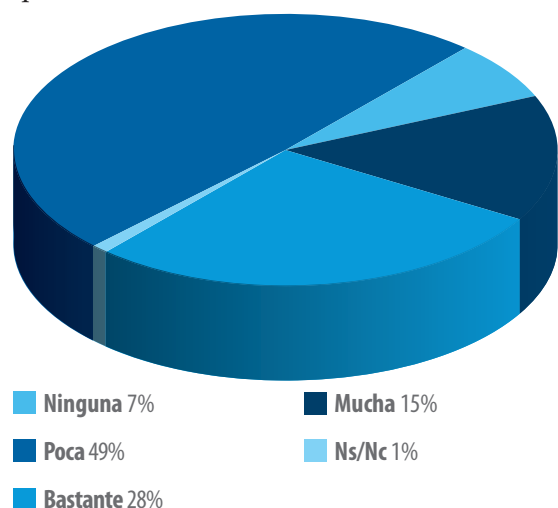
Esta respuesta ratifica la idea de “gestión voluntaria” que define la RSE. Será necesario precisar de qué forma el Estado debe promover temas de RSE, tal como apoyo institucional y fiscal a acciones e iniciativas de RSE.

El hecho que sólo el 6% considere que el Estado debiera regular temas de RSE, avala aún más esa afirmación.

5.2. Grado de importancia que tendrán los temas de RSE en la agenda pública

P. 58. ¿QUÉ GRADO DE IMPORTANCIA TENDRÁN LOS TEMAS DE RSE EN LA AGENDA PÚBLICA?

Considerando la expectativa sobre el rol de Estado con respecto a los temas de RSE, la percepción de los empresarios está dividida en el grado de importancia que estos temas tendrán en la agenda pública. El 56% piensa que la importancia que tendrán los temas de RSE en la agenda pública es poca o ninguna, mientras que el 43% percibe que será bastante o mucha.



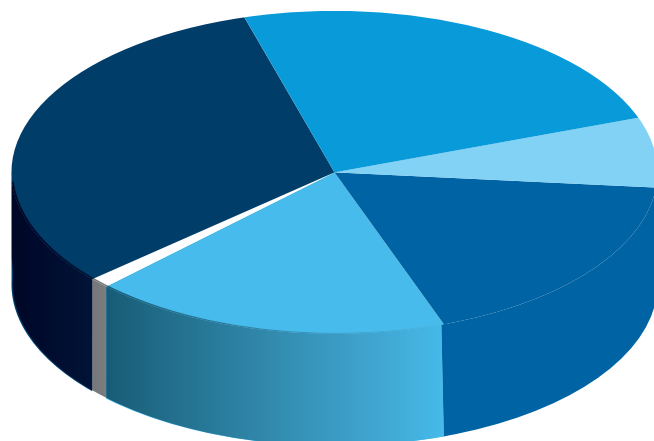
Si bien las respuestas evidencian la percepción de algunos avances en la agenda pública en temas de RSE, también se manifiestan dudas y escepticismo en más de la mitad de los encuestados.

5.3. Necesidad de impulsar la promulgación de leyes relacionadas con la obligatoriedad de la publicación del Reporte Social.

P.59. LA SITUACIÓN DE CRISIS CREA CONDICIONES QUE IMPULSAN LA PROMULGACIÓN DE LEYES RELACIONADAS CON LA OBLIGATORIEDAD DE LA PUBLICACIÓN DEL REPORTE SOCIAL POR PARTE DE LAS EMPRESAS (GRADO DE ACUERDO O DESACUERDO)

La opinión de los empresarios se muestra repartida, también, en la promulgación de leyes relacionadas con la obligatoriedad de la publicación del Reporte Social por parte de las empresas. Casi un tercio se expresa “de acuerdo”, otro en “desacuerdo” y el restante se mantiene neutral.

Las opiniones están repartidas en tercios: “de acuerdo”, “en desacuerdo” y “sin opinión”. Esto demuestra que no existe una tendencia definida en cuanto a impulsar o no la promulgación de leyes relacionadas con la obligatoriedad de la publicación del Reporte Social por parte de las empresas en tiempos de crisis.



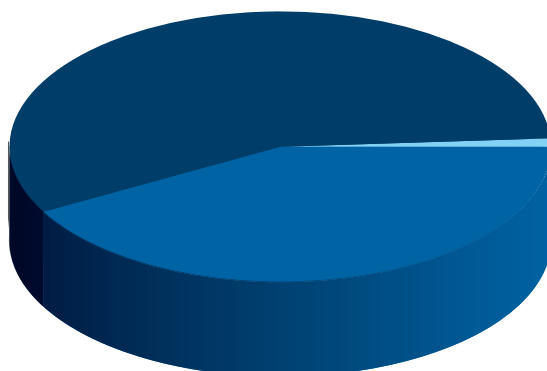
■ Totalmente en desacuerdo 18%	■ De acuerdo 32%
■ En desacuerdo 18%	□ Totalmente de acuerdo 1%
■ Ni acuerdo ni desacuerdo 24%	■ Ns/Nc 7%

6. RSE EN LA EMPRESA

El objetivo de este apartado es indagar acerca de los modos de gestión interna de RSE en términos de estructuras, mecanismos y herramientas empleadas. La disponibilidad de políticas y procedimientos permite sistematizar prácticas de RSE e integrarlas en un marco estratégico.

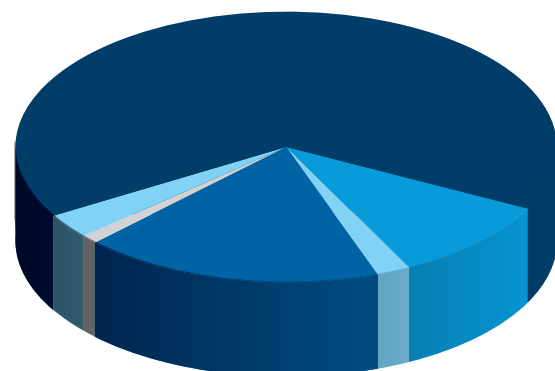
6.1. RSE en la estructura organizacional

P.60. EN SU EMPRESA, ¿LA GESTIÓN DE RSE ESTÁ A CARGO DE PROFESIONALES ESPECIALISTAS EN EL TEMA?



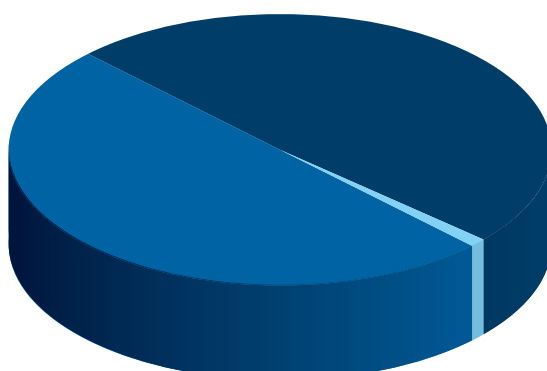
■ Sí 42% ■ No 57% ■ Ns/Nc 1%

P.62 PARA EL CASO DE RESPUESTA SI A LA PREGUNTA 61: ¿CÓMO SE DENOMINA ESA FUNCIÓN EN LA ORGANIZACIÓN?



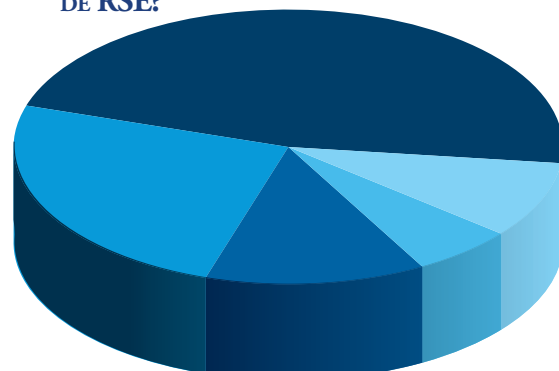
■ RSE 18% ■ Marketing 1%
■ RR.HH. 2% ■ No tiene 3%
■ Relaciones Instituc. 10% ■ No contesta 66%

P.61 ¿TIENE SU EMPRESA UN DEPARTAMENTO O PERSONA A CARGO DEL ÁREA DE RSE?



■ Sí 50% ■ No 49% ■ Ns/Nc 1%

P.63 ¿DE QUIÉN DEPENDE EL RESPONSABLE DE RSE?



■ Del Directorio 47% ■ Del área de Recursos Humanos 6%
■ De la Gerencia General 25% ■ Otro 9%
■ Del área de Relac. Inst. 13%

Según los empresarios, la gestión de RSE está a cargo de profesionales especialistas en el tema en una buena proporción (42%) de los casos, pero existen empresas en mayor proporción (57%) que no han apostado aún a la profesionalización de la RSE en su estructura organizacional.

Asimismo, en una relación de 5 cada 10, las empresas tienen un Departamento o persona encargada de la RSE, cuya función pareciera ser la de RSE propiamente dicha. De éstos, en el 55% de los casos la función está a cargo de un área de RSE, el 29% de Relaciones Institucionales, y un 8% de Recursos Humanos

En casi las tres cuartas partes (72%), el responsable de RSE depende de la Alta Dirección: del Directorio o de la Gerencia General. En un porcentaje menor (13%) el responsable reporta al área de Relaciones Institucionales.

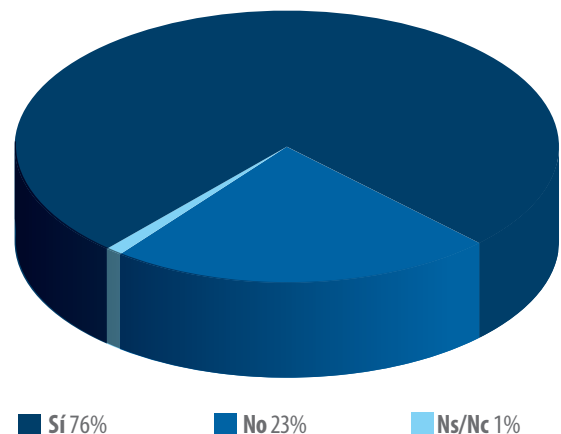
Se observa un razonable grado de formalidad en la forma de abordar los temas de RSE en los modelos de organización, cercano al 50%, que confirma la tendencia a la profesionalización de la función.

También es destacable el alto grado de involucramiento de la Alta Dirección en los temas de RSE.

6.2. Principios y valores. Código de Conducta

P.64. ¿TIENE SU EMPRESA UNA EXPRESA DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y VALORES POR MEDIO DE UN CÓDIGO DE CONDUCTA O DOCUMENTO SIMILAR?

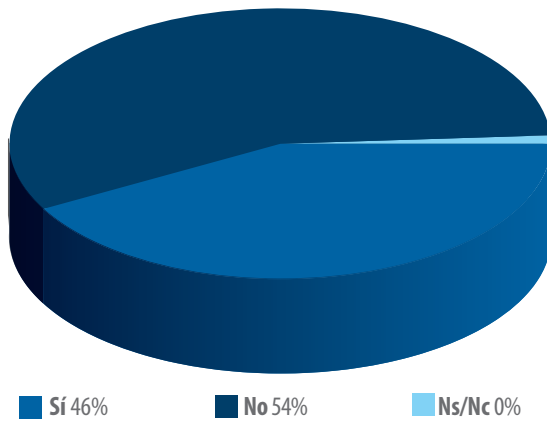
Un 76% del total de empresarios manifestaron tener una expresa declaración de Principios y Valores por medio de un Código de Conducta o documento similar.



Es importante destacar la importancia que las empresas otorgan a la declaración de Principios y Valores, lo cual muestra coherencia y compromiso con la RSE, manifestada en anteriores respuestas.

6.3. Comité de Ética o de RSE

P.65 ¿TIENE SU EMPRESA UN COMITÉ DE ÉTICA O DE RSE?



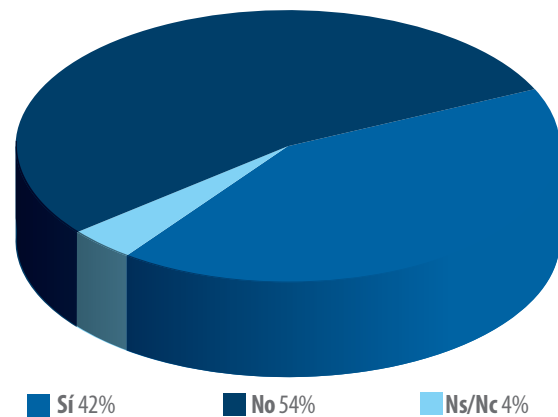
Se visualiza que algo menos de la mitad (46%) de los empresarios afirmó contar con un Comité de Ética o de RSE para supervisar el Código de Conducta o documento similar.

Esto reafirma que las empresas encuestadas están en el camino de la madurez, formalidad y profesionalización de la RSE.

6.4. Reporte de Sustentabilidad

P.66 ¿SU EMPRESA PUBLICA PERIÓDICAMENTE REPORTE DE SUSTENTABILIDAD O SIMILAR?

En cuanto a la comunicación de la RSE, como se puede observar, un 42% de los empresarios respondieron que su empresa publica periódicamente Reporte de Sustentabilidad o similar, mientras que el 58% contestó negativamente, o que no sabe si su empresa hace este tipo de publicaciones.

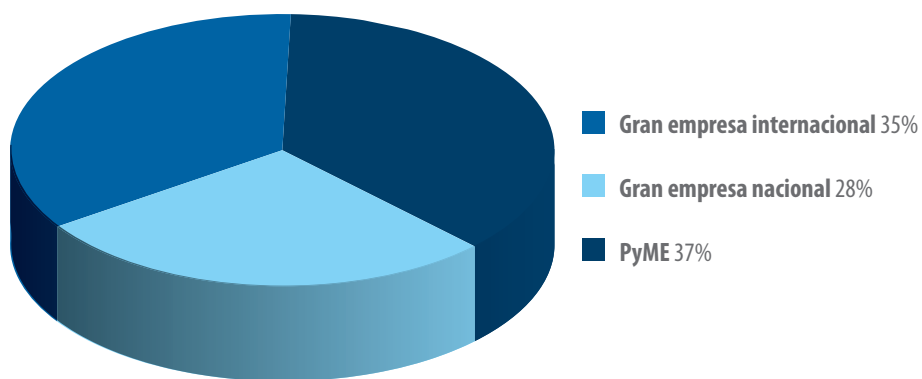


Estas respuestas ponen de manifiesto la necesidad de difundir la importancia y beneficios de los indicadores de RSE y la publicación de Reportes de sustentabilidad, a favor de la transparencia en la gestión empresarial.

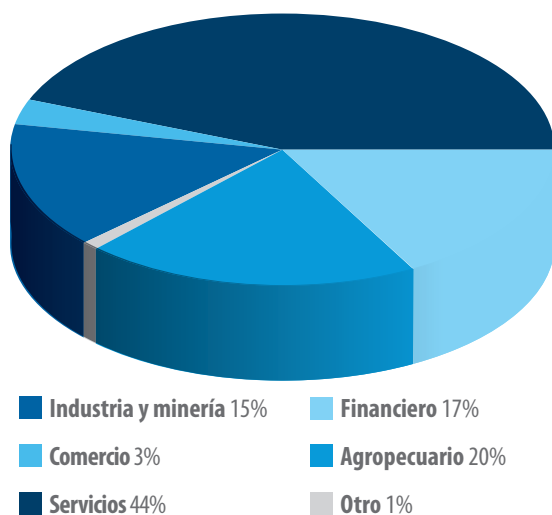
6.5. Características de las empresas incluidas en la investigación

P. 67. ACERCA DE LA EMPRESA:

Quienes respondieron la encuesta, están trabajando en empresas de distintos tamaños y sectores, según se puede ver en los siguientes cuadros



P. 68. SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA



En cuanto al tamaño de las empresas, las respuestas obtenidas se distribuyen aproximadamente por tercios entre grandes empresas internacionales, nacionales y pymes, con una leve supremacía de estas últimas (37%).

El sector que más respondió es el de Servicios (44%), seguido por Agropecuarios (20%).



Anexos.

I. Ficha Técnica

1. POBLACIÓN DE ESTUDIO:

La población de estudio está referida exclusivamente a los Socios de ACDE.

Se decidió incluir a 322 socios de ACDE, sin repetir los que pertenecen a una misma empresa.

2. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:

Encuesta enviada por correo electrónico, con aplicación de cuestionario estructurado.

3. TAMAÑO DE LA MUESTRA Y ERROR DE MUESTREO:

El porcentaje de respuestas válidas sobre el total de encuestados fue del 22%, correspondiente a 71 cuestionarios, con un nivel de confianza del 95,5% y la hipótesis más desfavorable ($p=q=50\%$) tienen un error máximo de muestreo del 10,7%.

4. RECOGIDA DE INFORMACIÓN:

Realizada por ACDE vía correo electrónico o manual (respuestas impresas), entre junio y agosto de 2010.

5. TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN:

DYANE Versión 3. “Diseño y análisis de encuestas de investigación social y de mercados”, Miguel Santesmases Mestre. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A.), 2005.

II. Equipo de Trabajo

ACDE

José María Simone
Carlos G. Garaventa
Comisión de RSE

FORÉTICA ARGENTINA

Cristian Pérez
José Augusto Fantasía

IAE

José Luis Gómez Egea

III. Cuestionario Utilizado

Bloque 1 - Gestión económica, social y ambientalmente responsable.

P. (1 a 5). Indique el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, referidas a su empresa.	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. La RSE es una obligación moral que establece que las empresas deben hacer lo correcto.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. La RSE es la forma que tienen las empresas para obtener "buena imagen pública".	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. La RSE otorga a las empresas "licencia para operar" (permiso tácito o explícito de gobiernos, comunidades y grupos de interés para hacer negocios).	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. La RSE es una herramienta de gestión integrada al modelo de negocios, que favorece la competitividad.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5. La RSE, como expresión de sustentabilidad, plantea el cumplimiento de objetivos económicos, sociales y ambientales.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Bloque 2 - Acciones y programas de RSE en su Empresa.

<p>P. 6. ¿Su empresa aplica formalmente algún sistema de gestión económica, social y ambientalmente responsable como iniciativas de RSE?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 7)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 8)</p> <p><input type="checkbox"/> 3. En estudio (Pasar a la pregunta 7)</p>	<p>P. 7. ¿Cuál?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Principios del Pacto Global</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ISO 14001</p> <p><input type="checkbox"/> 3. ISO 9001</p> <p><input type="checkbox"/> 4. SGE 21</p> <p><input type="checkbox"/> 5. AA 1000</p> <p><input type="checkbox"/> 6. OSHAS 18001</p> <p><input type="checkbox"/> 7. SA 8000</p> <p><input type="checkbox"/> 8. Indicadores GRI</p> <p><input type="checkbox"/> 9. Otro (indicar).....</p> <p><input type="checkbox"/> 10. NS/NC</p>
--	--

P. (8 a 16) ¿Cuál es su percepción respecto del grado de desarrollo de la gestión responsable en su empresa en relación a ...?

Grupos de interés	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
8. ... los empleados	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9. ... la comunidad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10. ... el medio ambiente	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11. ... los clientes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
12. ... los proveedores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
13. ... las organizaciones sindicales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
14. ... los accionistas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
15. ... las ONGs	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
16. ... las administraciones públicas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5



P (17 a 27) Cuál es el grado de desarrollo de la gestión responsable de su empresa con relación a los siguientes temas de RSE?

Temas de RSE - Sustentabilidad	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
17. Innovación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
18. Igualdad de oportunidades y diversidad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
19. Integración de la RSE en la gestión estratégica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
20. Comunicación y reporting	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
21. Buen Gobierno y medidas anticorrupción	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
22. Diálogo con stakeholders	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
23. Salud, seguridad y bienestar en el trabajo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
24. Acción social	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
25. Inversión socialmente responsable	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
26. Medio ambiente y cambio climático	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
27. Iniciativas de administración pública	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
28. Cadena de valor: espacio PYME	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Referencias P (17 a 28):

Innovación

- Productos, servicios o modelos de negocio innovadores y sustentables.

Igualdad de Oportunidades y Diversidad

- Respeto al principio de no discriminación por motivos de edad, género, discapacidad, origen racial o étnico, religión o convicciones u orientación sexual.
- Igualdad de oportunidades en el acceso al puesto de trabajo, formación, desarrollo profesional y retribución.
- Gestión de la diversidad

Integración de la RSE en la Gestión estratégica

- Alineamiento de las políticas y estrategias de RSE con los valores y objetivos de la empresa.
- Integrar la RSE de forma transversal, en todas las funciones de negocio.
- Implantación y auditoría de sistemas de gestión de la RSE.

Comunicación y reporting

- Desarrollo de mecanismos y herramientas de comunicación y reporting.

Buen Gobierno y Medidas anticorrupción

- Establecimiento de políticas, mecanismos y procedimientos que eviten cualquier forma de corrupción y específicamente la extorsión y cualquier tipo de soborno.
- Ajuste de los mecanismos de gobierno para implementar la RSE de forma efectiva.

Diálogo con stakeholders

- Compromiso y diálogo proactivo con todos los grupos de interés, tanto a nivel interno como externo.

Salud, Seguridad y Bienestar en el trabajo (Evaluación y mejora continua...)

- ...en las operaciones de la empresa
- ...a lo largo de toda la cadena de suministro
- ...en las comunidades donde opera.

Acción social

- Establecimiento de acciones con repercusión positiva en la comunidad.

ISR (Inversión Socialmente Responsable)

- Productos y estrategias de inversión socialmente responsable:
 - > Fondos de inversión ISR
 - > Productos dirigidos a inclusión financiera.
- Integración de criterios ISR en la gestión tradicional.

Medio Ambiente y Cambio Climático

- Diseño ecológico de todos los procesos y productos en todos sus ciclos de vida.
- Ecoeficiencia para reducir, reciclar y reutilizar los recursos materiales y minimizar los residuos.
- Inversión en la utilización de energías renovables y alternativas, así como reducir emisiones y preservar la biodiversidad.
- Estrategias de reducción y compensación de CO2.
- Investigación y desarrollo en tecnologías limpias.

Iniciativas de administraciones públicas

- Iniciativas de las administraciones públicas - Estado Nacional, Provincial o Municipal - que promuevan la RSE en su entorno o integren la responsabilidad social en su propia gestión.

Cadena de valor: espacio PYME

- Desarrollo de soluciones de RSE innovadoras, específicas para las PYMES de la cadena de valor.



P (29 a 37). En las actividades de RSE que desarrolla su empresa. ¿Qué importancia tienen objetivos relacionados con...?

	1. Nada importante	2. Poco importante	3. Bastante importante	4. Muy importante
29. Educación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Medio Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Alimentación y nutrición	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.. Reducción del desempleo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Promoción de micro emprendimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Negocios en la base de la pirámide	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Competitividad y rentabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Otros objetivos (especificar).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

P (38 a 46). ¿Existen acciones concretas de RSE asociadas a las siguientes áreas en su empresa?

	1. Si, existen	2. No existen, pero está previsto implementarlas en los 12 próximos meses	3. No existen, pero está previsto implementarlas a más largo plazo	4. No existen, ni tenemos previsto implementarlas
38. Unidades estratégicas de Negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Recursos Humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Comercialización o marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Finanzas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Sistemas para Información y Control	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Auditoria Interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. NS/NC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. SI 2. NO 3.NS/NC

P. 47. ¿Ha adherido su empresa al PACTO GLOBAL?

P. 48 ¿Cuenta su empresa con presupuesto asignado a acciones de RSE?

1. Si (Pasar a la pregunta 49)
 2. No (Pasar a la pregunta 50)
 3. Ns/Nc (Pasar a la pregunta 50)

P. 49. Respecto del año anterior, el presupuesto:

1. Se eliminó
 2. Se redujo
 3. Se mantuvo igual
 4. Se incrementó
 5. NS/NC



Bloque 3 - RSE en nuestro contexto

<p>P. 50. ¿En qué medida considera su empresa que las acciones de RSE pueden ayudarla a gestionar sus negocios en el contexto actual?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Nada <input type="checkbox"/> 2. Algo <input type="checkbox"/> 3. Bastante <input type="checkbox"/> 4. Mucho <input type="checkbox"/> 5. NS/NC</p>	<p>P. 51. ¿Qué aspecto será prioritario en las acciones de RSE que lleven a cabo las empresas en los próximos años? (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Acción Social <input type="checkbox"/> 2. Medio Ambiente <input type="checkbox"/> 3. Comunicación <input type="checkbox"/> 4. RSE incorporada a la estrategia de los negocios <input type="checkbox"/> 5. NS/NC</p>	<p>P. 52. En el contexto actual, los grupos de interés: (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Son permisivos con las empresas <input type="checkbox"/> 2. Ejercen una mayor presión <input type="checkbox"/> 3. Se mantienen al margen de la situación <input type="checkbox"/> 4. Buscan soluciones conjuntas <input type="checkbox"/> 5. NS/NC</p>
<p>P. 53. En el contexto actual ¿Cómo impactan las acciones de RSE en las empresas? (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Perjudican la competitividad <input type="checkbox"/> 2. Mejoran la competitividad <input type="checkbox"/> 3. Benefician la imagen de la empresa <input type="checkbox"/> 4. Disminuyen la presencia de conflictos <input type="checkbox"/> 5. Facilitan la gestión de riesgos <input type="checkbox"/> 6. No tienen impacto <input type="checkbox"/> 7. NS/NC</p>		

Bloque 4 – Situación de crisis económica y RSE.

<p>P. 54. ¿En qué medida impacta la crisis en las acciones de RSE de las empresas? (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Nada <input type="checkbox"/> 2. Algo <input type="checkbox"/> 3. Bastante <input type="checkbox"/> 4. Mucho <input type="checkbox"/> 5. NS/NC</p>	<p>P. 55. ¿Cómo consecuencia de la crisis, cuál considera que es la tendencia en la gestión socialmente responsable en las empresas? (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Recorte de acciones <input type="checkbox"/> 2. Mayor presencia en acciones relacionadas con la ayuda social. <input type="checkbox"/> 3. Impulso a programas de contención y ayuda frente a la pérdida de empleo <input type="checkbox"/> 4. Promover el uso racional de los recursos <input type="checkbox"/> 5. Incorporación de RSE en el planeamiento estratégico del negocio <input type="checkbox"/> 6. NS/NC</p>	<p>P. 56. ¿Que área en su empresa tendrá mayores oportunidades para promover acciones de RSE en contextos de crisis? (Marque una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Unidades estratégicas de negocios <input type="checkbox"/> 2. Finanzas <input type="checkbox"/> 3. Recursos Humanos <input type="checkbox"/> 4. Marketing <input type="checkbox"/> 5. Producción <input type="checkbox"/> 6. Compras <input type="checkbox"/> 7. Comunicación <input type="checkbox"/> 8. Todas por igual <input type="checkbox"/> 9. Ninguna <input type="checkbox"/> 10. NS/NC</p>
---	--	--

Bloque 5 - El rol del Estado en la RSE

<p>P. 57. ¿Cuál debería ser el papel del Estado respecto a temas de RSE?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Regulador <input type="checkbox"/> 2. Promotor <input type="checkbox"/> 3. Neutral <input type="checkbox"/> 4. NS/NC</p>	<p>P. 58. ¿Qué grado de importancia tendrán los temas de RSE en la agenda pública?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Ninguna <input type="checkbox"/> 2. Poca <input type="checkbox"/> 3. Bastante <input type="checkbox"/> 4. Mucha <input type="checkbox"/> 5. NS/NC</p>	<p>P. 59. La situación de crisis crea condiciones que impulsan la promulgación de leyes relacionadas con la obligatoriedad de la publicación del Reporte Social por parte de las empresas (Indique grado de acuerdo o desacuerdo)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> 2. En desacuerdo <input type="checkbox"/> 3. Ni acuerdo ni desacuerdo <input type="checkbox"/> 4. De acuerdo <input type="checkbox"/> 5. Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/> 6. NS/NC</p>
---	---	--



Bloque 6 – Información sobre su empresa

ORGANIZACIÓN DE “RSE”

P.60. En su empresa, ¿la gestión de RSE está a cargo de profesionales especialistas en el tema?

- 1. SI
- 2. NO
- 3. NS/NC

1. SI 2. NO 3.NS/NC

P.61 ¿Tiene su empresa un departamento o persona a cargo del área de RSE?

P.62 Para el caso de respuesta SI a la pregunta 61: ¿Cómo se denomina esa función en la organización?

.....

P.63 ¿De quién depende el responsable de RSE?

- 1. Del Directorio
- 2. De la Gerencia General
- 3. Del área de Relaciones Institucionales
- 4. Del área de Recursos Humanos
- 5. De otra área (especificar) _____

P.64. ¿Tiene su empresa una expresa declaración de Principios y Valores por medio de un Código de Conducta o documento similar?

- 1. SI
- 2. NO
- 3. NS/NC

1. SI 2. NO 3.NS/NC

P.65 ¿Tiene su empresa un Comité de Ética o de RSE?

P.66 ¿Su empresa publica periódicamente Reporte de Sustentabilidad o similar?

<p>P. 67. Acerca de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Gran empresa internacional <input type="checkbox"/> 2. Gran empresa nacional <input type="checkbox"/> 3. Pyme 	<p>P. 68. Indicar el sector al que pertenece</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1. Industria y minería <input type="checkbox"/> 2. Comercio <input type="checkbox"/> 3. Servicios <input type="checkbox"/> 4. Financiero <input type="checkbox"/> 5. Agropecuario <input type="checkbox"/> 5. Otros (indicar).....
---	---

(De respuesta opcional)

Empresa:

Nombre y apellido:

IV. Referencias

Documento “La rentabilidad de los valores”. http://www.acde.org.ar/doc/rentabilidad_valores_uniapac.pdf

Norma SGE21: 2008. <http://www.sge21.foretica.es> (Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable)

Documento de correlación Norma SGE21 – Guía ISO 26000.

www.acde.org.ar

www.foretica.org.ar

www.iae.edu.ar