

EN EL CAMINO  
HACIA LA  
SUSTENTABILIDAD

Responsabilidad Social Empresaria

10 años de  
**RSE**  
en Argentina

Comunica **RSE**

EN EL CAMINO  
HACIA LA SUSTENTABILIDAD





## **06. INTRODUCCIÓN**

- 7. Pros y Contras:
- 7. La mirada de Alberto Willi
- 9. La mirada de Carlos March

## **13. CAPÍTULO 1: LOS DESTACADOS DE LA DÉCADA**

- 14. Evolución del concepto: de la RSE a la Sustentabilidad.
- 15. Evolución de los modelos de gestión de la RSE
- 16. Las iniciativas que marcaron la década
- 18. Las Conferencias de RSE de la década
- 20. Las Instituciones que marcaron la década
- 26. Las publicaciones que marcaron la década
- 29. Los Personajes de la década
- 32. Los Reportes de RSE de la década
- 34. Los Premios de la década

## **38. RECORRIDO HISTÓRICO DE LA RSE**

## **43. CAPÍTULO 2: ENCUESTA A LÍDERES DE OPINIÓN**

- 44. Objetivos
- 44. Metodología
- 46. Resultados
- 58. Conclusiones

EQUIPO DE  
INVESTIGACIÓN

Pablo Leidi  
Alejandro Langlois  
María Julia Arana Sema

# INTRODUCCIÓN

“Diez años de RSE en Argentina” es una investigación que intenta reflejar el Estado del Arte de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y la Sustentabilidad en nuestro país durante el período que abarca desde el año 2002 hasta 2012.

Esta franja de tiempo, tal vez en la que la RSE tuvo su mayor desarrollo, coincide con los primeros diez años de trabajo periodístico de *ComunicaRSE*, el primer medio de comunicación especializado en RSE de habla hispana.

En esta década han sucedido importantes acontecimientos que influenciaron la manera de hacer negocios en todo el mundo: desde líderes empresarios que marcaron un camino a seguir; pasando por el nacimiento de diferentes organizaciones e iniciativas que incidieron en la gestión de las compañías; hasta libros que cambiaron los paradigmas para entender la realidad empresarial; todos ellos dejaron su huella y quisimos poder reflejarlos en nuestra nueva investigación.

Para darle un marco introductorio y reflexivo invitamos a dos reconocidos intelectuales del ámbito académico y social, referentes en Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y Sustentabilidad, como son Alberto Willi, docente e investigador del IAE de la Universidad Austral y Carlos March (Fundación AVINA), para que nos dieran su mirada sobre los logros alcanzados y los desafíos que todavía quedan pendientes.

Para alcanzar el objetivo de caracterizar una década de RSE con el equilibrio que la temática reclama, este trabajo ha recurrido a dos herramientas: un relevamiento periodístico y una encuesta a líderes de opinión.

La primera sección de la investigación incluye un recorrido a través de los temas que han dejado su impronta en estos 10 años que mostrará la evolución del concepto desde la RSE hacia la Sustentabilidad; los avances en los modelos de gestión; las organizaciones e iniciativas que impulsaron la temática, premios, reportes y personalidades que marcaron estos años; las principales conferencias e instituciones; hasta las publicaciones que fueron de lectura obligada.

En su segunda parte, el trabajo presenta los resultados de una encuesta realizada entre más de 100 líderes de opinión de Argentina de los sectores empresarios, sociales, académicos, gubernamentales y periodísticos. Estos líderes de opinión analizaron y evaluaron la evolución de la RSE durante la última década, lo que permite identificar “el debe y el haber” del período. Además, se traza una mirada prospectiva que anticipa cuál será la agenda futura de la sustentabilidad.

## PROS Y CONTRAS

# LA MIRADA DE ALBERTO WILLI

### HAY UNA TENDENCIA, PERO, ¿HACIA DÓNDE VAMOS?

Alberto Willi (\*)

Profesor IAE BS, Universidad Austral

Estamos frente a un nuevo estudio de ComunicaRSE, siempre muy representativo y sólido metodológicamente, e intentando empujar a la comunidad de RSE (incluyo a Sustentabilidad) de la Argentina a hacerse mejores preguntas. En esta breve introducción me gustaría compartir las ideas que me hicieron eco al leer los resultados del estudio sin intentar ser repetitivo de algo que van a poder leer e interpretar Uds. mismos.

#### ¿QUÉ TENEMOS, QUÉ HICIMOS, QUIÉNES LO HICIERON?

Claramente la RSE ha evolucionado, de hecho ahora preferimos llamarla Sustentabilidad, y mucho de esta evolución tiene que ver con una búsqueda, ya que dada la dinámica y pensando en los nombres, considero que así como la RSE en su palabra social tenía un tinte de acción con la comunidad (más del tipo filantrópico) la palabra sustentabilidad tiene un tinte medio ambiental en su significado, variable que hoy es la que nos aprieta más el zapato por su urgencia. Igualmente, creo que la RSE o Sustentabilidad hay que pensarla como una realidad en movimiento, que en su dinamismo se renombra y toma distintas formas. Como escribía anteriormente me parece que esto no representa una debilidad sino una fortaleza en la medida que la búsqueda sea sincera. Las empresas están empezando a tomar estos temas más seriamente, como muestra el estudio se tiende hacia Gerencias o Comités de RSE, se confeccionan informes de Sustentabilidad, se reporta con indicadores (GRI), y la ISO 26000 parece presentarse como el modelo a seguir. En este mismo sentido, el trabajo con el público interno está siendo cada vez más tenido

en cuenta, lo que está generando una transferencia de la RSE de fuera hacia dentro (no excluyente), y nos habla de una RSE más profesional, que está pasando de lo intuitivo filantrópico a lo gestionado estratégico. En esta línea está relacionado el aspiracional de trabajar cada vez con las cadenas de valor, integrando estas temáticas a la actividad principal.

Esta tendencia, esta profesionalización, es de las empresas líderes (y en general grandes) en estas prácticas; sin embargo hay muchas empresas (sobre todo Pymes) que recién ahora se están sumando, pero que cuando se sumen encontrarán un camino ya recorrido, un camino con tierra ya trabajada y que con menos esfuerzo podrán hacer más y mejor. Creo que esto también es marcar una tendencia, siempre hay pioneros que abren el camino; y por esta razón es tan importante entender la tendencia de los pioneros, ya que condicionan mucho a los futuros seguidores.

#### ¿POR QUÉ LO HACEMOS? CAUSAS Y CONSECUENCIAS

La reputación, que según el estudio es el gran impulsor de las prácticas de RSE, es una causa o una consecuencia. Creo que detrás de esta distinción, que puede parecer menor, hay un debate que todavía no hemos dado dentro de la comunidad de RSE (o aunque sea no la damos públicamente): dónde se arraigan las prácticas de RSE dentro de las compañías, en la misma búsqueda de maximización de utilidades en el corto plazo con otro rostro, y la reputación se presenta como un buen "argumento de venta" interno, o realmente estamos haciendo las cosas distintas, mostrando otro modo de ser empresas (como lo "vendemos" para afuera). Este punto también habla de un cierto escepticismo, porque los que respondieron la encuesta lo hicieron percibiendo que las empresas se mueven por ese impulsor, más allá de lo que ellos piensen. Este resultado está relacionado con el que plantea que comunicamos más de lo que hacemos y que el nivel de

(\*) Alberto Willi es profesor del área Empresa, Sociedad y Economía y Director de la Dirección de Formación Humanística del IAE BS, Universidad Austral. Así mismo, dicta clases en el área Comportamiento Humano en la Organización de dicha escuela.

correspondencia entre lo reportado y lo real es medio. Creo que en estos últimos puntos radica una de las grandes deudas pendientes, y mi impresión es que si nos dedicamos más a hacer bien las cosas, a gestionar todavía mejor, y nos olvidamos un poco de comunicar (no digo no comunicar), nuestra reputación e imagen crecería, no por arte de magia, sino porque la reputación es una consecuencia por naturaleza, y toda consecuencia busca desesperadamente una causa, démosle a esta “consecuencia de la reputación” una buena causa.

Finalmente, considero que estos temas bien analizados y debatidos nos deben llevar a preguntarnos por el rol de la empresa en la sociedad, por la razón de ser de la empresa, y sobre todo por sus fines. En este sentido resulta paradigmático que cada vez más se discute sobre las B Corporations y las empresas sociales, nuevas formas de ser empresas, justo cuando la RSE está en auge. Me pregunto, ¿qué está cambiando la RSE dentro de las empresas?, ¿pueden los distintos actores percibir un cambio real en las empresas?

## **HACIA DÓNDE VAMOS**

La discusión sobre el papel del Estado en estos temas va a marcar la dirección: qué rol tiene, qué rol queremos que tenga, que rol debiera tener. Considero que estas son preguntas que nos podríamos hacer, porque del estudio se deduce que el Estado tuvo/tiene una actitud tardía y pasiva, pero a la vez la gran mayoría no quiere que regule estas temáticas. Igualmente, con secretarías, premios y algunos proyectos, los gobiernos están empezando a pensar en estos temas, y creo que el debate, el diálogo y el largo plazo deben primar sobre la espontánea reacción de no querer que el Estado regule estas temáticas. Que el Estado se involucre en la RSE de manera consensuada y pensada, va a ser un buen indicador de cómo va a ser la RSE del futuro, y de si realmente estamos pensando en el largo plazo.

Como plantea el estudio, la sustentabilidad va estar cada vez más en la agenda del futuro, pero el futuro se construye con las acciones del día a día, y sobre todo con actitudes y conocimientos distintos. Por ejemplo, hay un “saber popular” (ratificado por el estudio) que plantea que la RSE debe ser impulsada de arriba hacia abajo en las organizaciones -el famoso compromiso de la alta dirección, pero creo que estas temáticas son buenas para plantear proceso de abajo hacia arriba, donde se puedan romper las barreras de las empresas hacia adentro y que el aire corra en distintas direcciones. Mi sensación es que hay que animarse a pensar las cosas de una manera distinta, y qué mejor que nuevas temáticas para pensar de una nueva manera.

Finalmente, como el que invita es un medio de comunicación, una pequeña reflexión al respecto. En la investigación se ve reflejado que hay una gran diferencia entre los medios masivos, o generalistas, que por definición no pueden ir en profundidad y tienen una mirada superficial de estas temáticas, y que suelen desviarse por el costado filantrópico/solidario. En cambio, hay una clara diferencia con los medios especializados que buscan la profesionalización de estos temas, y la difusión de buenas prácticas para contagiar y levantar la vara del ambiente. Considero que los medios especializados deben tener una tarea de formación o de mostrarse más como fuentes de información para los medios masivos. En esta línea los medios de comunicación especializados e institutos han tenido un rol de sensibilización de estos temas que ha sido muy importante en el desarrollo de la RSE en estos últimos diez años.

## PROS Y CONTRAS

# LA MIRADA DE CARLOS MARCH

### EL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO MARCO DEL PODER

Carlos March (\*)

Director programático de la Fundación AVINA

ComunicaRSE en su décimo aniversario puede darse el lujo de celebrar dos cualidades distintivas que muchos espacios pierden en mucho menos tiempo: la coherencia y la innovación. Coherencia porque desde su nacimiento tuvo claro que su rol no era difundir información sino aportar conocimiento y luego de diez años, la consistencia entre lo proclamado y lo publicado está a la vista de todos. Innovación porque además de hurgar en los esquemas tradicionales de la responsabilidad social, encarnó un espíritu interpelante del cual brotan nuevas ideas, pensamientos y reflexiones para enriquecer y optimizar las agendas empresariales.

ComunicaRSE celebra la innovación hasta en el día de su cumpleaños, pues resulta verdaderamente original que sea el que festeja quien nos ofrece un regalo: una nueva encuesta que aporta datos significativos para pensar los desafíos inmediatos.

La conclusión general que surge del trabajo ubica a la responsabilidad social empresaria en Argentina en una meseta que le plantea a las empresas un contundente desafío: ¿nos encontramos frente al techo de lo que se puede hacer o esa meseta establece el piso de lo que resta por hacerse? Daría la sensación, por la interpretación que puede derivarse de los resultados de la encuesta que se comenta a continuación (el 69% considera el nivel de desarrollo de la temática en el país como intermedio y el 30% como inicial), que de no aprovechar el punto de inflexión para plantear nuevas estrategias de impacto social desde lo que se entiende por RSE, se corre el

riesgo de que la inversión social se convierta en asistencialismo —mezcla de asistencia con cinismo—privatizado y que el voluntariado corporativo se transforme en mano de obra barata o gratuita de programas sociales frente a la falta de innovación, escala y profundidad del rol social de la empresa.

La encuesta señala que sustentabilidad, casi con el 70%, es la mejor forma de denominar el desempeño responsable de la empresa. El concepto de RSE, tal vez por limitado, tal vez por bastardeado, ha sido elegido sólo por el 10% de los encuestados. Esta preferencia crea las condiciones para poner al desarrollo sustentable frente a la prueba ácida que lo ubicará en su verdadera dimensión: ser considerado en los espacios de poder. Hasta el momento, daría la impresión que las acciones que se derivan del desarrollo sustentable surgen de una agenda estrictamente social y sus impactos mitigan situaciones de vulnerabilidad o

crean oportunidades en marcos de exclusión, pero no están relacionadas a la estrategia económica, productiva y comercial ni se definen en los escritorios de los directorios, accionistas o dueños, dado que los recursos destinados a la inversión social son insignificantes en los presupuestos e inocuos para elevar los estándares de “licencia social” del mercado. De hecho, el 56% de los encuestados consideró que la principal barrera para el desarrollo de la RSE es la falta de compromiso de la alta dirección. Quienes eligen superarse en el desarrollo sustentable tienen la oportunidad de demostrar que no lo hacen por mera retórica, sino porque desean encarar el desafío de convertir a la teoría en la práctica rectora de la actividad empresaria, que defina las formas de acumulación de ganancia privada luego de construir riqueza social, donde la empresa produzca bienes útiles, comunes o públicos que justifiquen el impacto ambiental que ocasionan y que la empresa opere como una usina

(\*) Carlos March coordina el programa latinoamericano de Incidencia Pública de la Fundación Avina.

Es secretario general de la Confederación de la Sociedad Civil.

Fue director ejecutivo de Poder Ciudadano durante 2000-2005.

Es autor del libro “Dignidad para todos.”

de inclusión social, promoción de acceso equitativo a las oportunidades y sea protagonista de la construcción de comunidades donde se viva con calidad.

El segundo dato que indica que la meseta no es techo de la RSE construida sino piso de la sustentabilidad que se debe alcanzar, es la comprobación de que el modelo de gestión de responsabilidad social no resulta eficiente desde estructuras colaterales a la empresa –sólo el 5% prefirió fundaciones empresarias-, sino que deben generarse espacios enquistados en su propia estructura, como lo son las gerencias de RSE (57% de preferencias según la encuesta) y los comités de RSE (26%). Esta concepción, si bien es un paso importante para acercar la inversión social al centro del negocio, claramente no es suficiente por lo planteado en el análisis del dato precedente. La permeabilidad de la RSE en la dirección de la empresa no se logrará construyendo estructuras que están presentes en el organigrama pero son autistas en su funcionamiento, sino constituyendo un equipo con capacidad de articular los recursos tangibles e intangibles de la empresa de manera plena e integral en toda la estructura y con todo el plantel de recursos humanos. Una cosa es mostrar que una empresa hace inversión social y otra bien distinta demostrar que la inversión de una empresa es social.

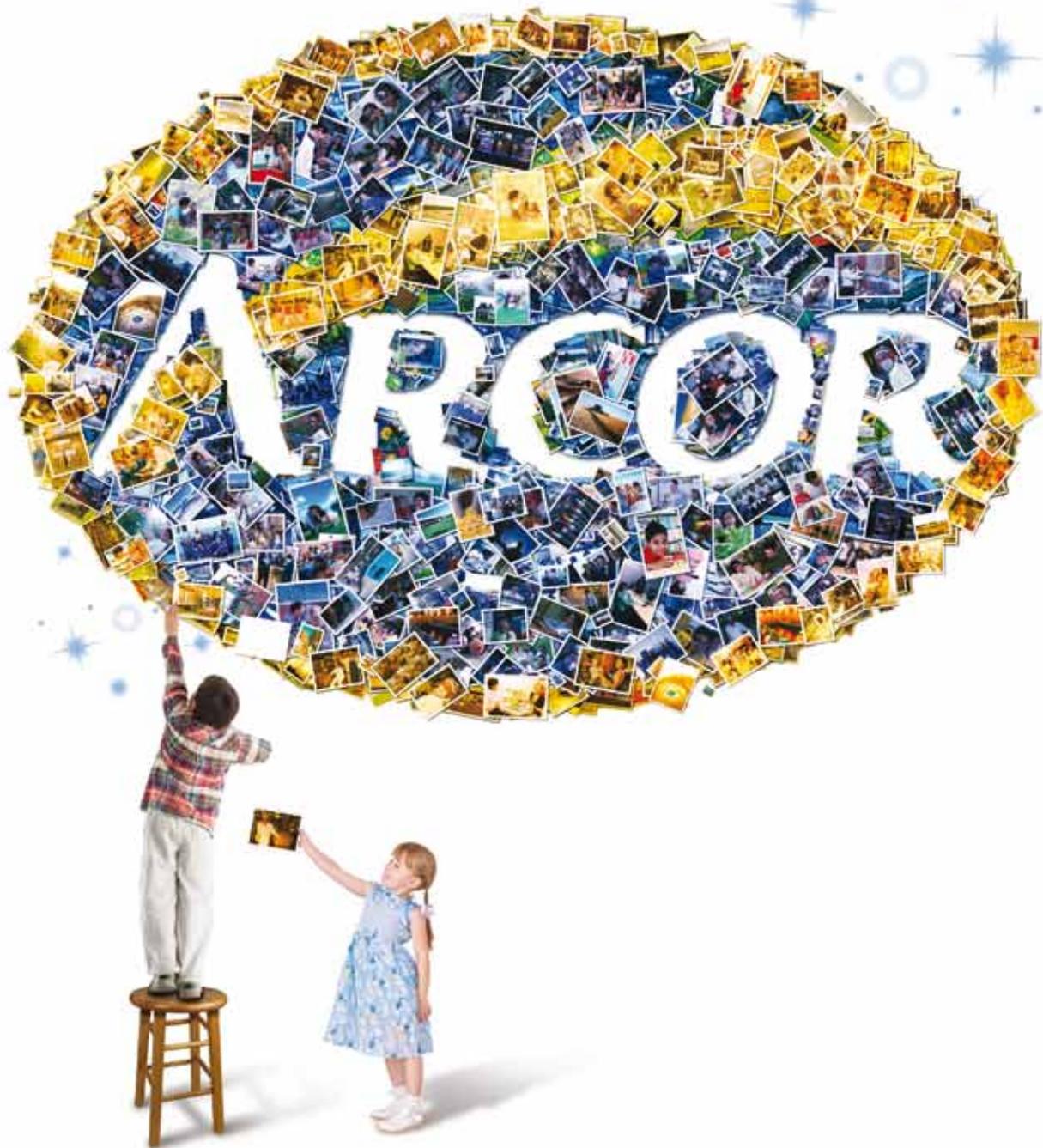
Otro dato interesante del trabajo pasa por las motivaciones de las empresas para impulsar la RSE, donde se destaca la reputación al tope de las opciones con 4,3 sobre 5 como puntuación más alta. Este dato ofrece una doble lectura. Una puesta en la estrategia de la empresa de complementar su inserción en el mercado con la necesidad de reconocimiento por parte de la sociedad, que vaya más allá del conocimiento de marca por parte de los consumidores ampliándolo a una valoración del compromiso asumido con los ciudadanos y la comunidad. La otra lectura posible pasa por interpretar que los consumidores valoran a las empresas que asumen acciones vinculadas al desarrollo sustentable y la inversión social, elevando los estándares de exigencia para fidelizarse a productos y servicios. Las acciones de marketing que posicionan buenas marcas ya no alcanzan para disimular malas prácticas de la empresa.

Sirvan estos datos compartidos para plantear los desafíos que enfrenta la RSE en el país. Fruto de esta misma encuesta, el 52% de los consultados sostiene que no es necesario un marco legal para la promoción de la RSE. En este aspecto me permito disentir con la mayoría, pues considero que una normativa adecuada motivaría no sólo a las empresas a profundizar sus estrategias de desarrollo sustentable, sino que también obligaría al estado a impulsar políticas públicas mucho más proactivas, que lo saquen de la actitud pasiva o reactiva en el que se encuentra, según se evaluó en la consulta. Otro aliado importante para la promoción de la RSE son los medios de comunicación, que de acuerdo a la encuesta, son percibidos como promotores (por un 30%) pero con un superficial tratamiento del tema (40%) y con presencia escasa (77%) en los espacios mediáticos de la agenda de RSE. La prensa

tiene también interesantes desafíos para llevar adelante si desea convertirse en un canal relevante de formación de opinión y de difusión de conocimiento sobre el desarrollo sostenible en Argentina.

ComunicarRSE entrega una vez más, a través de una encuesta de percepción, datos y elementos que interpelan a la agenda de RSE y las empresas, ofreciéndose como medio para promover el intercambio inteligente y constructivo, pero también se recrea como fin para una de las causas más desafiantes de la agenda social: colaborar en establecer el desarrollo sustentable como paradigma del mercado, como políticas públicas del estado y como marco rector de los centros de poder y de los tomadores de decisiones.

*Construyendo un futuro para todos*



### **Trabajamos para crear un mundo más sustentable**

- Contamos con un plantel de 20.000 colaboradores.
- Poseemos 40 plantas industriales en Latinoamérica y 13 oficinas en América, Europa, Asia y África.
- Llegamos con nuestros productos a más de 120 países de los 5 continentes.
- Promovemos trabajo para más de 12.700 PyMEs contratadas como proveedores.
- Durante 2011 destinamos más de 23 millones de pesos a la inversión social.
- Certificamos la gestión ambiental según ISO 14001, en 31 plantas industriales.



*Momentos Mágicos*



1

# LOS DESTACADOS DE LA DÉCADA

# EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO: DE LA RSE A LA SUSTENTABILIDAD

El concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ha sufrido muchas mutaciones a lo largo de la década, hasta consolidarse en el término hoy más ampliamente aceptado que es el de sustentabilidad.

Su genealogía se inicia con la fundacional “Filantropía empresaria” de la que se comenzó a hablar a principios del Siglo XX, asociada a la irrupción de las fundaciones empresarias impulsadas por grandes millonarios estadounidenses.

Se supone que fue en la década de 1960 cuando irrumpió el concepto de Responsabilidad Social, asociado a empresas y empresarios, tal cual lo conocemos ahora y que fue el que se impuso durante varios años.

Contemporáneo a la RSE (tal vez más aceptado en Europa) en Estados Unidos se acuñó el término “Ciudadanía Corporativa” que por varios años utilizaron las empresas de dicho país. Consideraba a la empresa como un ciudadano más, con sus mismos derechos y deberes. Finalmente, quedó supeditado al más abarcador Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La RSC tuvo enseguida sus objetores que la consideraban excluyente del universo PYME.

Otras denominaciones conexas a la RSE como Marketing Con Causa o Marketing Social encontraron su propio lugar, fuera del universo de la responsabilidad social o desaparecieron de la consideración pública.

Lenta pero constantemente, en un proceso que se inició en 1987 con el Informe “Nuestro Futuro Común”, el Desarrollo Sostenible y su correlato denominado Sustentabilidad empezaron a ganar preeminencia sobre la RSE. Hay quienes atribuyen la necesidad de ese reemplazo a que la comunidad y el mundo de los negocios nunca se sintieron cómodos con la “S” de “Social” de la “RSE”. Otros, en cambio, apuntan que la RSE había llegado a un punto de saturación y que “Sustentabilidad”, con su mayor nivel de profundidad y alcance le daba la oportunidad de reinventarse, aportando de manera más determinante la dimensión ambiental.

Así, lo “social” de la RSE quedó bajo el paraguas de la “inversión social privada” o las “relaciones con la comunidad” como un componente más de una estrategia de RSE, pero lejos de ser su centro, como en algún otro tiempo.

No obstante estas mutaciones, cierto es que hoy en 2012 la gran mayoría de los actores relevantes de la RSE coinciden en que el término Sustentabilidad es el más adecuado y el que terminará por imponerse en el mundo.

Desde 2002 hasta hoy se han publicado y difundido innumerables definiciones de RSE. De todas ellas, algunos de sus elementos inmutables han sido:

● **CONSIDERAR A LA RSE COMO ALGO VOLUNTARIO.**

● **CONSIDERAR A LA RSE UNA MANERA DE ADMINISTRAR LOS IMPACTOS DE LA EMPRESA**

● **ENFATIZAR SU DIMENSIÓN ÉTICA Y DE TRANSPARENCIA.**

● **INCORPORAR LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.**

Las definiciones más contemporáneas han añadido la dimensión de la integración de la RSE a través de toda la organización y su inserción en la estrategia. (1)

(1) Ver definición de la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social y actualización 2011 de la Nueva Política de RSC de la Unión Europea.

# EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE LA RSE

El debate en torno a cuál es el modelo de gestión de la RSE lleva años instalado en el mundo empresario. Desde las liminares fundaciones corporativas, hasta la contemporánea figura del Chief Sustainability Officer (CSO) mucho trecho se ha recorrido en cada empresa.

Una investigación (2) sobre el tema realizada por IDEA en 2003 mostró que la gestión de la RSE en las empresas resultó ser casi en forma unánime un asunto del área de relaciones externas e institucionales.

Más adelante, un estudio de la Universidad de San Andrés en 2005 relevó que el 25% de las empresas argentinas tenía una fundación a cargo de la RSE. (3)

En la investigación realizada por ComunicaRSE en 2008, que entrevistó a 63 empresas para develar cuáles eran las principales modalidades de gestión de la RSE, se desprendieron los siguientes resultados:

Algunas empresas pronto se sumaron a la tendencia de crear áreas y gerencias específicas de RSE. Una de las primeras fue la tabacalera Nobleza Piccardo que en 2002 creó la Gerencia de Responsabilidad Social Corporativa, a cargo de la realización de su, entonces denominado, "Balance Social".

Más tarde, cuando comenzó a oírse fuerte el discurso sobre la necesidad de integrar la RSE en el resto de la empresa para garantizarse una inserción estratégica que fuera más allá de lo filantrópico, se desató el surgimiento de los órganos colegiados más amplios y representativos bajo la forma de Comités de RSE, generalmente presididos por el CEO.

La implicación de la Alta Dirección de la compañía marca un diferencial importante a la hora de analizar la importancia que una empresa le asigna a la sustentabilidad. El nivel de compromiso de un CEO puede ser determinante en el poder de incidencia real que tenga un área de RSE dentro de una empresa.

A medida que la sustentabilidad fue cobrando mayor importancia dentro de las grandes empresas multinacionales, la figura del ejecutivo a cargo de la RSE también fue creciendo en relevancia y peso específico. Así fue que en 2004 irrumpió la figura del Chief Sustainability Officer, como un ejecutivo de alto nivel, reportando directo al CEO y a cargo de ser el ejecutante de la estrategia de sustentabilidad de la empresa dentro del propio negocio.

"Es más que un nombre. Pretende consolidar un concepto, una estructura, unas funciones y unas responsabilidades. Es un primer paso que permita asimilar esta función a otras ya consolidadas en las organizaciones", dijo un CSO en 2011. (5)

Aunque en el plano argentino, aún no se han impuesto esta denominación, sí se ha verificado el caso de algunas empresas (pocas, por cierto) que han jerarquizado su área de RSE transformando la gerencia en una Dirección o asignando el rol de responsable de RSE a un funcionario con nivel de Director.

ÁREA RESPONSABLE: DENTRO DE LAS EMPRESAS,

## 1. SOLO EL 27% DE LAS EMPRESAS TENÍA UN ÁREA DE GESTIÓN ESPECIALIZADA EN RSE, BAJO ESA DENOMINACIÓN.

CASI EL 60% ATENDÍA ESTOS TEMAS DESDE ÁREAS

## 2. VINCULADAS A LA COMUNICACIÓN O LAS RELACIONES INSTITUCIONALES.

DENTRO DEL ÁREA TRABAJAN ENTRE 3 Y 5

## 3. PERSONAS, LA MAYORÍA MUJERES Y CON FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS DE POSTGRADO EN LA MISMA TEMÁTICA.

EN CUANTO A SU ESTRUCTURA, LA TENDENCIA

## 4. MARCABA QUE EL ÁREA DE RSE SE CONVERTIRÍA EN UNA GERENCIA ESPECÍFICA.

(2) "La responsabilidad social empresarial en la Argentina. Tendencias y oportunidades," IDEA, 2003, Buenos Aires.

(3) Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial, Foro del Sector Social, Universidad de San Andrés y Fundación IRSA, Julio de 2005.

(5) Entrevista de ComunicaRSE a Alberto Andreu, CSO de Telefónica de España realizada en abril de 2011.

# LAS INICIATIVAS QUE MARCARON LA DÉCADA

## PACTO GLOBAL

El Pacto Global es una iniciativa a la que los participantes ingresan voluntariamente y que provee un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica de empresas comprometidas y creativas.

Fue lanzado en 1999 por el Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, y puesto en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en julio del año 2000.

Nació como un llamamiento a las empresas para que adoptasen nueve principios universales en los ámbitos de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente. A mediados de 2004, se creó un décimo principio de lucha contra la corrupción, apoyándose en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción. Además promueve la formulación anual de una Comunicación sobre el Progreso, que a partir de 2011 cuenta con un sistema de diferenciación según los niveles de avance que muestran las empresas.

En Argentina fue lanzado el 23 de abril del 2004 e institucionalizado a partir de la conformación en el año 2005 de un cuerpo de gobierno. A la fecha, son más de 370 las organizaciones que adhieren a los Principios del Pacto Global en Argentina.

En el mundo cuenta con más de 8 mil organizaciones participantes de 130 países.

 **MÁS INFORMACIÓN:**  
[WWW.PACTOGLOBAL.ORG.AR](http://WWW.PACTOGLOBAL.ORG.AR)



## GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Durante esta década se consolidó como la principal Guía de indicadores para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad. En 2010 su base de datos registró cerca de 1800 utilizando sus lineamientos, teniendo un 22% de crecimiento con respecto al año anterior.

Fue creada en 1997 por la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA).

Su primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Actualmente GRI está trabajando en el documento final de las directrices G4, con la cual afronta el reto de elaborar un nuevo estándar que asuma también el informe integrado y la gestión responsable de la cadena de suministro.

Además cuenta con suplementos sectoriales para los rubros de la construcción o Real Estate; del petróleo y el gas; los operadores de aeropuertos; los organizadores de eventos; los servicios financieros; los alimentos; las ONGs; los Medios; los metales y minerales; y las Centrales Eléctricas. En etapa piloto también se encuentran los suplementos para los sectores automotriz; logística y transporte; agencias públicas; telecomunicaciones; e industria textil.

Desde 2007 lleva a cabo el Premio GRI Readers' Choice Awards, en la que lectores de todo el mundo eligen los informes de sostenibilidad más completos y transparentes.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
**WWW.**  
**GLOBALREPORTING.**  
**ORG**



## ISO 26000

La Norma ISO 26000 es una "guía" no certificable de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés) que provee orientación para la adopción de buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social (RS). Nació como una solicitud del grupo interno de "Consumidores" de la ISO.

La aprobación de esta norma y su publicación en noviembre de 2010 fue el resultado del consenso internacional logrado por el voto de los representantes de los principales grupos de interés en materia de Responsabilidad Social, cuyo Borrador Final de Norma Internacional (FDIS) fue aprobado por 66 de los 71 países miembro.

Las 7 materias fundamentales fijadas por la ISO 26000 son: gobernanza organizacional, Derechos Humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas operacionales limpias, asuntos relacionados con los consumidores e implicación y desarrollo de la comunidad.

En nuestro país, IRAM ha coordinado desde 2005 la activa participación de la República Argentina en el proceso de estudio internacional de la nueva herramienta.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
**WWW.ISO.ORG**

## LINEAS DIRECTRICES DE LA OCDE

La OCDE (Organization for Economic Co-Operation and Development) propuso adoptar a los países miembro sus líneas Directrices dirigidas a empresas multinacionales el 21 de junio de 1976. En ellas se enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables.

La única obligación formal para los gobiernos que suscriban las Directrices es que deben establecer Puntos Nacionales de Contacto (PNC). En Argentina está ubicado en la Cancillería. El procedimiento de presentación de reclamaciones (generalmente ONGs y Sindicatos) ofrece un foro con respaldo gubernamental, lo que aumenta la implicación del gobierno en garantizar la responsabilidad empresarial. Esto no ocurre necesariamente cuando las empresas establecen sus propios códigos de conducta. La presunción de incumplimiento de las Directrices puede tener como resultado publicidad negativa para empresas y sus marcas.

En Argentina se han presentado 5 casos de los cuales 2 vinculados a temáticas laborales han sido clasificados como de resolución positiva.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
**WWW.OECD.ORG**

# LAS CONFERENCIAS DE RSE DE LA DÉCADA

## CUMBRES DE LA TIERRA

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), también conocida como la 'Cumbre de la Tierra', es un esfuerzo masivo por reconciliar el impacto de las actividades socio-económicas humanas en el medio ambiente y viceversa.

Se realizó por primera vez en Estocolmo en 1972, donde centró la atención internacional en temas medio ambientales, especialmente los relacionados con la degradación ambiental y la 'contaminación transfronteriza'.

En la Cumbre de 1992 de Río de Janeiro se reconoció internacionalmente el hecho de que la protección del medio ambiente y la administración de los recursos naturales deben integrarse en las cuestiones socio-económicas de pobreza y subdesarrollo. Esta idea ha sido recogida en la definición del término 'desarrollo sostenible' hecha por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (Comisión Brundtland) en 1987 como 'el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades'.

Con respecto a las Cumbres de la última década, las mismas han sido las siguientes:



### **CUMBRE DE JOHANNESBURGO:**

SE REALIZÓ EN EL AÑO 2002 Y PARTICIPARON ALREDEDOR DE 180 GOBIERNOS. SU PRINCIPAL OBJETIVO FUE RENOVAR EL COMPROMISO POLÍTICO ASUMIDO DIEZ AÑOS ATRÁS EN LA CUMBRE DE RÍO DE JANEIRO. SE ACORDÓ MANTENER LOS ESFUERZOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO SOSTENIBLE, MEJORAR LAS VIDAS DE LAS PERSONAS QUE VIVEN EN POBREZA Y REVERTIR LA CONTINUA DEGRADACIÓN DEL MEDIOAMBIENTE MUNDIAL.

**RIO+20:** TUVO LUGAR EN RÍO DE JANEIRO EN 2012. LAS CONVERSACIONES OFICIALES SE CENTRARON EN DOS TEMAS PRINCIPALES: CÓMO CONSTRUIR UNA ECONOMÍA ECOLÓGICA PARA LOGRAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y SACAR A LA GENTE DE LA POBREZA, Y CÓMO MEJORAR LA COORDINACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. SIN EMBARGO, PARECIÓ NO HABER DEJADO A NADIE CONTENTO. DESDE TODOS LOS SECTORES CALIFICARON COMO "LAVADO" AL DOCUMENTO FINAL ACORDADO POR LOS GOBIERNOS.

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.UNCSD2012.ORG](http://WWW.UNCSD2012.ORG)

# CSRAMéricas

## CSRAMÉRICAS

La Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa, desde 2010 conocida como CSRAMéricas- es organizada anualmente desde el año 2002 por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y diversos gobiernos locales.

Es el principal evento difusor sobre temas relacionados con prácticas empresariales responsables en América Latina y el Caribe y busca propiciar un espacio de debate y encuentro para la región.

Cada año CSRAMéricas reúne a alrededor de 1.000 participantes de empresas, gobiernos y organizaciones de la sociedad civil de más de 35 países y ha servido como una plataforma para intercambiar tendencias innovadoras y plantear enfoques prácticos para la competitividad empresarial.

La primera edición se realizó en Miami en 2002, en respuesta a un mandato de la III Cumbre de las Américas y fue co-organizado junto al Gobierno de Canadá. Luego siguieron Ciudad de Panamá en 2003, Ciudad de México en 2004, Santiago de Chile en 2005, Salvador de Brasil en 2006, Ciudad de Guatemala en 2007, Cartagena en 2008, Punta del Este en 2009, Asunción Paraguay en 2011, y en Quito en 2012.

Sólo en 2010 no hubo conferencia porque Trinidad y Tobago cambió de gobierno.

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.CSRAMERICAS.ORG](http://WWW.CSRAMERICAS.ORG)

## CONFERENCIAS DEL INSTITUTO ETHOS

Desde su primera edición en 1999, las Conferencias del Instituto Ethos han sido un hito importante para la RSE en la región. Ello se debe a la importancia que tiene Brasil en el continente y a la visión de vanguardia que posee la organización a la hora de encarar la temática. Desde 1999 hasta el año 2004 fueron todas Conferencias nacionales, mientras que a partir del año 2005 pasaron a tener el carácter de internacionales.

Los temas abordados por las diferentes Conferencias de Ethos son los siguientes: Responsabilidad Social de las Américas (1999); Procesos de Implementación de la Responsabilidad Social en las Empresas (2000) la cual incluyó el lanzamiento de los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial; Evaluando y Comunicando las Prácticas de Responsabilidad Social de las Empresas (2001); Gestión e Impacto Social (2002); Ética y Desarrollo Social (2003); Sostenibilidad de la Sociedad y de los Negocios (2004); Asociaciones para una Sociedad Sostenible (2005); El Papel de la Empresa Socialmente Responsable en una Sociedad Sostenible (2006); El Compromiso de las Empresas para una Sociedad Sostenible y Justa (2007); Mercado Socialmente Responsable: una Nueva Ética para el Desarrollo" y con la exposición "Ethos 10 Años (2008); Hacia una nueva economía global: La transformación de los individuos, las empresas y la sociedad (2009); El mundo bajo nueva dirección. Sustentabilidad: el nuevo contrato de la sociedad con el planeta (2010); Protagonistas de una nueva economía. Rumbo a Rio+20 (2011); y Empresa y Nueva Economía ¿Qué Cambia con Río+20? (2012).

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.ETHOS.ORG.BR](http://WWW.ETHOS.ORG.BR)

# LAS INSTITUCIONES QUE MARCARON LA DÉCADA

## EN EUROPA

### WBCSD

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, (World Business Council for Sustainable Development en inglés) es una coalición mundial dirigida por los consejeros delegados de unas 200 compañías, que se dedica exclusivamente a la empresa y el desarrollo sostenible. Fue creada en 1992 y su fundador es Stephan Schmidheiny.

Es el principal y más influyente "tanque de ideas" al que recurren para definir su estrategia en sustentabilidad las empresas multinacionales más grandes del mundo.

En 1992 acuñó por primera vez el término "Ecoeficiencia" en su publicación "Changing Course", el cual se basa en el concepto de crear más bienes y servicios utilizando menos recursos y creando menos basura y polución.

WBCSD cuenta con una red regional de 60 organizaciones aliadas llamadas Business Councils for Sustainable Development (BCSDs), las cuales están ubicadas en su mayoría en países en desarrollo. En América Latina, las organizaciones miembros son: CEADS (Argentina), CEDES (Bolivia), CEBDS (Brasil), Acción RSE (Chile), CECODES (Colombia), AED (Costa Rica), Bedrijven Platform Milieu (Curacao), CEMDES (Ecuador), CEDES (El Salvador), CentraRSE (Guatemala), CEHDES (Honduras), CESPEDES (México), UniRSE (Nicaragua), SumaRSE (Panamá), REDES (Paraguay), Perú 2021 (Perú), y DERES (Uruguay).

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.WBCSD.ORG](http://WWW.WBCSD.ORG)

### CSR EUROPE

Con sede en Bruselas, Bélgica, es la principal red de Europa para la responsabilidad social empresarial, y la más importante aliada de la Comisión Europea en asuntos de RSE. Está conformada por alrededor de 70 multinacionales y 27 organizaciones nacionales. Nació en el año 1995.

Entre sus objetivos se destacan el apoyar a las empresas en la construcción de una competitividad sostenible, proporcionando una plataforma para la innovación y el intercambio; y el reforzar el liderazgo mundial de Europa en materia de RSE mediante la participación de instituciones de la UE y una gama más amplia de los actores internacionales.

Se dedican a la elaboración de herramientas de gestión, y guías sobre la RSE en Europa, proporcionando información sobre su estado, las tendencias actuales y las prioridades en los distintos países europeos. Poseen una base de datos de las mejores prácticas de RSE. Recientemente han lanzado la plataforma Enterprise 2020 Vision, la cual se basa en la importancia de desarrollar modelos de negocio innovadores.

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.CSREUROPE.ORG](http://WWW.CSREUROPE.ORG)

### FORÉTICA

Es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España. Tiene un rol muy activo en distintos foros europeos de Responsabilidad Social.

Se creó en el año 1999 y actualmente son más de 140 organizaciones y más de 100 socios personales los que forman parte de la organización. En 2006 crearon su primera sede fuera de España, en Argentina.

De su actividad se destacan la Norma SGE 21 (Estándar de gestión ética y socialmente responsable y primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social); el CSR MarketPlace (mercado de la RSE); el Give & Gain Day (Semana internacional del Voluntariado Corporativo); y sus Publicaciones (Cuadernos, Informes, RESEARCH).

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.FORETICA.ORG](http://WWW.FORETICA.ORG)



### **BUSINESS IN THE COMMUNITY (BITC):**

Es una organización británica con sede en Londres que se dedica a la promoción de los negocios responsables a nivel local y global. Su presidente es el Príncipe de Gales (Charles). Cuenta con más de 830 compañías británicas miembro. Se creó en el año 1982.

Entre sus actividades se destacan la realización de evaluaciones comparativas a través de índices; y otorgan premios a las empresas que muestran innovación, creatividad y un compromiso sostenido con la responsabilidad corporativa.

Son los impulsores de la CSR360 Global Partner Network, una red de organizaciones independientes que trabajan en el enlace negocio-sociedad para accionar el negocio hacia el bienestar. La red ofrece una infraestructura de experiencia y apoyo local a través de las cuales las compañías y los miembros pueden implementar campañas y programas exitosos. El principal objetivo es promover la Ciudadanía Corporativa, la inversión social corporativa, y ampliar la agenda de la Responsabilidad Social Corporativa.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
[WWW.BITC.ORG.UK](http://WWW.BITC.ORG.UK)

### **ACCOUNTABILITY:**

Es la organización de referencia en metodologías de diálogo con los Grupos de Interés. Desde 1995 ayuda a empresas, ONG's y gobiernos a incorporar la ética, el medioambiente, lo social y el gobierno responsable en sus instituciones. Posee oficinas en Londres, Nueva York, Washington, DC, Sao Paulo, Johannesburgo, y Dubai.

Es la creadora de la norma de aseguramiento AA1000, la primera iniciativa que ofrece un estándar sin derechos de propiedad y de libre acceso que cubre completamente los aspectos relacionados con el informe público de la sostenibilidad y los resultados de una organización.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
[WWW.ACCOUNTABILITY.ORG](http://WWW.ACCOUNTABILITY.ORG)

## **EN EEUU**

### **BSR**

Business for Social Responsibility (BSR) es el principal "tanque de ideas" de RSE de los Estados Unidos. Tiene su sede en San Francisco, Estados Unidos. Cuenta con una red de trabajo alrededor del mundo conformada por casi 300 compañías. Están cumpliendo 20 años de existencia (se creó en 1992).

Su accionar se basa en cuatro temas: medio ambiente, derechos humanos, desarrollo económico y gobernabilidad, y rendición de cuentas.

Su conferencia anual permite medir el pulso del estado de la RSE en dicho país.

**@ MÁS INFORMACIÓN:**  
[WWW.BSR.ORG](http://WWW.BSR.ORG)

## EN AMÉRICA LATINA

### INSTITUTO ETHOS

Es una organización sin fines de lucro con sede en São Paulo, Brasil. Su origen data en 1998. Tiene la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a administrar sus negocios en forma socialmente responsable, volviéndolas aliadas en la construcción de una sociedad sostenible y justa.

En el año 2000 ETHOS lanzó un marco de indicadores de RSE que sirvieron de modelo para otras organizaciones en Latinoamérica. Más tarde, como consecuencia de diferentes experiencias regionales surgieron los Indicadores de RSE del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE) que tiene como objetivo la utilización de un único patrón de indicadores para todos los países de América Latina que forman parte del PLARSE.

En 2010 presentó una nueva prioridad estratégica que cambió el foco desde “cambiar la gestión empresarial” hacia “desarrollar la economía sustentable a través de políticas públicas y acciones empresariales voluntarias”. La nueva visión hace hincapié en la necesidad de una nueva economía verde, inclusiva y responsable para los próximos 10 años.

Tuvieron un rol destacado en la definición de la agenda empresarial en Río+20. Actualmente trabajan junto al Gobierno en programas de transparencia para la Copa del Mundo y los Juegos Olímpicos que organizará Brasil.

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.ETHOS.ORG.BR](http://WWW.ETHOS.ORG.BR)

### FORUM EMPRESA

Fundada en 1997, es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Américas. Originalmente la red fue apoyada por el BID y hoy se sostiene con el aporte de sus miembros y de empresas sponsor.

Su trabajo más influyente es la Investigación “El estado de la RSE en Latinoamérica”.

Las organizaciones de la RED representan a 19 países en la región y reúnen cerca de 3.000 empresas a través de las organizaciones miembros. La red busca fortalecer a las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la Responsabilidad Social Empresarial y apoyar el establecimiento de nuevas organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas.

Los miembros de Forum Empresa son: Fundación Compromiso (Argentina), Fundación del Tucumán (Argentina), COBORSE (Bolivia), Instituto Ethos (Brasil), CBRS (Canadá), Acción RSE (Chile), CECODES (Colombia), AED (Costa Rica), CERES (Ecuador), BSR (Estados Unidos), FUNDEMAS (El Salvador), FUNDAHRSE (Honduras), CEMEFI (México), UNIRSE (Nicaragua), SUMARSE (Panamá), ADEC (Paraguay), Perú 2021 (Perú), DERES (Uruguay) y CEDICE (Venezuela).

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.EMPRESA.ORG](http://WWW.EMPRESA.ORG)



## EN ARGENTINA

### CEADS

El Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) fue fundado en 1992 y fue el primer capítulo nacional creado como Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible (BCSD's, por su sigla en inglés) por el WBCSD.

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

Dentro de sus actividades se destacan sus grupos de trabajo interdisciplinarios, sus publicaciones, y sus casos de estudio para difundir y comunicar las buenas prácticas en materia de desarrollo sostenible.

**@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.CEADS.ORG.AR](http://WWW.CEADS.ORG.AR)**

### INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)

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

Es una organización pionera en materia de promoción de la RSE, con sede en la ciudad de Córdoba (Argentina). Ha tenido un rol destacado adaptando a la realidad local las publicaciones, metodologías e indicadores del Instituto ETHOS de Brasil que difunden por medio de capacitaciones a través de sus empresas miembro.

Poseen una Herramienta Online de Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para PyMES. Además, son los desarrolladores del portal Empresas por la Infancia.

**@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.IARSE.ORG](http://WWW.IARSE.ORG)**

### FUNDACIÓN COMPROMISO

Es una organización de la sociedad civil fundada en 1994 que trabaja para articular las capacidades de OSC, sector empresario y Estado en la producción de políticas públicas, para un desarrollo sustentable con inclusión social.

En Diciembre de 2007, Fundación Compromiso fue seleccionada por el European Institute of Social Capital de la Republica Alemana como Ente Certificador en la Argentina del Work and Life Balance, una certificación destinada a todo tipo de empresas que busca incentivar la mejora continua y la gestión responsable del Capital Humano, permitiendo obtener y retener talentos.

De su trabajo en RSE también se destacan su Manual de Voluntariado Corporativo, los suplementos publicados en Diario Perfil, los Seminarios de RSE y Desarrollo Sustentable, el ciclo de Desayunos de Intercambio sobre RSE desarrollado en alianza con la Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina (AmCham), y los Encuentros de Voluntarios Corporativos en alianza con la AmCham que se realizan desde el año 2004.

**@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.COMPROMISO.ORG](http://WWW.COMPROMISO.ORG)**



Consejo Empresario Argentino  
para el Desarrollo Sostenible



## VALOS

Es una organización que promueve prácticas de Responsabilidad Empresarial junto a empresas y empresarios que operan en Mendoza, alentando relaciones sinérgicas, en una nueva forma de hacer negocios y promoviendo el desarrollo sostenible de su entorno. Se creó en el año 2002.

Desde el año 2005 realizan un Foro Anual en su provincia, el cual se ha consolidado como el principal evento que promueve la Responsabilidad Social Empresarial en la zona de Cuyo.

Junto al diario Los Andes y Fundación Avina impulsan desde 2009 la iniciativa "Nuestra Mendoza" orientada al control ciudadano de la gestión pública municipal. Han tenido un rol destacado en el impulso de la Red Argentina de RSE (RARSE).

MÁS INFORMACIÓN:

@ [WWW.VALOS.ORG.AR](http://WWW.VALOS.ORG.AR)



## MOVESE

Es una organización rosarina sin fines de lucro que reúne a empresarios, ejecutivos y empresas de cualquier tamaño y sector interesados en desarrollar sus negocios de formas cada vez más inclusivas, en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Fue creada en el año 2007 y es uno de los nodos fundadores de la Red Nacional de RSE (RARSE).

Realizan Foros Regionales y Nacionales de RSE, siendo éstos últimos organizados junto al RARSE. Impulsan también "Rosario Sustentable" con el objetivo proporcionar un espacio abierto, no partidario y autónomo para comprometer a la ciudadanía y el gobierno local en el debate para el desarrollo de una ciudad justa, democrática y sustentable

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.MOVERSE.ORG](http://WWW.MOVERSE.ORG)

## GDFE:

El Grupo de Fundaciones fue creado en 1995. En sus orígenes nucleaba sólo a fundaciones donantes y corporativas con el objetivo de promover y profesionalizar las iniciativas de inversión social privada que buscan fines de bien público, e incentivar el ejercicio de la responsabilidad social. Años después impulsado por el fenómeno de la RSE comenzó a incorporar empresas y cambió su nombre a GDFE.

Entre sus investigaciones se destacan "Estudio sobre Inversión Social Privada en la Argentina", y la "Guía para realizar donaciones. Aspectos impositivos y administrativos".

@ MÁS INFORMACIÓN:  
[WWW.GDFE.ORG.AR](http://WWW.GDFE.ORG.AR)

# FELICIDADES ComunicaRSE

**POR ESTOS 10 AÑOS DE COMPROMISO**  
EN LA DIFUSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIA Y LA SUSTENTABILIDAD

Gracias por permitirnos acompañarlos desde el inicio,  
propiciando entre todos, un mercado laboral diverso y el  
desarrollo de eventos inclusivos.

Aprovechando nuestras capacidades para contribuir a resolver problemáticas sociales de una manera innovadora creamos soluciones adecuadas para el negocio y el entorno, asesorando a nuestros clientes en el desarrollo de programas de inclusión y diversidad.

Anticipándoles nuevas tendencias en materia de sustentabilidad en las organizaciones relativas a calidad de vida y ambiente laboral, les ayudamos a reвер modelos de trabajo, prácticas y fuentes de talento.

**“Construimos Puentes hacia un mundo laboral más inclusivo”** junto a + 40 aliados públicos, privados y de sociedad civil, a través de 6 programas de inclusión y diversidad. Desde 2008 hemos reconocido a 95 empresas de todo el país y a 65 sucursales y colaboradores de ManpowerGroup como nuestros **“Socios en la Inclusión”**. Entre todos hemos logrado que + 1100 personas en desventaja obtengan una oportunidad de trabajo en Argentina.



ManpowerGroup™



# LAS PUBLICACIONES QUE MARCARON LA DÉCADA

## TEORÍA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

El filósofo Ed Freeman es unánimemente considerado uno de los principales teóricos del pensamiento económico. En 1984 dio a conocer su celeberrima teoría de los grupos de interés cuya influencia en el desarrollo de lo que hoy conocemos como RSE ha sido determinante. El nuevo concepto fue expuesto inicialmente en el libro "Strategic Management: A Stakeholder Approach".

La teoría buscaba ampliar el concepto de negocio más allá de sus raíces económicas tradicionales. Según ella, gestionar eficientemente una empresa significa satisfacer en el mayor grado posible las demandas o expectativas de todas las personas, grupos y objetos actual o potencialmente afectados por sus decisiones.

*Ed Freeman*

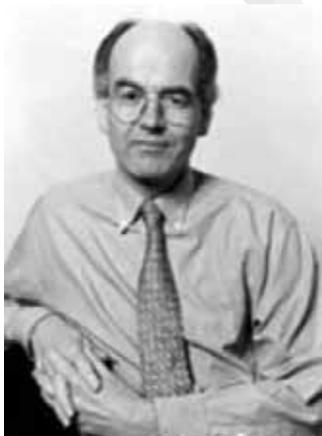


*Gro Harlem Brundtland*



## INFORME BRUNDTLAND

Originalmente se llamó "Nuestro Futuro Común" (Our Common Future, en inglés). Fue elaborado por distintas naciones en 1987 para la ONU, por una comisión encabezada por la ex Primera Ministra de Noruega, Gro Harlem Brundtland. Es un reporte socio económico y ambiental donde se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible (o desarrollo sustentable), definido como aquel que "satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".



*John Elkington*

## TRIPLE LÍNEA DE RESULTADO

El término hace referencia a la necesidad de medir y reportar los resultados económicos, sociales y medioambientales de las compañías. Su origen en inglés (triple bottom line - TBL) hace alusión al resultado neto expresado en el último renglón de los estados contables. Fue utilizado por primera vez por John Elkington en 1994, quien posteriormente ahondó en el tema en su libro "Cannibals With Forks" en 1998.

La idea central radica en superar lo que históricamente hizo la contabilidad de las empresas, la cual se ha centrado solamente en los resultados financieros. Es por ello que en los últimos años este enfoque ha incorporado nuevos indicadores para cuantificar el impacto de las compañías en un sentido más amplio.

Actualmente el concepto ha retomado vigor a causa de la tendencia hacia los reportes integrados impulsados por diferentes organizaciones que propugnan por lograr un único documento que englobe las realidades de los impactos de las empresas.

## BASE DE LA PIRÁMIDE

En 1998 Coimbatore Krishnarao Prahalad y Stuart L. Hart publicaron un documento donde hacen referencia al concepto "Bottom of the Pyramid", que con el paso del tiempo se transformó en "Base of the Pyramid" (en español, "la base de la pirámide").

El término hace referencia a la población de menores ingresos, para incorporarla en la cadena de valor de las empresas con fines de rentabilidad y, al mismo tiempo, mejorar las condiciones de vida para dicha población.

## EL BANQUERO DE LOS POBRES

Muhammad Yunus, Premio Nobel de la Paz de 2006 y fundador del Banco Grameen, es el desarrollador del concepto de microcrédito (el cual fue ideado por el Dr. Akhter Hameed Khan). El libro en el que plasma este concepto es "Banquero de los Pobres" (Banker to the Poor), publicado en 1999. Este libro es una memoria de la forma en que Yunus decidió cambiar su vida para ayudar a los más necesitados del mundo. En él se traza el itinerario intelectual y espiritual que lo llevó a replantearse la relación económica entre ricos y pobres, y los retos que él y sus colegas enfrentan en Grameen.

Años después, fue autor de "Creando un mundo sin pobreza" (Creating a World Without Poverty), donde promovió la idea de Empresa Social como una nueva forma de usar la vitalidad creativa del sector privado para hacer frente a problemas sociales como la pobreza, la contaminación y la inadecuada atención sanitaria y educativa.

*Muhammad Yunus*



## EL LIBRO VERDE

Los documentos de la Unión Europea han sido de los más influyentes en todo el mundo, desde la publicación del célebre "Libro Verde para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" que la Comisión Europea hizo público el 18 de julio de 2001.

El Libro Verde tuvo por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría estimular la Unión Europea la RSE a nivel local e internacional, y en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación.

La Comisión Europea continuó publicando Comunicaciones sobre RSE para actualizar lo realizado, siendo la última la del 25 de octubre de 2011. Allí definió una nueva política de responsabilidad social corporativa y presentó una nueva definición, más simple de la RSE como "la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad". También afirma que "algunas medidas normativas pueden crear un ambiente más propicio para que las empresas cumplan voluntariamente".

Michael E. Porter



## THE ECONOMIST Y SU CAMBIO DE VISIÓN

El 22 de enero del 2005 el semanario The Economist publicó un extenso reporte sobre RSE bajo el título "La buena compañía: una mirada escéptica a la responsabilidad social de la empresa". Allí señaló que es un "error que las empresas dediquen esfuerzos y recursos a la RSE". En definitiva, se la señaló como un gasto superfluo. Sin embargo, el 19 de enero de 2008 publicó un nuevo artículo titulado "Sencillamente buen negocio". El artículo es una exposición de buenos ejemplos de prácticas responsables, con referencias a que algunas empresas lo hacen por relaciones públicas. El artículo concluye que "RSE es la parte que la empresa necesita hacer para mantenerse al día con las expectativas de la sociedad. Se trata de cuidar la reputación de la empresa, manejar sus riesgos y ganar ventaja competitiva.

El 14 de mayo de 2009 continuó en esa línea y publicó el artículo "A stress test for good intentions", donde volvió sobre la RSE al analizar qué impacto tendría la crisis financiera internacional. Dejando definitivamente atrás su escepticismo, la revista sostuvo que la RSE es fundamental para reestablecer la confianza en las empresas. Considera que mantener firme el compromiso con la sostenibilidad durante la crisis traería beneficios futuros con clientes, empleados y nuevos talentos. The Economist afirmó, además, que la crisis se presenta como una excelente oportunidad para redefinir algunos puntos de la estrategia de sostenibilidad corporativa.

## CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

El concepto "Creación de Valor Compartido" fue ideado por Michael E. Porter y Mark R. Kramer en un proyecto realizado para la empresa Nestlé y fue dado a conocer por primera vez en el artículo "Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility" publicado por Harvard Business Review en 2006.

La idea reconoce la interconexión que debe existir entre los negocios y la comunidad. Los autores señalan que: "los negocios deben reconectar el éxito de la compañía con el progreso social". De esta forma, valor compartido no es responsabilidad social, filantropía, ni incluso sostenibilidad. "Es una nueva forma alcanzar éxito económico". En la medida que se aprenda a crear valor compartido, se legitimará nuevamente la forma de hacer negocios.

Recientemente los autores dieron a conocer el trabajo "Creating Shared Value: how to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth", el cual fue publicado en Harvard Business Review en febrero de 2011 y en donde amplían estos conceptos.

## LOS PERSONAJES DE LA DÉCADA

### RAY ANDERSON

Fue el fundador de la empresa Interface, y un líder y pionero de la sustentabilidad a nivel global. Se lo llamó "the greenest CEO in America", e inició una verdadera revolución en el mundo corporativo cuando en 1994 asumió públicamente que su empresa tenía un comportamiento "depredador" y que se había propuesto cambiar su modelo productivo por otro sustentable.

Entre los hitos se destaca en 2006 el anuncio de Interface del programa Mission Zero, el cual incluyó dejar de utilizar materiales derivados de petróleo para la confección de sus alfombras, introducir energías renovables en sus plantas, reducir drásticamente el consumo de agua y reciclar y reutilizar sus propias alfombras usadas para fabricar nuevas. Mission Zero se convirtió en un distintivo de competitividad para Interface que continúa siendo una de las empresas líderes de su industria.

Ray Anderson falleció en Boston en agosto de 2011.

### ANITA RODDICK

Fue la fundadora de la cadena The Body Shop y pionera en la elaboración de productos cosméticos respetuosos con el medio ambiente y en cuya elaboración no se practicaban pruebas con animales. Con respecto a esto último, la empresaria logró que cuatro millones de personas se uniesen a una campaña que logró cambiar la ley sobre experimentación animal en el Reino Unido.

Entre los hitos de la empresa también se destacan la publicación del "Reporte de Valores de The Body Shop" en 1995, el cual tuvo el carácter de fundacional en la materia; y la campaña internacional de boicot que realizó junto a Greenpeace en 2001 contra la Exxon-Mobil por su papel en el Calentamiento Global.

Por otra parte, en 2006 (tres años después de abandonar la dirección de la empresa) Roddick vendió The Body Shop a la compañía multinacional L'Oreal, algo que muchos de sus seguidores consideraron como una traición a los valores que habían inspirado la idea original.

Anita Roddick fue falleció el 10 de setiembre de 2007 a los 64 años de edad en Chichester, en el sur de Inglaterra.



Anita Roddick

Ray Anderson



### ODED GRAJEW

Es fundador y presidente del Instituto Ethos de Brasil, e iniciador y miembro del Foro Social Mundial.

En 1987 fundó el Pensamiento Nacional de las Bases Empresariales, una organización nacida con la finalidad de cambiar la mentalidad del empresariado brasileño. En 1990 creó la Fundación Abrinq (originalmente vinculada a la Asociación Brasileña de Fabricantes de Juguetes Abrinq), una ONG que trabaja con UNICEF para mejorar las condiciones de los niños latinoamericanos. La entidad reúne a 2.500 empresas y su principal lucha es la eliminación de la explotación infantil.

Sin embargo, su consagración como referente de la responsabilidad social empresaria llegó con la creación, en 1998, del Instituto Ethos, la asociación sin fines de lucro cuyo objetivo es promover la conciencia de la responsabilidad social en el sector privado.

Además, fue el promotor del Foro Social Mundial (FSM) que se realizó por primera vez el 2001 en Porto Alegre como contracara del Foro Económico Mundial. Uno de los triunfos más recientes de Oded Grajew fue haber conseguido que las empresas siderúrgicas de los estados de Maranhao y Pará firmaran el compromiso de abolir el trabajo esclavo de su cadena productiva.

Hasta fines de 2006, Oded Grajew se desempeñó como asesor del presidente Luiz Inácio Lula da Silva, impulsando distintos programas sociales (como el plan "Hambre Cero") y promoviendo el diálogo entre el gobierno y el sector empresarial.

## KOFI ANNAN

Fue el séptimo Secretario General de las Naciones Unidas y el primero en ser elegido de las propias filas del personal de la organización. En 2001 fue galardonado con el Premio Nobel de la Paz, y en 2007 creó el Foro Humanitario Mundial.

En 1999 marcó un hito en la historia de la RSE al impulsar el Pacto Mundial, una iniciativa que llama a las compañías a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y anticorrupción. El Pacto aspira, según las palabras de Annan, a contribuir a la emergencia “de valores y principios compartidos que den una cara humana al mercado global”.

## STEPHAN SCHMIDHEINY

Autor en la década de los ochenta de importantes artículos y libros relacionados con la causa del desarrollo sostenible, Schmidheiny es el Fundador y primer Presidente del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCE, por sus siglas en inglés) y casi simultáneamente es creador de la Fundación Avina, la herramienta mediante la cual ha desplegado su vocación social en América Latina.

Tuvo una actuación destacada en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992 donde fue uno de los responsables de la introducción de conceptos como ecoeficiencia y desarrollo sostenible.

En el año 2003 fundó Viva Trust, una organización a la que donó todo su patrimonio productivo en la región –Grupo Nueva, y sus acciones en Amanco, Plycem y Masisa- para que, mediante el flujo de dividendos resultante de sus estrategias y operaciones, el movimiento latinoamericano por la sostenibilidad y en particular la Fundación Avina tuvieran una fuente permanente de recursos para realizar su trabajo de promoción y apoyo a innovaciones y acciones al servicio del bien común y la sostenibilidad en América Latina.

Schmidheiny ha sido una importante fuente de recursos y apoyo estratégico para organizaciones clave del desarrollo sostenible mundial como son ASHOKA; Endeavor; el World Resources Institute, INCAE Business School y su Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible; FUNDES; y la Alianza Global por la Sostenibilidad, un proyecto conjunto de los institutos tecnológicos de Massachusetts y Zurich y de las universidades de Chalmers (Suecia) y Tokyo; entre muchos otros proyectos de alcance global.

*Stephan Schmidheiny*



*Yvon Chouinard*

## AL GORE

Fue Vicepresidente de los Estados Unidos durante la presidencia de Bill Clinton. En 2007 obtuvo el Premio Nobel de la Paz por contribuir a la reflexión sobre la problemática del cambio climático. Asimismo, su documental sobre el tema "An Inconvenient Truth" recibió dos premios Oscar de la Academia de Hollywood.

Gore actualmente recorre el mundo como conferencista sosteniendo que los cambios físicos en nuestro planeta eventualmente influenciarán nuestra economía global, y anima al público a considerar cómo los temas medioambientales en el mundo de hoy impactarán en nuestra civilización.

Pasando a su implicancia en Argentina, en 2009 la Fundación The Climate Project (liderada por Gore) abrió en el país su primera representación en América Latina.

La Fundación es un movimiento creado en 2006 con el propósito de concientizar a ciudadanos y gobiernos acerca del calentamiento global que sufre la tierra, sobre sus consecuencias y la necesidad de modificar hábitos de vida.

## YVON CHOUINARD

El fundador de la empresa Patagonia tituló sus memorias "Dejen que mi gente vaya a hacer surf", trabaja para eliminar la huella ambiental de su empresa, no quiere cotizar en bolsa y transformó a su compañía en la primera "Corporación B" de California; usa plástico PET reciclado de para confeccionar sus prendas; fundó la organización "1% For The Planet", una alianza de empresas que contribuyen libremente con al menos el 1% de sus ventas anuales a financiar grupos y proyectos medioambientales previamente estudiados y aprobados.

Esta enumeración muestra algunos de los logros que convierten a Chouinard en un referente global ineludible de la sustentabilidad, desde que fundara la empresa Patagonia a finales de los sesenta.

En 2011 lanzó una innovadora iniciativa denominada "Common Threads" a partir de la cual llama a sus clientes a hacer, comprar y usar ropa más sustentable. Está basada en los principios de Reducir, Reparar, Reutilizar, Reciclar y Re-imaginar. El punto más audaz del programa es el de Reducir, donde Patagonia interpela directamente a sus clientes para que no compren productos de la empresa que no necesitan.

# LOS REPORTES DE RSE DE LA DÉCADA

El Global Reporting Initiative (GRI) sostiene que “la elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible”.

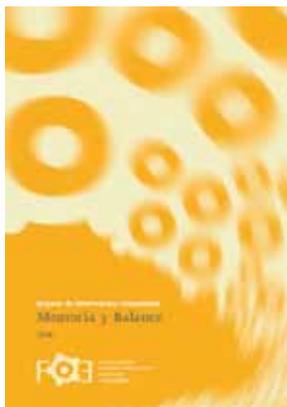
Desde los primeros Informes Ambientales pasando por los Balances Sociales, los Informes de RSE, hasta los actuales Reportes de Sustentabilidad y los futuros Reportes Integrados, estos documentos se han revelado como un componente fundamental de la gestión y la comunicación de la RSE. En esta sección repasamos algunos de los hitos de la historia de los reportes de sustentabilidad en Argentina.

## PRIMER REPORTE CON GRI Y AA1000 DE ARGENTINA

El Balance Social Reporte 2001/2 de Nobleza Piccardo fue el primero en nuestro país en incluir los lineamientos del Global Reporting Initiative y el estándar de AA1000, emitido en noviembre de 1999 por el “Institute for Social and Ethical Accountability” bajo el nombre de AccountAbility. Este estándar para procesos, que abarca el modo en que se realizan los Reportes sobre la gestión social de una empresa, incluye una serie de principios básicos que apuntan a fomentar un alto nivel de transparencia e imparcialidad y promueven un marco de confianza dentro del cual se pueden tomar los primeros pasos para dialogar con los stakeholders.

## PRIMER REPORTE EN OBTENER EL READERS CHOICE AWARD DE GRI EN ARGENTINA

En 2008 el reporte 2006 de la Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo fue seleccionado como el mejor reporte en la categoría organizaciones sin fines de lucro, y resultó ganador de la terna que integraba junto a los reportes de CILSA (Argentina) y de la Ciudad de Melbourne (Australia) transformándose de esta manera en la única organización de Argentina seleccionada. Al mismo tiempo recibió dos menciones de honor, por obtener el mayor puntaje tanto en su categoría y como de su país.



## PRIMER REPORTE CON ISO 26000 DE ARGENTINA

El Reporte de Sustentabilidad Pre-Ciclo 4 2010/2011 del Grupo Sancor Seguros fue el primero en Argentina basado en la ISO 26000. Uno de los grandes cambios que el Grupo incluyó en el mismo fue la incorporación de la Estrategia de Sustentabilidad, adaptada y actualizada considerando la evolución de la temática en nuestro país y en el resto del mundo, además de contemplar la importancia del Desarrollo Sustentable de la comunidad en la que se encuentra inserta y el desempeño de la empresa en la creación de valor a largo plazo.

Según los autores, el uso de la Guía trajo como beneficio un reporte más equilibrado en sus capítulos y operó como un disparador para abordar la materia de Derechos Humanos en la empresa.



## EL MEJOR REPORTE SEGÚN LOS EJECUTIVOS RSE

En 2010 ComunicaRSE presentó su Investigación "Reportes de Sustentabilidad en Argentina. Lecciones y aprendizajes". Allí se presentaron los resultados de un ranking votado por quienes lideran los procesos de elaboración de los mismos en el país. En esa oportunidad la empresa ganadora fue Manpower con su reporte edición 2009.

Los líderes de opinión consultados destacaron la evolución constante del reporte ganador a lo largo de los años y su comunicación eficaz entre los grupos de interés clave de la empresa.



# LOS PREMIOS DE LA DÉCADA

## PREMIO CIUDADANÍA EMPRESARIA

Fue creado por AmCham en el año 1999 con el objetivo de premiar y estimular las acciones de empresas en el campo de la responsabilidad social empresarial y la sustentabilidad.

Desde su lanzamiento, el Premio se ha convertido en una de las distinciones más importantes del país. Una parte importante de su éxito radica en la transparencia y autonomía de los jurados convocados, que incluye figuras nacionales e internacionales de la academia, la ciencia y las artes.

Actualmente, el PCE ya cuenta con 1077 programas presentados, 180 académicos que participaron como Jurados independientes y 59 empresas que han sido premiadas y reconocidas.

En su edición 2012 tendrá una renovación radical, ya que dejará atrás sus categorías tradicionales y premiará "iniciativas sustentables" de "productos y servicios" y de "procesos", y mantendrá la categoría Gestión Empresarial Orientada a la Sustentabilidad (GES).

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.  
PREMIOCIUDADANIA.  
COM.AR**



## PREMIO CCIFA A LA RSE

Los organiza la Cámara de Comercio e Industria Franco-Argentina para premiar programas de RSE desarrollados por empresas -o fundaciones creadas por empresas- que demuestren que, más allá del cumplimiento de sus obligaciones jurídicas, invierten "más" en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.CCIFA.  
COM.AR**

## PREMIO AL EMPRENDEDOR SOLIDARIO

El Foro Ecuménico Social organiza el Premio al Emprendedor Solidario, para empresas, instituciones y ONG que hayan realizado emprendimientos solidarios durante el año anterior al otorgamiento del galardón. Tiene ya 10 ediciones en su haber.

Su objetivo es reconocer a organizaciones que hayan realizado acciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad, y estimular el espíritu solidario. Se otorga en las categorías Empresas, Instituciones y ONG, y consiste en un diploma emitido por el Foro y firmado por el Jurado.

El Foro impulsa también el premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y ONGs; y el premio al mejor Reporte de RSE de la Argentina.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.  
FOROECUMENICO.  
COM.AR**

## PREMIO ACDE ENRIQUE SHAW

El tradicional reconocimiento que viene otorgándose desde 1989 por la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE), tiene como objetivo reconocer a las empresas, grandes o PyMEs, que en el contexto de su propio desarrollo, consideren y promuevan la incorporación de personas excluidas del sistema productivo.

Es un premio a aquellas empresas que, a través de un esfuerzo sostenido para lograr la coherencia entre sus prácticas organizacionales y sus valores, se distinguen por desarrollar una gestión plenamente humana, altamente productiva y socialmente responsable.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.ACDE.ORG.AR/  
NEW/INSTITUCIONAL/  
PREMIO-ACDE**

## PREMIO LABOR SOCIAL EMPRESARIA

Es otorgado por la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA). La distinción reconoce el trabajo y el compromiso de las compañías con la comunidad y la implementación efectiva de los principios de Responsabilidad Social Empresaria y de Sustentabilidad en su dinámica corporativa.

La CECRA concede el Premio a la Labor Social Empresaria desde el año 2002, "para fomentar la trascendencia del compromiso de las empresas con la sociedad y con el entorno donde desarrollan su actividad, un compromiso que llegue a ser parte de su desempeño empresarial, de su cultura en pro del bien público", comentó el presidente de la institución cameral.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.CECRA.COM.AR**



## PREMIO AL MEJOR CIUDADANO EMPRESARIAL DE LAS AMÉRICAS

Es organizado por la Fundación para las Américas y la Organización de los Estados Americanos (OEA). Es un reconocimiento formal a las empresas que hayan iniciado programas innovadores en las Américas que aporten beneficios a la comunidad donde operan, y que puedan servir como modelo para otras compañías de prácticas y acciones socialmente responsables.

La entrega de los premios se realiza en el marco de la Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social Empresarial, CSR Américas del BID desde hace 9 años.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.**  
**TRUSTFORTHE**  
**AMERICAS.ORG**

## GRI READERS CHOICE AWARDS

El premio es entregado por Global Reporting Initiative (GRI) para reconocer los mejores Informes de Sostenibilidad según los lectores de todo el mundo y contribuir a apoyar a las empresas a la hora de mejorar en la elaboración de éstos.

En 2008, tras la primera edición, la organización realizó el estudio "Global Readers' Choice" en el cual se analizaron los resultados en base a la opinión de los lectores, sus preferencias y su comportamiento.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.AWARDS.GLOBALREPORTING.ORG**

## PREMIO AL MEJOR CIUDADANO EMPRESARIAL DE LAS AMÉRICAS

WORLD BUSINESS AND DEVELOPMENT AWARDS

Son premios bienales y su organización se encuentra a cargo del Foro Internacional de Líderes de Negocios (IBLF, por sus siglas en inglés), la Cámara de Comercio Internacional (CCI) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Reflejan cómo las empresas, a través de sus actividades comerciales principales, pueden ayudar a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ocho objetivos acordados internacionalmente, que abarcan desde la reducción de la pobreza y de la degradación ambiental hasta el mejoramiento de las condiciones sanitarias y de la igualdad de género para 2015.

La última entrega se celebró en el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible Rio+20.

**@** MÁS INFORMACIÓN:  
**WWW.**  
**WORLDBUSINESSAWARDS.**  
**NET**

**Creemos cuando descubrimos  
que debemos abrirnos a la  
vida de los otros.**

Por eso miramos el futuro  
promoviendo valores en el presente.  
Nos sale... naturalmente.





Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro (Río+20).

ONU lanza la iniciativa "Red de Soluciones para el Desarrollo Sustentable."

Estado de Nueva York aprueba Ley sobre B Corporations.

## 2011

La ONU lanza los Principios Rectores sobre Empresas y los Derechos Humanos + La Comisión Europea presenta una nueva política de RSE + GRI empieza a desarrollar su Guía G4 + Bélgica fija por ley de cupo femenino en los consejos directivos de las empresas + El Gobierno de India publica sus directrices de RSE + La Bolsa de Valores Mexicana lanza formalmente su Índice de Sustentabilidad + El Reporte de Sustentabilidad del Grupo Sancor Seguros es el 1ro en Argentina basado en la ISO 26000.

## 2010

Se publica la ISO 26000 + Gobierno Alemán presenta su Estrategia Nacional de RSE + El Comité Internacional de Reportes Integrados comienza a deliberar + Nace el primer índice bursátil cristiano de Europa + Petrobras (Brasil) presenta Reporte financiero y de RSE integrados por primera vez + Tenaris ingresa en el Ftse4good de sustentabilidad + El Reporte de Sustentabilidad de Manpower edición 2009 gana Ranking elaborado por ComunicaRSE.

## 2007

El documental "An Inconvenient Truth" de Al Gore gana el Oscar + Se establece en Brasil (Ethos) el primer Punto Focal de GRI para América del Sur + Nace el Premio GRI Readers' Choice Awards + Indonesia es el primer país en legislar su RSE + Se crea la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil del Ministerio de Trabajo de la Nación + Nace MoveRSE en la provincia de Santa Fe.

## 2006

La ONU crea los Principios para la Inversión Responsable + Michael E. Porter y Mark R. Kramer presentan el concepto "Creación de Valor Compartido" + Informe Stern sobre los impactos económicos del Cambio Climático + GRI elabora la 3ra versión de la "Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad" + Nace el Programa Latinoamericano de RSE (PLARSE) + El Ministerio de Trabajo de la Nación Argentina lanza su Programa de RSE.

## 2003

Se lanzan los Principios de Ecuador + Primer Índice de Competitividad Responsable de Accountability + Nacen en Brasil los Indicadores Akatu de Consumo Consciente + Stephan Schmidheiny funda Viva Trust + IDEA publica investigación "La responsabilidad social en la Argentina" + Laboratorio Victoria certifica SA 8000 en Argentina.

## 2001-2000

**2001:** La Comisión Europea publica el "Libro Verde" + Se lanza el Índice de Inversión Ética FTSE4Good + Se realiza por primera vez el Foro Social Mundial + Se produce el escándalo de Enron.

**2000:** La ONU lanza los Objetivos de Desarrollo del Milenio + GRI desarrolla la "Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad" + Se elaboran los Principios Voluntarios sobre Seguridad y Derechos Humanos + El Reino Unido designa un Ministro de RSE + El Instituto ETHOS lanza su marco de indicadores de RSE + Natura es la primera empresa latinoamericana en publicar un reporte según GRI + Se sanciona en Argentina la Ley laboral 25.250 que incluye la obligación de elaborar un Balance Social.



Río de Janeiro pone en marcha la primera Bolsa Verde de valores ambientales de Brasil.

LAN hace el primer vuelo comercial con biocombustibles en Sudamérica.

Se lanza Aveti, el primer fondo de inversión ética en Argentina.

El Gobierno de la Pcia de Bs As anuncia un nuevo Proyecto de Ley de RSE.

## 2009

Se realiza la XV Conferencia sobre el Cambio Climático de la ONU en Copenhague, Dinamarca + La Fundación The Climate Project (liderada por Al Gore) abre en Argentina su primera representación en América Latina + Rige la Ley de igualdad salarial entre hombres y mujeres en Chile + La Ciudad de Bs As declara al 23 de abril como el Día de la RSE + Arcor pasa del concepto de RSE al de Sustentabilidad + Se presenta el 1er auto híbrido en Argentina.

## 2008

The Economist publica "Sencillamente buen negocio" con mirada optimista de la RSE + El Reino Unido aprueba la primera legislación nacional de Cambio Climático + Dinamarca aprueba Ley de RSE + Se crea el FTSE-4Good IBEX en España + España crea y regula el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) + Ley 2594 sobre Balance de Responsabilidad Social y Ambiental en la Ciudad de Buenos Aires + El reporte de Los Grobo es el primero en obtener el Readers Choice Award de GRI en Argentina + UDESA y Amcham lanzan el Programa de Capacitación Ejecutiva en RSE (PROCARSE).

## 2005

The Economist publica artículo escéptico sobre la RSE + Fundación Carolina lanza su programa iberoamericano de RSE + Nace en Brasil el Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) del BOVESPA + Se presenta el 1er proyecto de Ley sobre RSE en el Senado argentino + Nace el CENARSECS en la UBA.

## 2004

El Pacto Global crea el décimo principio de lucha contra la corrupción + ISO comienza el proceso para el desarrollo de la ISO 26000 + Se lanza el Pacto Global en Argentina + Nace la figura del Chief Sustainability Officer + Primer Premio Red Puentes al Periodismo de RSE.

## 90's

**1999:** Se lanzan el Pacto Global y el Dow Jones Sustainability Index + Muhammad Yunus publica el libro "Banquero de los Pobres" + Nace Forética en España + Primera Conferencia de RSE del Instituto ETHOS + Se lanza el Premio Ciudadanía Empresarial de Amcham en Argentina.

**1998:** Prahalad y Hart usan por primera vez el concepto "Base de la Pirámide" + Nace el Instituto ETHOS.

**1997:** Se adopta el Protocolo de Kyoto + Nacen el Global Reporting Initiative (GRI) y Forum Empresa + Se publica el Modelo IBASE de Balance Social en Brasil.

**1996:** Nike enfrenta escándalo por trabajo infantil en sus fábricas.

**1995:** Nacen CSR Europe y AccountAbility + Se publica el Reporte de Valores de The Body Shop.

**1994:** John Elkington utiliza por primera vez el término "Triple bottom line" + Nacen Fundación Avina y Fundación Compromiso.

**1992:** Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro + Nacen el WBCSD, BSR y el CEADS + Nace el concepto "Ecoeficiencia".

CSRAméricas



Media partner de la IX Conferencia Interamericana de RSE del BID en Quito, Ecuador.

Más de 17 mil seguidores en las redes sociales. Los seguidores en Twitter superan los 12 mil.

Premio al periodismo "Gota en el Mar", segundo lugar en categoría sustentabilidad para Alejandro Langlois.

## 2011

Organización de los eventos "Diálogos sobre RSE en la promoción de la Ética y la Transparencia" y "Reportes de Sustentabilidad en Argentina" + Presentación de la Investigación "La RSE en los RRHH" + Media partner de la VIII Conferencia Interamericana de RSE del BID en Asunción, Paraguay; y de la Conferencia del Instituto Ethos 2011 de San Pablo, Brasil + Newsletter de ComunicaRSE llega a las 400 ediciones + Más de 175 mil visitantes únicos en la web durante 2011 según Google Analytics.

## 2010

Organización del Desayuno-Taller "Cómo definir una estrategia de comunicación eficaz?" + Presentación de la Investigación "Reportes de Sustentabilidad en Argentina. Lecciones y aprendizajes" + Ganador del primer premio en la categoría medios de comunicación que otorga la Fundación Alares, de España, Madrid + Seleccionado como Proyecto Periodístico de Internet por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), fundada por Gabriel García Márquez.

## 2007

Presentación de la Investigación "Comunicación Interna de la RSE" + ComunicaRSE celebra sus primeros 5 años en el hotel Claridge + Newsletter de ComunicaRSE llega a las 200 ediciones.

## 2006

Organización de los Desayunos "Alianza Público-Privada para la inclusión laboral" y "Cooperación Público-Privada en la promoción del Trabajo Decente" + Presentación de la Investigación "Gestión de la RSE".

## 2003

Se lanzan la Web y el Newsletter de ComunicaRSE + Nace Dossier RS (Programa de radio de ComunicaRSE en FM Cultura) + Organización de los Seminarios "El Balance Social y la Empresa" y "Acciones de RSE. Comunicar o no comunicar?"

## 2002

Nace ComunicaRSE: primer medio de comunicación especializado en RSE en idioma español.

# Comunica **10** RSE AÑOS

Comunicación de Responsabilidad & Sustentabilidad Empresarial

ComunicaRSE cumple 10 años y lo celebra en La Rural.

## 2009

Organización del Desayuno-Taller “La RSE en tiempos de incertidumbre” + Presentación la Investigación “Comunicación Externa de la RSE” + Organización la sesión paralela “La RSE de las empresas españolas en América Latina” en CSRAmericas del BID en Punta del Este + Participación como media partner del Foro de RSC América Latina y el Caribe-Unión Europea realizado en Buenos Aires y organizado por los Gobiernos de Alemania y Argentina.

## 2008

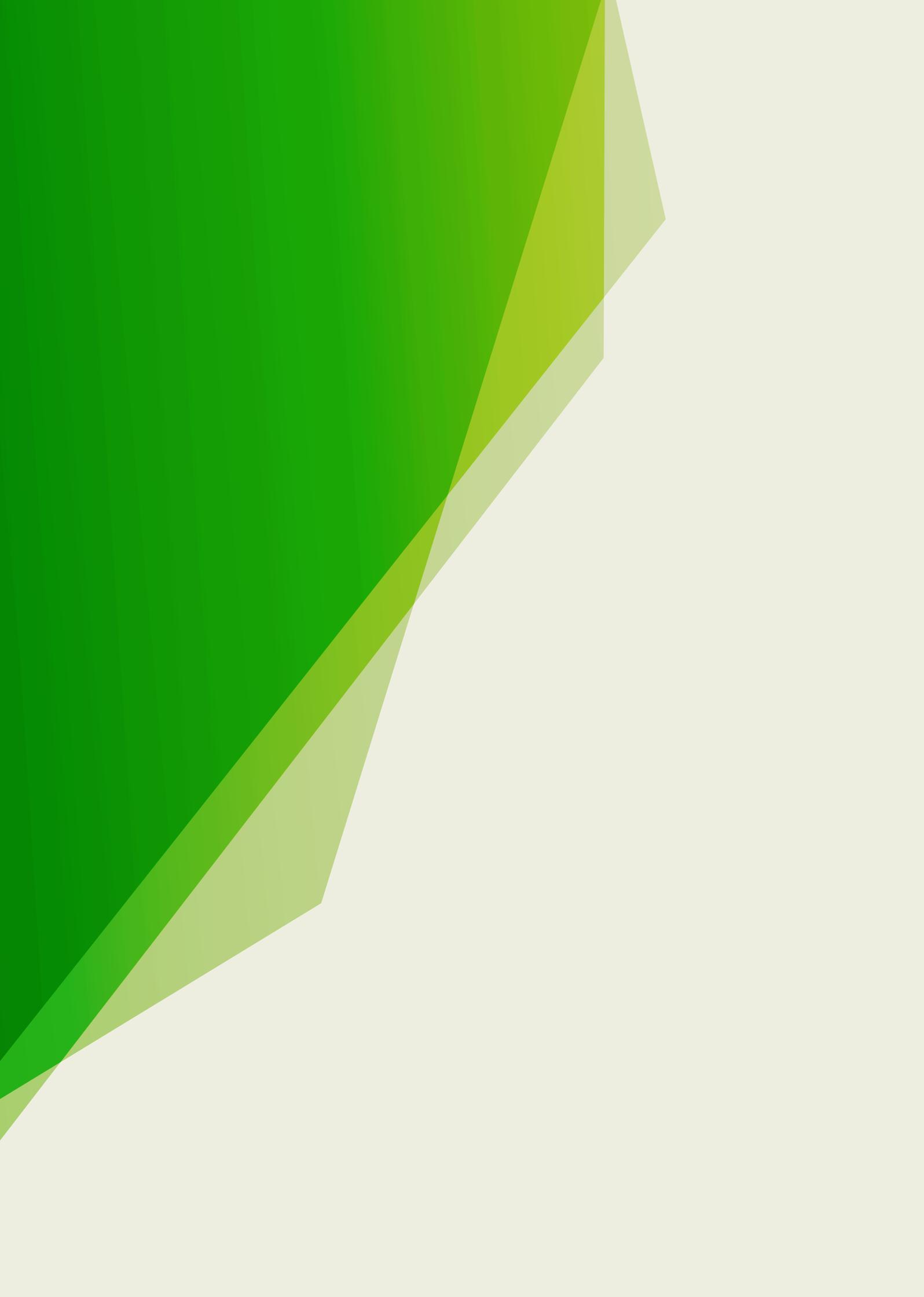
Organización de los Desayunos “Alianza Público-Privada para la inclusión laboral” y “Cooperación Público-Privada en la promoción del Trabajo Decente” + Presentación de la Investigación “Gestión de la RSE” + Desembarco en Redes Sociales.

## 2005

Presentación del Estudio de Opinión Pública y RSE + Organización de los eventos “RSE: qué deben comunicar las Empresas” y “RSE y Opinión Pública” + Premio al Periodismo de RSE de la Red Puentes, Agencia Novib y el Gobierno de Holanda + Newsletter de ComunicaRSE llega a las 100 ediciones + Dossier RS pasa a Radio Palermo.

## 2004

Organización de los eventos “RSE: la relación Empresas-Medios”, “RSE y Opinión Pública” y “Cooperación Gobierno, Empresa y ONG, una oportunidad para el desarrollo local” + Participación en la fundación del Pacto Global de Naciones Unidas en Argentina conformando su Mesa Promotora.



2

# ENCUESTA A LÍDERES DE OPINIÓN

En este apartado presentamos los resultados de la encuesta que hemos realizado a más de 100 líderes de opinión en RSE de Argentina con el objetivo de establecer un diagnóstico sobre cómo ha evolucionado la temática en la última década y poder tender líneas hacia el futuro.

## OBJETIVOS

Realizar un balance general del nivel de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria de Argentina durante la década 2002-2012 desde la perspectiva de los líderes de opinión.

Identificar las problemáticas que incidirán con mayor fuerza en la agenda del desarrollo sustentable en Argentina en la próxima década.

## METODOLOGÍA

La investigación se basa una encuesta online autoadministrada, realizada entre enero y junio de 2012.

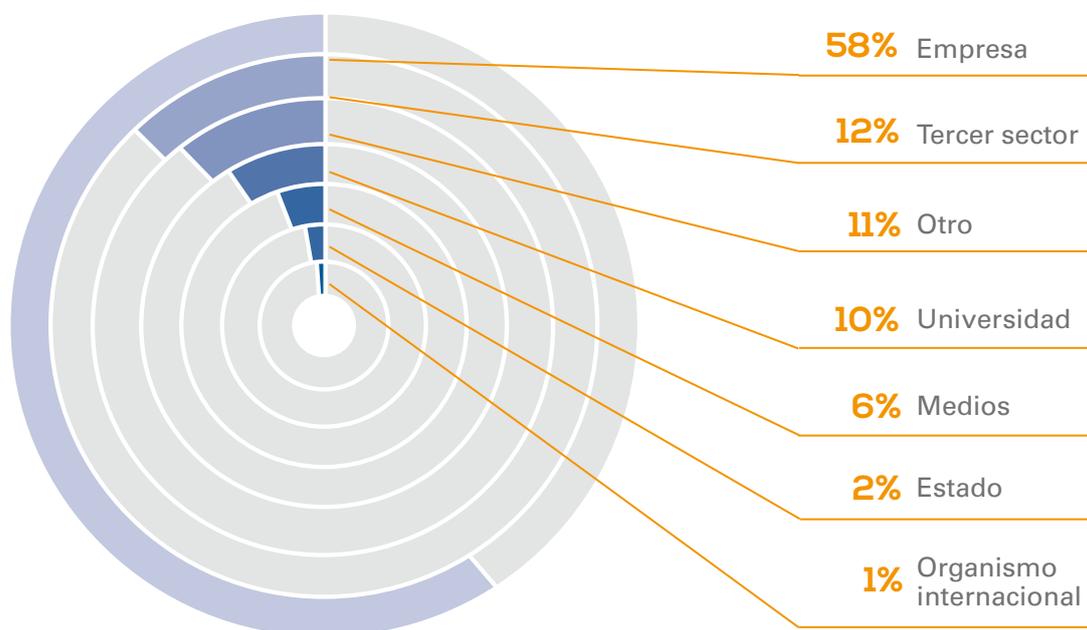
De la muestra, no probabilística e intencional, participaron líderes de opinión en Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad de Argentina de los sectores empresario, académico, social y gubernamental.

El cuestionario constó de 25 preguntas de modalidad cerrada de opción múltiple y dicotómica; abierta y semiaabierta; y de escala de valoración.

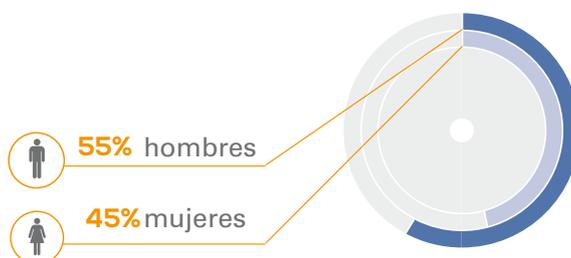
## PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

Para la presente investigación se convocó a 181 líderes de opinión de los cuales respondieron 105. Más de la mitad (58%) pertenece al sector empresarial, seguido por miembros del tercer sector (12%) y del mundo académico (10%). (Gráfico No. 1). Ha sido levemente mayor la participación masculina a la hora de contestar (Gráfico No. 2).

### COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LA RSE [ gráfico n°1 ]



### GÉNERO DE LA MUESTRA [ gráfico n°2 ]



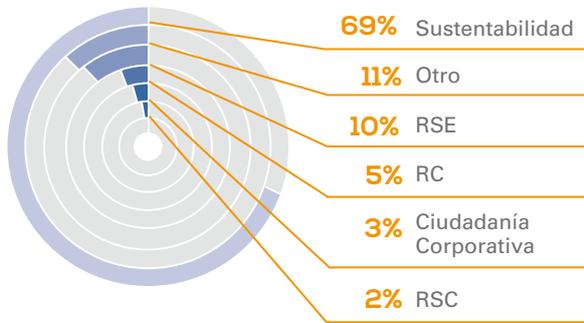
# RESULTADOS

## DENOMINACIÓN DE LA RSE

La forma de nombrar al tema ha ido evolucionando con el correr de los años. Transcurrida esta década, decidimos indagar cuáles han sido las de mayor consenso según los referentes.

Si bien la instalación de la Sustentabilidad como forma de denominación es un fenómeno reciente (en el estudio "Gestión de la RSE" realizado por ComunicaRSE en 2008 (6) sólo un 28% tomaba a la Sustentabilidad como denominación preferencial). Sin embargo, aquí podemos ver que una amplia mayoría (69%) coincidió en que la mejor denominación es "Sustentabilidad", mientras se percibe que el concepto de "RSE" ha quedado relegado, obteniendo sólo un 10% de los votos. (Gráfico No. 3).

### MEJOR FORMA DE DENOMINAR HOY AL DESEMPEÑO RESPONSABLE EN LA TRIPLE LÍNEA DE RESULTADOS [ gráfico n°3 ]



## MODELOS DE GESTIÓN DE LA RSE

Cómo implementar la RSE dentro de las compañías es siempre motivo de debate. Diferentes modelos han sido utilizados con el correr del tiempo y en empresas de los rubros más diversos.

Aquí podemos observar que hay una alta valoración (57%) de las gerencias específicas de RSE, seguida por el modelo de gestión transversal como es el comité (26%). (Gráfico No.4). Por otra parte, se percibe menos relevancia de las fundaciones a la hora de gestionar el tema y una baja aceptación de la intervención de otras áreas gerenciales no especializadas.

Estos últimos cinco años han servido para consolidar el modelo de gerencia específica en RSE. Por caso, un estudio realizado por ComunicaRSE en 2007 mostró que apenas 18 de 51 grandes empresas contaba con área específica. (7)

### MODELO DE GESTIÓN DE LA RSE DENTRO DE LAS EMPRESAS QUE MEJOR HA FUNCIONADO EN ESTOS ÚLTIMOS 10 AÑOS [ gráfico n°4 ]



(6) Informes ComunicaRSE, "Gestión de la RSE en la Argentina", Argentina, 2008. Pag. 8.  
(7) Informes ComunicaRSE, "Comunicación Interna y RSE", Argentina, 2007. Pag. 7.

## CONSOLIDACIÓN DE LA RSE

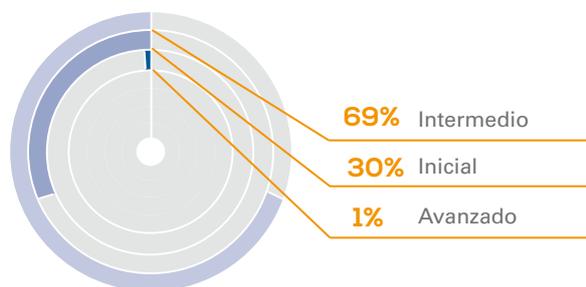
Esta sección analiza el grado de desarrollo que ha alcanzado la RSE a partir de indicadores sobre su inserción estratégica, los impulsos y barreras que ha encontrado en su camino y la valoración de sus issues fundamentales.

### NIVEL DE DESARROLLO DE LA TEMÁTICA

Los resultados muestran que la RSE y la Sustentabilidad se encuentran en un nivel de desarrollo intermedio según la mirada de los líderes de opinión (69%). Incluso, un porcentaje alto de ellos (30%) sostiene que aún se mantienen en una fase inicial. La percepción de un estadio avanzado de la temática en el país es casi inexistente (1%). (Gráfico N° 5).

### NIVEL DE DESARROLLO DE LA TEMÁTICA EN ARGENTINA

[ gráfico n°5 ]



### CALIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE MARCARON AGENDA

Se pidió a los líderes de opinión encuestados que califiquen de 1 a 5 un conjunto de temas según el nivel de importancia que tuvieron en la agenda de la RSE en Argentina durante los últimos 10 años. Se tomó como referencia para la selección temática las materias generales fundamentales de los indicadores internacionales más usuales.

El que obtuvo mayor puntuación (3,8 puntos sobre 5) fue la Inversión Social en la Comunidad. Se evidencian avances en Medio Ambiente (3,1) y Público Interno (2,9); quedando como cuenta pendiente la Cadena de Valor (Clientes 2,4 y Proveedores 2,23). (Gráfico N° 6).

Este sesgo hacia la dimensión social de la agenda de la Sustentabilidad ha sido registrado por diversos estudios. En 2008 una investigación realizada por ComunicaRSE mostró que un 48% de las acciones, programas y políticas de las empresas estaban dirigidas a las relaciones con la comunidad. (8)

### CALIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE MARCARON AGENDA

[ gráfico n°6 ]

Tema	Puntuación
Inversión Social en Comunidad	3,8
Ambiente	3,1
Público Interno	2,9
Clientes	2,44
Transparencia y Gobierno Corporativo	2,29
Proveedores	2,23

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

(8) Informes ComunicaRSE, "Comunicación interna y Responsabilidad social empresarial", Argentina, 2009. Pag. 7

## IMPULSORES EN LA ADOPCIÓN DE LA RSE

Sobre los motivadores de la RSE con mayor influencia, la Reputación obtuvo la mayor puntuación (4,3 sobre 5), seguida por las directivas de casa matriz (3,8) y la licencia social para operar (3,1). (Gráfico N° 7). Estos resultados muestran una gran influencia de las multinacionales en el impulso de la temática y la instalación de un modelo de gestión basado en el desempeño comunicacional, con miras a obtener la aprobación de las sociedades en las que se desempeñan.

El beneficio reputacional de la RSE se mantiene firme desde 2009 donde se mostraba a la Reputación como el principal driver, obteniendo una puntuación de 8,8 sobre 10. (9) También surge que la presión de los inversionistas (2,4) y de los marcos regulatorios (2,2) no han jugado un papel importante hasta la fecha a la hora de promover la RSE. Lo mismo sucede con las exigencias de la cadena de valor (2,5). A diferencia de los mercados desarrollados, la Investigación muestra que las empresas no estarían viendo a la RSE como un sistema de gestión de prevención de riesgos regulatorios futuros. (Gráfico N°7).

### CALIFICACIÓN DE LOS TEMAS QUE MARCARON AGENDA

[ gráfico n°7 ]

Tema	Puntuación
Reputación	4,3
Directivas de Casa Matriz	3,8
Licencia social para operar	3,1
Medios de Comunicación	2,7
Consumidores	2,6
Acceso a Mercados Financieros	2,5
Exigencias Cadena de Valor	2,5
Retención de talento	2,4
Presión de Accionistas e Inversores	2,4
Presiones regulatorias	2,2

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

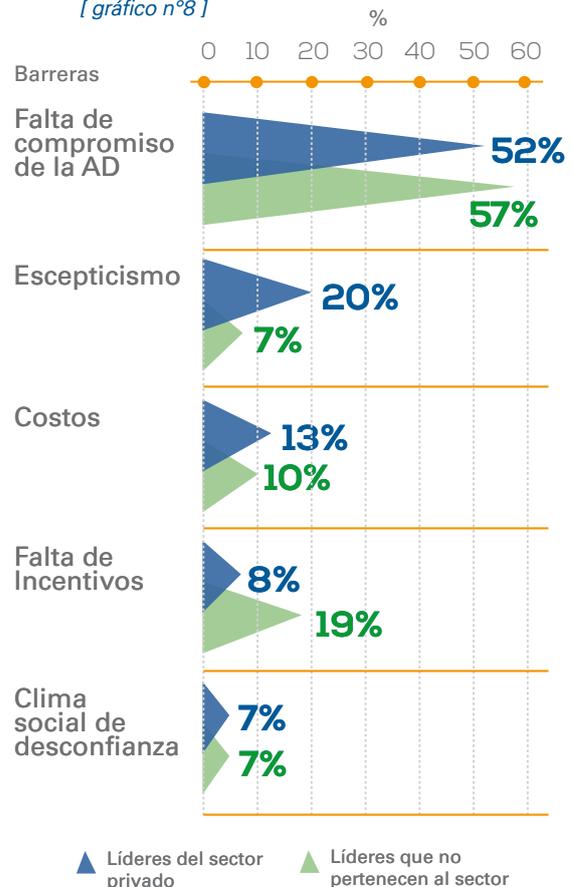
## BARRERAS PARA EL DESARROLLO DE POLÍTICAS DE RSE

A nivel general, más de la mitad de los encuestados (56%) considera que la principal barrera para el desarrollo de políticas de RSE es la falta de acompañamiento de la alta dirección. Aquí podemos inferir que los directivos no la estarían considerando como un valor estratégico, con lo cual su implementación en las compañías corre el riesgo de darse de manera superficial. Por otra parte, las demás menciones pusieron como obstáculos al escepticismo (14%), la falta de incentivos (12%) y el clima social de desconfianza (7%); lo que muestra que quienes han implementado estas políticas han tenido que lidiar con un escenario que no era el ideal para hacerlo. Por el contrario, esto revelaría que si existiesen mejores estímulos del contexto la RSE podría tener un impulso mucho mayor al que ha tenido en la última década.

Tanto para los líderes del sector privado como para el resto de los sectores, la falta de compromiso de la alta dirección es considerada como la principal barrera. (Gráfico N°8).

### PRINCIPAL BARRERA A LA HORA DE DESARROLLAR POLÍTICAS DE RSE

[ gráfico n°8 ]



(9) Informes ComunicaRSE, "Comunicación externa de la RSE en la Argentina", Argentina, 2009. Pag. 34

(10) Informes ComunicaRSE, "La RSE en los Recursos Humanos", Argentina, 2011. Pag. 17



## COMPROMETERNOS HOY, PARA MEJORAR EL MAÑANA.

Somos un miembro activo de las comunidades donde estamos presentes.

Trabajamos en diversas temáticas como lucha contra el hambre, equidad de género, medio ambiente y voluntariado, mediante programas nacionales a largo plazo.

En Walmart Argentina buscamos liderar con el ejemplo para mejorar la calidad de vida de todos los argentinos.

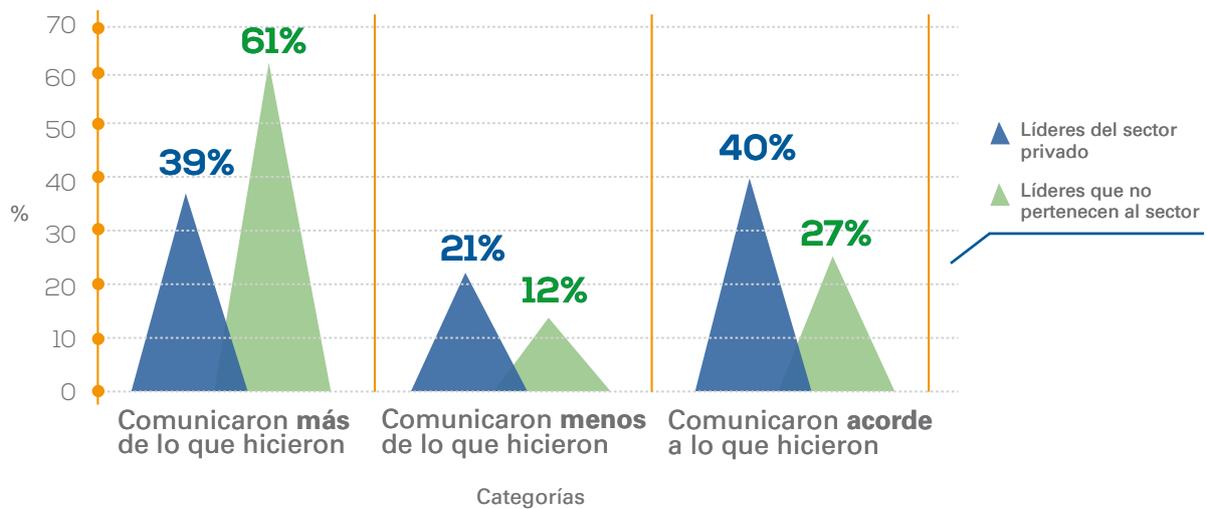


## GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

Un aspecto que siempre surge a la hora de hablar de la comunicación de la RSE es su correspondencia con la gestión propiamente dicha. O sea: se hace más de lo que se dice, se dice más de lo que se hace, o ambos conceptos están equilibrados? Tal como muestra el Gráfico N°9, desde afuera de la empresa se percibe una preminencia del “paradigma comunicacional” de la RSE por encima del “paradigma de gestión”.

### COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LA RSE

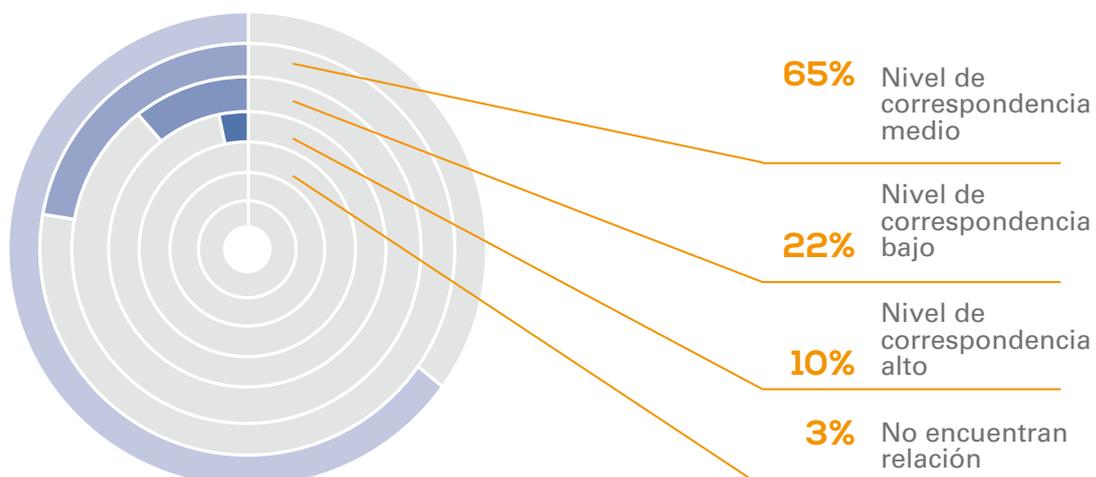
[ gráfico n°9 ]



Estos resultados se complementan cuando vemos que la mayoría de los encuestados (65%) perciben una falta de correlato entre la gestión real de las empresas y el contenido que se publica en los Reportes de Sustentabilidad. (Gráfico N° 10). Este escenario podría obedecer a que los líderes de opinión aun perciben falta de madurez conceptual y de transparencia en este tipo de informes.

### NIVEL DE CORRESPONDENCIA ENTRE EL CONTENIDO DE LOS REPORTES Y LA GESTIÓN REAL DE LAS EMPRESAS

[ gráfico n°10 ]



## ACTORES QUE PROMUEVEN LA RSE

Las diferentes instituciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresaria han jugado roles distintos en lo que atañe a su promoción en Argentina. Algunas han estado a la vanguardia, otras en cambio han tenido un vínculo más tangencial con el tema.

Según puede verse en el Gráfico N°11, los referentes consideran que la sociedad civil en su conjunto ha tenido un papel activo en la promoción de la RSE. La puntuación más alta (3,6 sobre 5) fue para las asociaciones ambientalistas y con una diferencia mínima (3,4) le siguen en importancia los organismos internacionales que continúan marcando el rumbo junto a la academia (3,1). Cabe destacar que dentro del amplio universo de la sociedad civil las asociaciones ambientalistas están teniendo más peso que las de consumidores, y los sindicatos parecen estar al margen de la promoción de la RSE en el país.

Esta tendencia coincide con la Investigación 2009 de ComunicaRSE (11) que arrojó que los sindicatos eran el grupo con menor interés por la RSE (38%), y con la Investigación 2010 (12) donde este actor aparece sólo con el 2% de las consideraciones.

### COMPROMISO DE LOS ACTORES [ gráfico n°11 ]

Compromiso de los actores en la promoción de la RSE	Puntuación
Asociaciones Ambientales	3,6
Sociedad Civil	3,3
Organismos internacionales	3,4
Academia	3,1
Medios de Comunicación	2,7
Asociaciones Consumidores	2,5
Gobierno	2,2
Sindicatos	1,7

1 es la calificación más baja y 5 la más alta

(11) Informes ComunicaRSE, "Comunicación externa de la RSE en la Argentina", Argentina, 2009. Pag. 30

(12) Informes ComunicaRSE, "Reportes de Sustentabilidad en Argentina" Lecciones y Aprendizajes, Argentina, 2010. Pag. 30

## SECTOR PÚBLICO

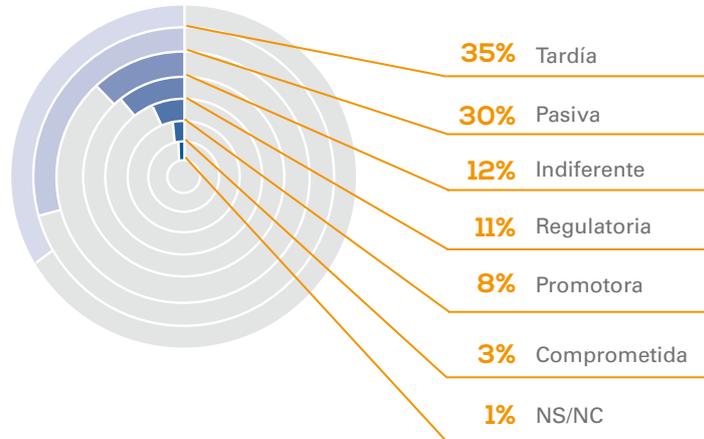
En el plano de la RSE puede, por ejemplo, generar un marco legal para regular la actividad, incluir planes de contratación pública responsable que eleven el marco en el que se desempeñan los negocios; generar alianzas con el sector privado y la sociedad civil para solucionar problemas de manera innovadora; destacar buenas prácticas; etc.

Sin embargo, los resultados de la Investigación muestran que el sector público está siendo percibido como poseedor de una actitud tardía (35%) y pasiva (30%) frente a la temática. (Gráfico N°12).

Por el contrario, frente a la pregunta sobre la necesidad de un marco legal de referencia para la RSE más de la mitad de los encuestados (52%) se pronuncia en contra, dejando entrever que prefieren encontrar un Estado que acompañe y no que regule el camino a transitar. A pesar de ello, también hay que destacar que es alto el porcentaje (38%) de quienes sí consideran que hacen falta leyes en el mundo de la Responsabilidad Social Empresarial. En el Gráfico N°13 se pueden ver estos resultados desglosados en función de los rubros a los que pertenecen los encuestados.

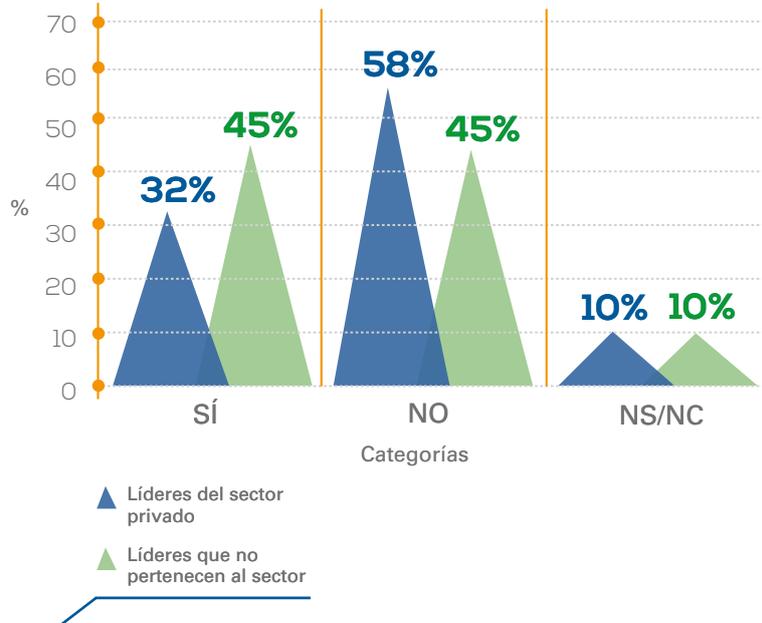
### PALABRA QUE DESCRIBE MEJOR LA ACTITUD QUE HA TENIDO EL SECTOR PÚBLICO CON RESPECTO A LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[ gráfico n°12 ]



### NECESIDAD DE UN MARCO LEGAL DE REFERENCIA PARA LA RSE

[ gráfico n°13 ]



## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los Medios cumplen una labor importante a la hora de marcar agenda y generar conciencia en la opinión pública. Según vemos en el Gráfico N°14, la evaluación general de los encuestados revela que los Medios Masivos han tenido una mirada "superficial" (40%) en el tratamiento periodístico de la RSE y su involucramiento ha estado teñido por la "desconfianza" (8%), la "indiferencia" (5%) y el "escepticismo" (7%); lo que mostraría que para los líderes de opinión los Medios no han sido un factor determinante para el impulso de la Responsabilidad Social Empresaria.

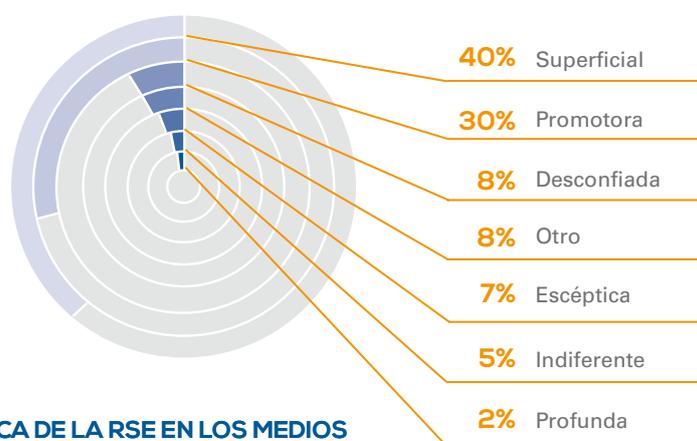
Esto se complementa con la percepción general de los encuestados (77%) acerca de la "escasa" presencia que tiene la temática en estos canales de información. (Gráfico N°15)

## DIRIGENCIA ARGENTINA

Casi nueve de cada diez líderes de opinión (86%) considera que la dirigencia argentina le ha dado importancia a la Responsabilidad Social Empresaria, pero a una escala intermedia (Gráfico 16). Estos resultados coinciden con la percepción de que la principal barrera contra la RSE es la falta de apoyo de la alta dirección (Gráfico 8).

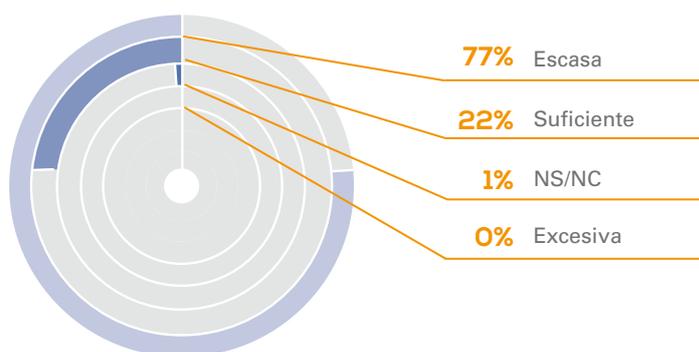
### ● PALABRA QUE DESCRIBE MEJOR LA ACTITUD QUE HAN TENIDO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON RESPECTO A LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[ gráfico n°14 ]



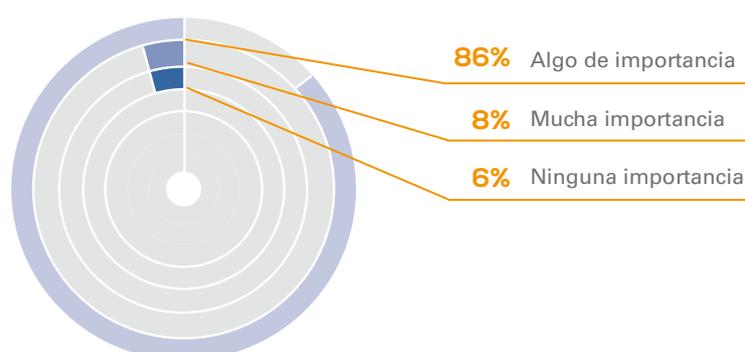
### ● LA PRESENCIA DE LA TEMÁTICA DE LA RSE EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS HA SIDO:

[ gráfico n°15 ]



### ● NIVEL DE IMPORTANCIA DADA A LA RSE POR LA DIRIGENCIA EMPRESARIA ARGENTINA

[ gráfico n°16 ]

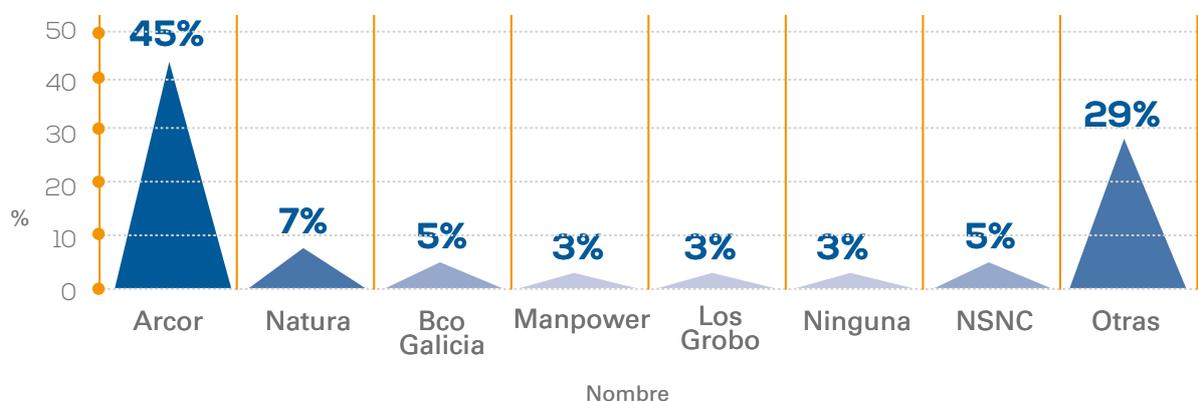


## LOS ELEGIDOS DE LA DÉCADA

Se le propuso a los encuestados que escogieran según su criterio al líder empresario y a la compañía que mejor desempeño hayan mostrado en la promoción de la RSE entre 2002 y 2012.

### EMPRESAS QUE HAYAN MOSTRADO MAYOR VOCACIÓN POR LA RSE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

[ gráfico n°17 ]



### LÍDER EMPRESARIAL ARGENTINO QUE HAYA MOSTRADO MAYOR VOCACIÓN POR LA RSE EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS

[ gráfico n°18 ]

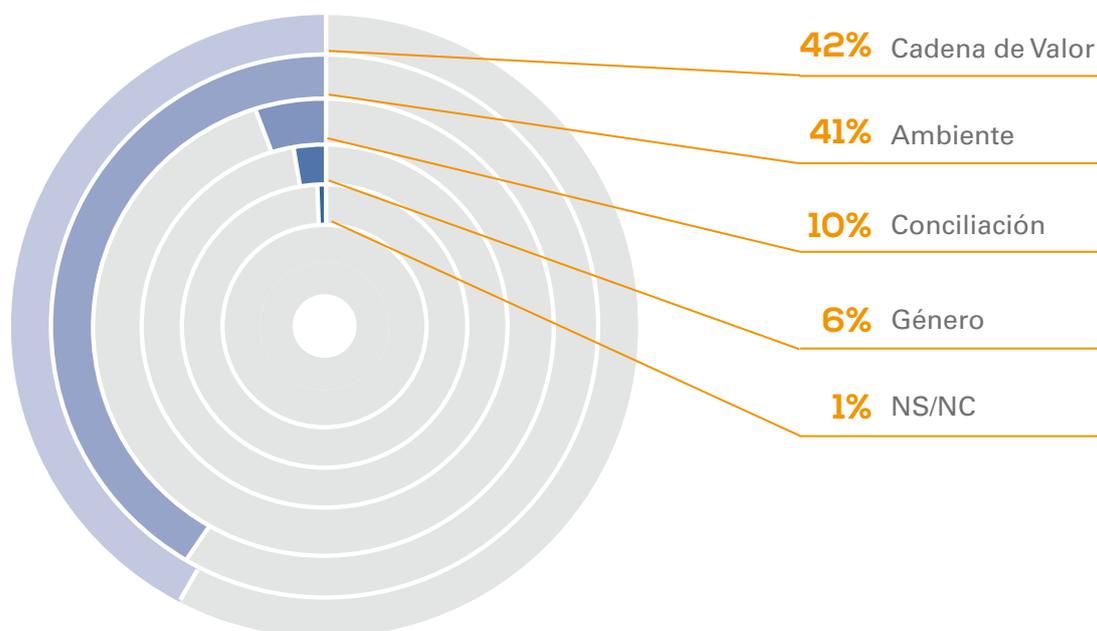


## TENDENCIAS

A pesar de la poca influencia que ha tenido en esta década, la cadena de valor es considerada como el tema clave que impactará en las agendas futuras de las empresas (42%), seguido de cerca por el medioambiente (41%). Lo asuntos vinculados con la gestión de las personas (como conciliación y género) aparecen relegados a un segundo plano, no llegando a superar el 10% de las preferencias. (Gráfico N°19)

### TEMA DE LA AGENDA GLOBAL DE LA SUSTENTABILIDAD QUE IMPACTARÁ MÁS EN LAS EMPRESAS DE ARGENTINA EN EL CORTO PLAZO

[ gráfico n°19 ]

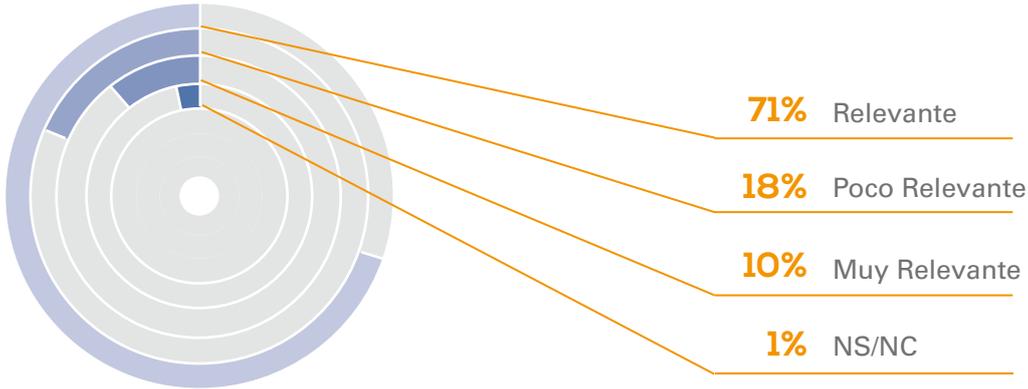


Los siguientes 4 gráficos muestran qué nivel de presencia tendrán en el plano local algunos temas que hoy forman parte de la agenda internacional de la sustentabilidad.

Con respecto a las herramientas de gestión, se evidencia un cambio de perspectiva en los líderes sobre la incorporación de la ISO 26000 en el corto plazo. En la Investigación "Reportes de sustentabilidad. Lecciones y Aprendizajes" (13) realizada por ComunicaRSE en 2010, su visión era cauta al respecto. Sin embargo, en los resultados del presente trabajo vemos una mayor inclinación hacia la aplicación de la ISO 26000 (Gráfico N°20).

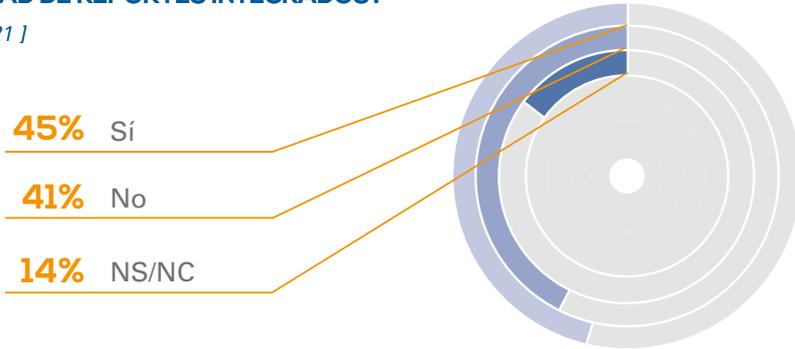
**EN LOS PRÓXIMOS AÑOS EL USO DE LA ISO 26000 SERÁ:**

[ gráfico n°20 ]



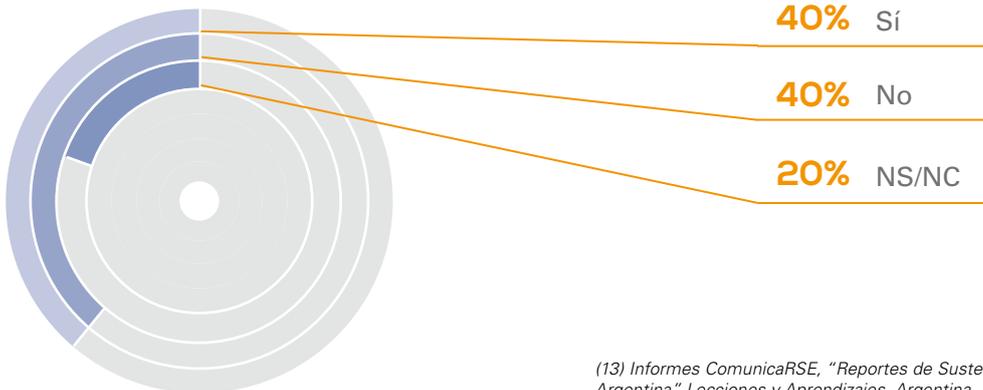
**¿LLEGARÁ EN EL CORTO PLAZO A ARGENTINA LA MODALIDAD DE REPORTES INTEGRADOS?**

[ gráfico n°21 ]



**¿LAS EMPRESAS INCORPORARÁN FORMALMENTE A SU ESTRATEGIA DE RSE EN EL CORTO PLAZO LOS PRINCIPIOS RECTORES SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS LANZADOS POR LA ONU EN 2011?**

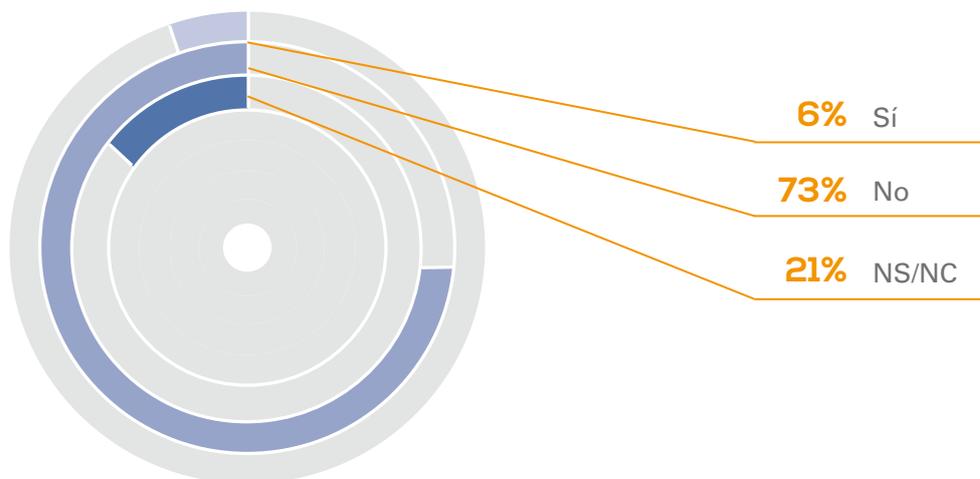
[ gráfico n°22 ]



(13) Informes ComunicaRSE, "Reportes de Sustentabilidad en Argentina" Lecciones y Aprendizajes, Argentina, 2010. Pag. 34

### ¿ARGENTINA TENDRÁ UN ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD EN SU BOLSA DE VALORES EN EL CORTO O MEDIANO PLAZO?

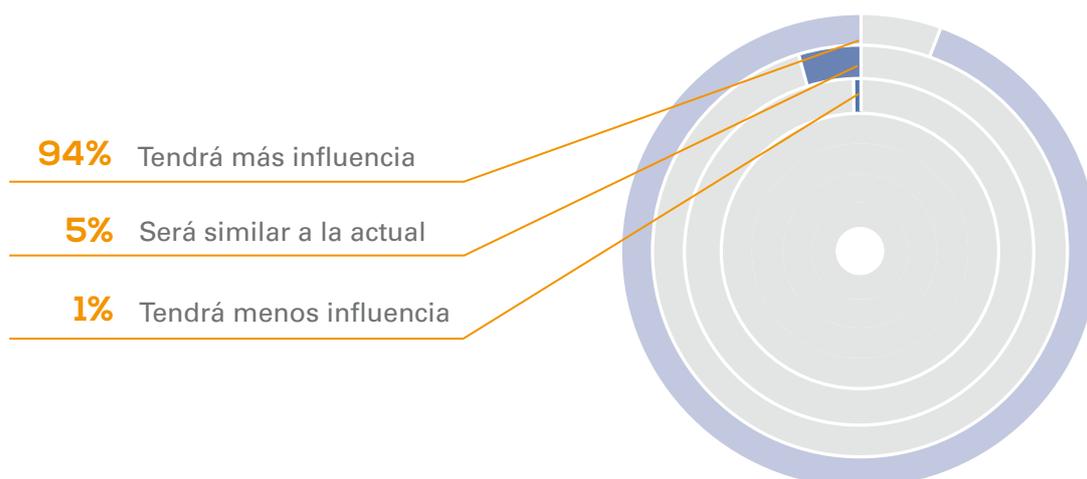
[ gráfico n°23 ]



Por último, casi el total de los encuestados (94%) imagina que en 2022 la influencia que tendrá la sustentabilidad en los negocios será mayor que la actual. Aquí, podemos ver que el desarrollo de la temática continuará en ascenso y marcaría dos décadas de crecimiento paulatino pero constante (Gráfico N°24).

### INFLUENCIA QUE TENDRÁ LA SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS DE CARA A 2022

[ gráfico n°24 ]



# CONCLUSIONES

**LA PERCEPCIÓN DE LOS LÍDERES DE OPINIÓN** es que la responsabilidad social empresaria (RSE) en Argentina ha avanzado en la última década, pero no con el impulso suficiente como para ser un componente estratégico sustancial de los negocios.

**LA RSE ES MÁS IMPORTANTE HOY** que diez años atrás pero no logró ser relevante en la agenda de los tomadores de decisión. La dirigencia no le asigna una importancia suficiente y esa ha sido una de las principales barreras para el desarrollo de una cultura de negocios responsable. El sector público tampoco ha sido un factor dinamizador y ha tenido una actitud “pasiva y “tardía” ante la RSE.

**EN CUANTO A LA EVOLUCIÓN CONCEPTUAL**, surge con claridad que “sustentabilidad” es el término que se ha impuesto como sucedáneo de RSE y que en el futuro la “cadena de valor” y la “agenda ambiental” tendrán mayor preeminencia sobre la “agenda social” que dominó en estos últimos años.

**SE REVELA EL PREDOMINIO DEL “PARADIGMA COMUNICACIONAL”** de la RSE por encima del “paradigma de gestión”. La gran mayoría cree que se comunicó más de lo que se hizo; que los reportes de sustentabilidad no reflejan con exactitud la gestión de las empresas y que la reputación es el principal y casi excluyente motivador.

**CON RESPECTO A OTROS INCENTIVOS**, estarían pesando más los impulsores adoptados voluntariamente por las empresas como la Guía ISO 26000 y los reportes integrados, que las presiones exógenas que pudieran surgir desde los mercados, los Estados o las cadenas de valor.

**EN LO QUE ATAÑE A LOS “MODELOS DE GESTIÓN”** el trabajo muestra que la “Gerencia de RSE” es el más extendido y valorado en Argentina, complementado, en ocasiones, con un Comité de RSE que aporte transversalidad. Dentro de los temas que más se abordan desde la empresa predomina la “Inversión Social Privada” y quedan “Transparencia” y “Cadena de Valor” como cuentas pendientes hacia adelante.

**CASI LA TOTALIDAD DE LOS LÍDERES DE OPINIÓN PERCIBEN** que en el futuro la sustentabilidad tendrá una mayor influencia en los negocios y se necesitarán sistemas de gestión más sofisticados y transparentes.

En 1962 fundamos una escuela técnica junto a nuestro Centro Industrial en La Matanza. Hoy, nuestro proyecto educativo más importante.

La Escuela Fundación Fangio es una de las instituciones de más alto nivel educativo del país, una de las pocas escuelas privadas de fábrica y la única totalmente gratuita.

Todos los días, junto a la Fundación Fangio, reafirmamos nuestro compromiso a través de nuestros 200 alumnos, con el desafío de seguir formando los mejores profesionales para la industria argentina.

*Mercedes-Benz  
celebra 50 años de compromiso  
con la educación argentina.*



Mercedes-Benz

# "ComunicaRSE nació en 2002 como el primer medio de comunicación de habla hispana especializado en RSE y Sustentabilidad "

## **MISIÓN**

Ser el espacio de referencia periodística y de producción de contenidos especializados en responsabilidad social empresarial y sustentabilidad líder en idioma español.

## **VISIÓN**

Creemos que la RSE y la sustentabilidad implican una nueva manera de producir y distribuir la riqueza en el mundo.

Creemos en la organización empresa como protagonista del cambio social.

Consideramos que la comunicación es una herramienta de transparencia, incidencia social y rendición de cuentas.

Creemos que la construcción de un entorno natural y un orden social más equitativo y sustentable es responsabilidad de todos los actores sociales.

## **VALORES**

Trabajamos para brindar información oportuna, veraz y equilibrada.

Incluimos en nuestro trabajo la voz de todos los grupos de interés involucrados en la sustentabilidad.

Privilegiamos el valor de la acción por encima de la visibilidad del actor que la impulse.

Nos asociamos con nuestros diversos grupos de interés en proyectos de largo plazo.

Nos moviliza el afán por la calidad y la excelencia.

Apostamos por trabajar con armonía entre la tradición y la innovación.

## **NUESTROS PRODUCTOS**

Sitio Web.

Newsletter.

Investigaciones ComunicaRSE.

Ciclo de Eventos ComunicaRSE.

Asesoría en Reportes de Sustentabilidad.

# “Somos el Primer Medio periodístico especializado en Responsabilidad Social Empresaria de habla hispana”

En estos 10 años de trayectoria nos hemos consolidado como el referente internacional en materia informativa, con una visión editorial amplia en materia de sustentabilidad, global e integradora de la diversidad temática de la RSE.

*Hitos de nuestra historia:*

Más de 400 newsletters semanales publicados.

Más de 12 mil suscriptores del Newsletter.

Más de 17 mil seguidores en las redes sociales.

Más de 175 mil visitantes unicOS en la web durante 2011 según Google Analytics.

7 Investigaciones publicadas sobre la diversidad temática de la RSE incluyendo; Opinión Pública, Comunicación Interna, Modelos de Gestión, Comunicación Externa, Reportes de Sustentabilidad, Prácticas Responsables de RRHH y Diez años de RSE en Argentina.

Formó parte de la Mesa Promotora, y más tarde de la Mesa Directiva de la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas en Argentina.

Tiene alianzas institucionales como “medio asociado” con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y Instituto Ethos (Brasil) para sus conferencias internacionales.

Participación como media partner del Foro de RSC América Latina y el Caribe-Unión Europea realizado en Buenos Aires y organizado por los Gobiernos de Alemania y Argentina.

Ganadores del “Premio al Periodismo de RSE de la Red Puentes, Agencia Novib y el Gobierno de Holanda”.

“Primer premio en la categoría medios de comunicación que otorga la Fundación Alares” de Madrid, España.

Seleccionado como Proyecto Periodístico de Internet por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), fundada por Gabriel García Márquez.

diseño: [www.estudiocolmena.com.ar](http://www.estudiocolmena.com.ar)



6º EDICIÓN  
INFORMES COMUNICARSE 2012

---

Investigación sobre:  
10 años de RSE en Argentina. En el camino hacia la sustentabilidad

[info@comunicarseweb.com.ar](mailto:info@comunicarseweb.com.ar)  
[www.comunicarseweb.com.ar](http://www.comunicarseweb.com.ar)



Agradecemos a las siguientes empresas que nos acompañan

Patrocinan



Auspician



Comunicación de  
Responsabilidad Social  
de la Empresa

[www.comunicarseweb.com.ar](http://www.comunicarseweb.com.ar)

info@comunicarseweb.com.ar  
Juramento 4993 Piso 3 F (C1431CKI)  
Ciudad de Buenos Aires - Argentina

Comunica RSE