

Un Resumen de Responsabilidad Social Empresarial:

Definiciones, Actores Claves y Fundamentos para su Gestión

**Documento de Trabajo para los Seminarios de Sistemas
de Gestión Social de GrupoNueva**

por Sharon Flynn

Enero 2003

Contenido

1.	Resumen.....	3
2.	¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?.....	4
3.	¿Cómo evolucionó la RSE?.....	5
4.	¿Cuáles son los temas claves de la RSE?.....	5
4.1.	Ética, Valores y Principios de los Negocios	6
4.2.	Derechos Humanos, Trabajo y Empleo	6
4.3.	Gobernabilidad Corporativa.....	6
4.4.	Ambiente.....	6
4.5.	Cadenas de Proveedores y Productos	7
4.6.	Filantropía hacia Inversión Social	7
4.7.	Desarrollo Económico, Salud y Educación.....	7
4.8.	Capacidad para rendir cuentas y apertura a la verificación externa	7
5.	¿Cómo Se Logra La Responsabilidad Social Empresarial?	8
6.	¿Quiénes son los Actores Claves?: Estándares, Códigos de Conducta e Indicadores	9
6.1.	Estándares.....	10
6.1.1.	Los Principios Globales de Sullivan	10
6.1.2.	Pacto Global de las Naciones Unidas.....	10
6.1.3.	La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocio.....	10
6.1.4.	Guías para Empresas Multinacionales (OCDE).....	10
6.1.5.	Principios Fundamentales y Derecho al Trabajo (OIT).....	11
6.2.	Códigos de Conducta.....	11
6.2.6.	SA8000.....	11
6.2.7.	Iniciativa de Comercio Ético	11
6.2.8.	AA1000 y AA1000S - AccountAbility	11
6.2.9.	SIGMA: Directrices Integradas para la Gestión de Sostenibilidad.....	12
6.3.	Indicadores.....	12
6.3.10.	Iniciativa de Reporte Global (GRI).....	12
6.3.11.	Principios para la Responsabilidad Corporativa Global.....	12
7.	¿Qué son las críticas?.....	13
8.	¿Qué aspectos de la responsabilidad social empresarial son importantes para el Grupo Nueva?.....	14
9.	Anexo 1 – Información sobre las Organizaciones	16
9.1.	Los Principios Globales Sullivan	16
9.2.	Compacto Global de las Naciones Unidas.....	16
9.3.	La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocios	17
9.4.	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)	19
9.5.	Organización Internacional de Trabajo.....	19
9.6.	SA8000.....	20
9.7.	Iniciativa de Comercio Ético.....	21
9.8.	AA1000 y AA 100S – AccountAbility.....	22
9.9.	The Global Reporting Initiative (GRI)	22
9.10.	Principios Globales de Responsabilidad Empresarial: Referencias para la Responsabilidad Social	23
10.	Anexo 2 - Organizaciones de RSE en Latinoamérica.....	25
11.	Bibliografía	27

1. Resumen

Este informe contiene un resumen de sector de responsabilidad social empresarial (RSE) e incluye una breve reseña histórica del concepto, los temas claves y un listado de los grupos que han desarrollado enfoques más importantes para la definición y puesta en marcha de la RSE. El documento pretende servir de base para el desarrollo de los sistemas de gestión social en las empresas de GrupoNueva.

Si bien no existe una definición única sobre el sentido de la responsabilidad social empresarial, por lo general se entiende que es el compromiso que adquiere una empresa de identificar y administrar de manera responsable sus relaciones e impactos de carácter social, económico y ambiental. La RSE es un campo relativamente nuevo; la actividad en sí se inició durante la década de los noventa como consecuencia de la globalización, en particular la disminución del proteccionismo y controles gubernamentales sobre el sector privado, y la desconfianza creciente de la sociedad civil en el poder empresarial.

Varios actores de interés, desde empresas y organizaciones no gubernamentales (ONG) hasta agencias internacionales, han propuesto estándares y códigos de conducta en materia de responsabilidad social empresarial. El propósito de estas iniciativas es alcanzar unos criterios para definir la responsabilidad social de una empresa. Sin embargo, no existe una iniciativa ni un modelo que constituya la base definitiva para la RSE. Hay diferencias notables entre los sistemas en lo que respecta al alcance, rango y contenido de los temas claves de la responsabilidad social empresarial. Los temas de trabajo y empleo son más desarrollados que otros.

Las actuales iniciativas han recibido varias críticas, entre ellas la brecha entre la retórica y la acción real de las empresas, la ausencia de monitoreo independiente y la falta de vinculación y compromiso de los públicos interesados¹, a pesar de que los documentos de compromiso hacen hincapié en los procesos de consulta. En general, el discurso en el sector ha apoyado estándares voluntarios para regular el comportamiento empresarial como una alternativa de la regulación por parte de los gobiernos. Sin embargo, los casos de Enron y Arthur Andersen fortalecieron el argumento para más control y regulación del gobierno y los temas de verificación y gobernabilidad corporativa.

¹ Un público interesado es: 1) cualquier persona u organización que perciba la influencia, positiva o negativa, de las operaciones de una empresa, y 2) cualquier persona u organización que pueda ejercer alguna influencia, positiva o negativa, en las operaciones de una empresa. Los públicos interesados de una empresa típica comprenden a los accionistas, gerencia, empleados, además de representantes de comunidades locales, de la academia, de organizaciones no gubernamentales (ONG) y de los medios de comunicación.

2. ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

No existe una definición totalmente aceptada sobre el significado de la responsabilidad social empresarial (RSE). El campo es relativamente nuevo y únicamente adquirió importancia durante la última década. El recuadro que aparece a continuación presenta tres definiciones que utilizan las organizaciones no gubernamentales (ONG) que allí se mencionan. A estos grupos se les considera, primordialmente, actores claves del ámbito y representan la perspectiva del sector privado.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza

“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.

Tres conceptos claves sustentan estas definiciones:

- **La relevancia social de una empresa**

La responsabilidad social implica que una empresa cumple en la sociedad un papel que va más allá de su mera función económica. Ese papel incluye realizar contribuciones positivas a la sociedad y participar activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y del ambiente.

- **Gestión de impactos**

Las empresas deben identificar y asumir responsabilidad sobre el espectro total de impactos que genera su cadena de valores, por ejemplo, los impactos generados desde la compra de materia prima hasta el uso del producto final por el consumidor.

- **Consulta y comunicación con públicos interesados**

Cada empresa posee un conjunto único de públicos interesados. Si la empresa tiene relevancia social, los intereses, expectativas y preocupaciones de sus públicos interesados, además de los de la empresa, definen las responsabilidades sociales de la misma. La empresa no puede determinar por sí sola su relevancia social ni la contribución que debe hacer a la sociedad. La manera los miembros de una sociedad deciden vivir y trabajar junto es un proceso dinámico y fluido que una empresa por sí sola no puede controlar. Para contribuir a este proceso y definir sus responsabilidades sociales específicas, la empresa debe vincularse y comprometerse activamente con la sociedad, y consultar con sus públicos interesados el comportamiento que esperan de ella.

3. ¿Cómo evolucionó la RSE?

La responsabilidad social empresarial adquirió relevancia durante la última década del siglo XX, impulsada por varias tendencias económicas y sociales. Durante los años ochenta, la política económica mundial se apartó de la regulación y de la intervención estatal y se dedicó a la liberación del comercio y a la promoción de exportaciones. La verdadera globalización de la cadena de valores se inició cuando los puntos de producción de bienes pasaron del Norte hacia el Sur. En consecuencia, los gobiernos (en especial los del Sur), pasaron de ser protectores y reguladores del sector empresarial, a promotores de la inversión extranjera. (Jenkins 2001)

A medida que la globalización trajo consigo la liberación del comercio, también trajo la comunicación global, y el comportamiento de empresas norteamericanas y europeas en los países en desarrollo dejó de permanecer escondido. En muchos casos, el movimiento de la cadena de producción se tradujo en empresas operando en países con regulaciones gubernamentales débiles y en donde la aplicación de la ley es deficiente. La transferencia rápida de información alrededor del mundo aumentó la conciencia pública sobre los problemas sociales, ambientales y económicos que resultan de la ausencia de un marco legal fuerte para regular y controlar el desempeño empresarial.

La nueva actitud del público norteamericano y europeo (que incluye consumidores y accionistas), y las exigencias para que las corporaciones mejoraran su desempeño social y ambiental, dieron nuevo valor a la importancia de la marca y a la imagen y la reputación² de la empresa, y contribuyeron al desarrollo de la RSE. Líderes corporativos en responsabilidad social empresarial, como Royal Dutch Shell y Levi-Strauss, son empresas del Norte con perfiles muy visibles, para quienes la percepción positiva de su marca por parte del público resulta crítica para el éxito de los negocios. El compromiso de Shell con la RSE está vinculado directamente a las acusaciones de violación de derechos humanos en Nigeria, y al escándalo por el desmantelamiento, en 1995, de la plataforma petrolera Brent-Spar en el Mar del Norte. Estos dos acontecimientos fueron objeto de extensa difusión por parte de los medios en Europa y Norteamérica, lo cual ocasionó un boicot de los consumidores a los productos de Shell.

Los cambios en las regulaciones gubernamentales sobre el sector privado y la nueva actitud del público frente la actividad empresarial se tradujeron en mayores exigencias para que las empresas operaran según códigos y estándares de comportamiento socialmente responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron también a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de responsabilidad social empresarial constituía una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, lo cual, a su vez, reducía el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones y sus presupuestos, ayudaba a conservar a los clientes y facilitaba el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias en términos de reducción de impactos negativos sobre el ambiente y la comunidad.

4. ¿Cuáles son los temas claves de la RSE?

La responsabilidad social empresarial comprende varios temas. Algunos están más desarrollados que otros y pueden definirse por medio de estándares precisos e internacionalmente aceptados. Otras áreas son nuevas y los indicadores y estándares para evaluarlas se encuentran en evolución. Idealmente, la empresa que aspire a ser socialmente responsable deberá considerar todas estas dimensiones cuando diseñe su propia estrategia de responsabilidad social.

² Tres definiciones útiles son: Identidad = como la empresa define “que somos”; Imagen = como la empresa se presenta a sí-misma y como comunica su identidad; Reputación = percepción de la empresa por sus públicos interesados.

4.1. Ética, Valores y Principios de los Negocios

El primer paso que debe tomar una empresa para desarrollar una estrategia de responsabilidad social es definir con precisión los valores que rigen sus negocios. Con la importancia que cobra la RSE, la ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales, hacia la adopción de un código ético basado en los valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no sólo para incluir la manera cómo una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas.” Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la manera cómo la empresa establecerá sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la confianza, el respeto, la transparencia y la apertura.

4.2. Derechos Humanos, Trabajo y Empleo

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la responsabilidad social empresarial, debido a la temprana evolución de los estándares formulados en 1919 por la Organización Internacional de Trabajo (OIT), los cuales son internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran las bases de esta área, y se incorporan dentro de los códigos de conducta más confiables. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son (1998):

1. Libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
2. Eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;
3. Abolición efectiva del trabajo infantil, y
4. Eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

4.3. Gobernabilidad Corporativa

La gobernabilidad corporativa se define como el conjunto de prácticas, políticas y mecanismos que usa una empresa para administrarse a sí misma y tiene que ver especialmente con la manera como la junta directiva cumple con las responsabilidades que tiene frente a sus accionistas y públicos interesados. La gobernabilidad corporativa ha adquirido relevancia durante los últimos diez años, conjuntamente con la preocupación pública por el creciente poder de las empresas. Entre los temas claves de la gobernabilidad corporativa se encuentran la capacidad de rendir cuentas de sus actividades, la consecuente responsabilidad, el monitoreo, la transparencia y el cumplimiento de las obligaciones legales. El desastre de Enron contribuirá sin duda a que la opinión pública aumente su desconfianza hacia el sector privado e incremente sus esfuerzos para que sobre este exista un mayor control. Enron es también un buen ejemplo de un fracaso total de los sistemas de gobernabilidad corporativa.

4.4. Ambiente

Actualmente existen estrategias diversas y bien desarrolladas para manejar el impacto ambiental directo de las empresas. Esas estrategias se enfocan, tradicionalmente, a administrar los recursos naturales, a controlar la contaminación, a manejar los desechos y a gerenciar el ciclo de los productos. El tema ambiental, que es un componente intrínseco del diálogo sobre responsabilidad social empresarial, busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales (por los cuales son inmediata y directamente responsables), y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

A las compañías se les insta a participar activamente en los asuntos relacionados con sanidad, salud, acceso a agua potable, saneamiento ambiental, vivienda, alimentación y transporte tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSE motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

4.5. Cadenas de Proveedores y Productos

La responsabilidad social insta a las empresas para que además de reconocer y manejar sus propios impactos y responsabilidades directas, descubran de qué manera sus negocios generan impactos sobre todo el ciclo de productos (o cadena de valores), desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías, especialmente en el sector de textiles, han tomado la delantera al establecer estándares sociales y ambientales y sistemas de monitoreo para sus proveedores. El Body Shop en el Reino Unido generó códigos de conducta para sus proveedores durante la década de los noventa e inclusive estableció una división de adquisiciones que se dedica exclusivamente a comprar productos a pequeños negocios comunitarios. Luego de ser objeto de grandes críticas por hacer uso de maquiladoras en Asia, Nike estableció una división interna para verificar que se apliquen estándares laborales aceptables en toda su cadena de producción. Nike también ha contratado a una firma independiente para que verifique el cumplimiento de sus estándares en materia de RSE. (Oliviero 2000).

4.6. Filantropía hacia Inversión Social

Muchas compañías han descubierto que una política “filantrópica” paternalista y estrecha, basada en realizar donaciones en dinero, no responde a lo que el público espera de ellas en materia de responsabilidad social empresarial, ni garantiza que esas contribuciones voluntarias produzcan resultados sostenibles. La RSE motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuven al bienestar económico y social de las comunidades vecinas. Asimismo, se sugiere sustituir las donaciones en dinero por aportes en especie o en servicios, apoyo a proyectos específicos y vinculación de los empleados mediante trabajo voluntario a los procesos de la comunidad. De nuevo, la consulta a los públicos interesados juega un importante papel y entre estos y las empresas deben identificar la mejor forma de colaborar con la comunidad.

4.7. Desarrollo Económico, Salud y Educación

La RSE motiva a las compañías a que busquen nuevas formas para ayudar a resolver los problemas sociales y económicos que enfrentan sus públicos interesados. Como ejemplos se puede mencionar la identificación y desarrollo de oportunidades para empresarios locales y la obtención de mejores servicios de salud y educación para los empleados y las comunidades vecinas. Las empresas pueden servirse de sus propias políticas operativas o la inversión social para contribuir a la solución de esos problemas.

4.8. Capacidad para rendir cuentas y apertura a la verificación externa

Al igual que sucede con los principios inherentes a la gobernabilidad corporativa, la RSE insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de la empresa —desde los empleados hasta la junta directiva— adopten los principios establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento. Los sistemas a través de los cuales se gobierna la empresa, deberán darles seguimiento a las acciones tendientes a alcanzar las metas en materia de RSE y medir y reportar

sus efectos. Parte de la responsabilidad de rendir cuentas consiste en proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de los públicos interesados en la empresa puedan verificar, tanto externa como internamente, los resultados reportados.

5. ¿Cómo Se Logra La Responsabilidad Social Empresarial?

El creciente interés por la RSE ha dado origen a un diálogo prolífico entre los diferentes sectores de la sociedad civil - ONGs, gobiernos, sector académico, sector empresarial y trabajadores. La discusión se centra en lo que significa en la teoría y en la práctica que una compañía sea socialmente responsable y ha dado lugar a varias guías para alcanzar la RSE, códigos de conducta, indicadores y procesos de planificación.

Las organizaciones internacionales emitieron las primeras normas, de los cuales dos todavía permanecen vigentes: la “Declaración Tripartita de Principios relacionados con Normas de Conducta Multinacionales y Política Social” (Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Principles and Social Policy) expedida por la OIT en 1977; y la “Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales” expedida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en 1976. (Jenkins, 2001). A partir de este último documento, OCDE generó sus “Guías para Empresas Multinacionales”, que fueron actualizadas en el año 2000. (OCDE, 2000). En este momento el enfoque líder en la materia es el llamado “Pacto Global de las Naciones Unidas” (United Nations Global Compact).

En los años noventa las corporaciones comenzaron a emitir códigos y estándares como parte de sus esfuerzos para proteger sus reputaciones y el prestigio de sus marcas. Las empresas textiles fueron unas de las primeras en adoptar códigos de conducta como respuesta a presiones laborales. Levi-Strauss emitió en 1992 un código pionero conocido como “Términos de Compromiso para la Asociación Comercial”. (Jenkins 2001, Seyfang 1999)

También durante la última década del siglo pasado, las organizaciones no gubernamentales empezaron a mostrar mayor interés en establecer principios y códigos sobre responsabilidad social empresarial. Aunque entre el sector empresarial y las ONGs se ha generado un cierto acuerdo alrededor de la importancia de la adopción voluntaria de normas de conducta, por parte de las ONGs y de otros públicos interesados existen sospechas sobre la validez de los códigos emitidos por las empresas de manera unilateral. Se cree que los códigos empresariales ponen demasiado énfasis en los intereses de las compañías, en detrimento de aquellos de los públicos interesados. Por lo general, los códigos de las ONGs buscan incrementar el nivel de consulta con los actores de interés y mientras más consultas se realicen, los códigos gozarán de mayor credibilidad.

En general, el discurso del sector considera cuatro puntos importantes que la empresa debe incluir en sus esfuerzos de lograr la responsabilidad social:

- **Consulta con Públicos Interesados y el Manejo de Impactos**

El compromiso de consulta y comunicación con los públicos interesados de la empresa se reconocen como el insumo fundamental para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial. La RSE arranca de reconocer que las operaciones de la empresa generan impactos sobre la gente y sobre el ambiente en toda su cadena de valor, que solamente se pueden entender y manejar adecuadamente mediante la consulta con esos públicos interesados. Como ya se dijo, la responsabilidad social no se puede definir solamente a partir de lo que la empresa considera que es bueno para la sociedad, sino de lo que los públicos interesados opinan sobre la manera como la

empresa debería que actuar. En consecuencia, la opinión de esos públicos constituye un insumo de primera importancia para tomar decisiones en los distintos niveles de la compañía, desde la definición de sus principios y valores hasta la identificación de indicadores que permitan evaluar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

- **Visión, Misión y Valores**

La misión, la visión y los valores de una empresa deben establecer el marco de referencia dentro del cual una compañía incorpora la responsabilidad social en sus políticas y procedimientos operativos. La “misión” constituye la razón de ser de la empresa y usualmente se refiere a la naturaleza de sus negocios; la “visión” se refiere al impacto duradero y de largo plazo que la empresa aspira a provocar, y los “valores” son los principios a través de los cuales la empresa pretende lograr su misión y su visión. Precisar la visión y el conjunto de valores fundamentales de la empresa es un paso clave en el proceso de definir la estrategia de responsabilidad social. Si bien la junta directiva y el personal de más alto rango de la empresa pueden establecer estas definiciones, es vital que otros públicos interesados o actores de interés, como los empleados y los accionistas, sean parte del proceso para garantizar que éste refleje sus intereses específicos y en consecuencia para que se sientan parte de esa responsabilidad.

- **Políticas, Procedimientos e Indicadores**

Con un marco claro de visión, misión y valores, la empresa puede desarrollar políticas específicas para cada área, así como establecer procedimientos adecuados y escoger indicadores para medir los logros en esas áreas específicas. Mientras hoy existe más o menos acuerdo sobre los indicadores más adecuados para evaluar el desempeño económico y ambiental de una empresa, no sucede el mismo con los indicadores para medir el comportamiento social. De allí la importancia de establecer lazos con los públicos interesados: sólo cuando una empresa logre determinar la verdadera dimensión del impacto de sus operaciones, se podrán identificar indicadores para evaluar su desempeño frente a ese impacto.

- **Gobernabilidad Corporativa, Responsabilidad para Rendir Cuentas y Verificación**

Una crítica recurrente que se hace a la responsabilidad social empresarial es que muchas compañías realizan grandes planes y al final no cambian ni sus operaciones ni su comportamiento. Las empresas deben determinar la manera de establecer mecanismos externos e internos para verificar el compromiso y el cumplimiento con sus propios estándares. A medida que se desarrolle el camino hacia la RSE, a las empresas se les exigirá que demuestren resultados tangibles y verificables por fuentes independientes.

6. ¿Quiénes son los Actores Claves?: Estándares, Códigos de Conducta e Indicadores

El campo de los estándares y de los códigos de conducta que pretenden regular la responsabilidad social empresarial se encuentra en plena evolución y no existe un ganador definitivo en la carrera para establecer una línea de base definitiva acerca de cómo ser socialmente responsable. Esta sección presenta algunos de los actores claves y de los sistemas que intervienen en la definición de estándares y códigos de conducta³, pues no parece existir un sistema único para lograr esos objetivos. La concentración de esfuerzos de definir sistemas está en el Reino Unido y los Estados

³ Se presenta en Anexo 1 información de las organizaciones mencionadas abajo. Anexo 2 presenta una lista de organizaciones de RSE claves en Latinoamérica.

Unidos. Las categorías que se proponen a continuación constituyen una alternativa para organizar a los actores y fichas claves de este proceso. Algunos de los programas pueden caer en más de una categoría.

6.1. Estándares

Los estándares son líneas gruesas, guías o principios generales que reflejan los valores y objetivos de RSE, pero no establecen procedimientos específicos para ponerlos en acción. Los estándares constituyen herramientas importantes para enriquecer la visión y los principios de una empresa. Todos los estándares que aparecen a continuación son de carácter voluntario y no generan obligaciones, no requieren un seguimiento y su alcance y profundidad varían según los temas a que hacen referencia. El texto de los mismos aparece en el apéndice. Los estándares claves incluyen:

6.1.1. Los Principios Globales de Sullivan

El Reverendo León Sullivan desarrolló originalmente estos principios para las compañías que operaban en África del Sur durante la era del apartheid. Los principios hacen énfasis en los derechos humanos, la justicia social y la creación de oportunidades económicas. El sitio en Internet de Sullivan contiene un listado de más de 350 empresas que han adoptado estos principios, además de gobiernos y ONGs. A los actores que los han suscrito se les solicita comprometerse a trabajar de acuerdo con ellos y presentar informes anuales para compartir sus experiencias con los demás. (*Origen: Los Estados Unidos*)

6.1.2. Pacto Global de las Naciones Unidas

En 1999 el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, le presentó a la comunidad empresarial una propuesta de Pacto Global (The Global Compact), y les solicitó a los empresarios adoptar los principios que allí figuran en cada una de sus compañías y apoyar las políticas gubernamentales coherentes con esos mismos principios, que incluyen aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos. La página de Internet del “Pacto Global” informa que “varios cientos” de empresas han suscrito esos principios. A las empresas se les solicita enviar un ejemplo anual de la aplicación de los mismos en la práctica e informar sobre las lecciones aprendidas. (*Origen: Internacional*)

6.1.3. La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocio

La Mesa Redonda Caux (Caux Roundtable) es un grupo de líderes empresariales de Europa, Norteamérica y Japón que en lugar de utilizar el concepto de responsabilidad social empresarial, se han comprometido a “promocionar un liderazgo empresarial basado en principios”. Los principios de Caux se presentaron en 1994, lo cual los convirtió en uno de los pioneros en esta exploración. La lista de Caux contiene más de 150 miembros, varios de los cuales son administradores de alto nivel de los sectores corporativos y multilaterales. No está bien definido si todas las empresas representadas por estos administradores observan esos principios en la práctica. Solamente se puede pertenecer y participar en la mesa previa invitación. (*Origen: Los Estados Unidos*)

6.1.4. Guías para Empresas Multinacionales (OCDE)

Estas guías (Guidelines for Multinational Enterprises), actualizadas en el año 2000 por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), constituyen

recomendaciones de los gobiernos a las empresas sobre cómo operar de manera responsable en el ámbito laboral y ambiental, y cubren además temas como es soborno, la protección de los intereses del consumidor, la ciencia y la tecnología, y las reglas para una sana competencia. (*Origen: Internacional - Europa*)

6.1.5. Principios Fundamentales y Derecho al Trabajo (OIT)

Como se especificó anteriormente, estos estándares de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) aceptados internacionalmente se reconocen como el núcleo de la responsabilidad social empresarial. (*Origen: Internacional*)

6.2. Códigos de Conducta

Los códigos de conducta ofrecen lineamientos más específicas para que las operaciones de las compañías cumplan con los principios de la responsabilidad social empresarial. Tres actores claves de esta área son:

6.2.6. SA8000

El sistema SA8000, del Consejo de la Agencia de Acreditación de Prioridades Económicas de los Estados Unidos (Council on Economic Priorities Accreditation Agency -CEPAA), se diseñó específicamente para las fabricas textiles y de confecciones, y pone énfasis especial en asuntos laborales y de derechos humanos. Fue uno de los primeros sistemas en establecer el requisito del monitoreo y la verificación. Sin embargo el sistema ha sido objeto de críticas, principalmente por parte de las ONGs, que lo consideran exclusivamente centrado en los intereses del sector empresarial. A pesar de que un importante grupo de actores de interés participó en el desarrollo del sistema, la CEPAA es considerada como un grupo eminentemente empresarial. (Seyfang 1999). Por otra parte, el SA8000 utiliza firmas auditores convencionales para monitorear a sus miembros y algunos sectores cuestionan la capacidad de estas compañías para verificar procesos de carácter social. Estas críticas se exacerbaron con motivo de los problemas para el cumplimiento de los principios que tuvieron lugar en algunas fábricas chinas en el año 2001. (Oliviero 2001). (*Origen: Los Estados Unidos*)

6.2.7. Iniciativa de Comercio Ético

Esta reciente iniciativa (Ethical Trading Initiative – ETI), lanzada en 1998, también hace énfasis en aspectos laborales y de derechos humanos, y se ha expandido desde las empresas textiles hacia actividades como la agricultura. Fue propuesta por el gobierno británico y es una iniciativa de membresía multisectorial. Se consulta ampliamente a todo lo ancho del Reino Unido por parte de organizaciones no gubernamentales, empresarios y organizaciones sindicales. Los miembros trabajan conjuntos para establecer la mejor manera de implementar el código de conducta. Los miembros deben comprometerse a establecer sus propios sistemas de monitoreo y auditoria puesto que la iniciativa ETI no provee esos servicios. Las críticas alrededor de la ETI ha sido generalmente positiva, a lo cual contribuye el amplio proceso de consulta con los públicos interesados que forma parte integral de la misma. Sin embargo la iniciativa es todavía muy reciente como para evaluar sus resultados prácticos. La membresía comprende a 29 empresas, cuatro organizaciones sindicales y 15 ONGs. (*Origen: Reino Unido*)

6.2.8. AA1000 y AA1000S - AccountAbility

Elaborado por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética, el sistema AA1000 empezó con una propuesta de procesos normalizados para la vinculación y la consulta a públicos interesados y en marzo del 2003 el mismo Instituto lanzará el documento AA1000S con “Estándares de Confiabilidad” (Assurance Standard), cuyo objetivo es establecer los elementos que deben llenar los informes corporativos (y los procesos para elaborarlos) para merecer la credibilidad pública. También están preparando un equipo de auditores sociales capacitados para monitorear y evaluar el comportamiento social de una empresa. El AA1000 es el único sistema totalmente orientado a procesos, lo cual está en total armonía con los principios de la responsabilidad social empresarial. (*Origen: Reino Unido*)

6.2.9. SIGMA: Directrices Integradas para la Gestión de Sostenibilidad

El Instituto Inglés de Normas Técnicas (British Standards Institution), El Foro por el Futuro (Forum for the Future) y Instituto Británico de Responsabilidad Social y Ética (Institute for Social and Ethical Accountability), con el apoyo del gobierno Británico, previo un sólido proceso de consulta con los públicos interesados, lanzaron el instrumento SIGMA en 1999, cuyo objetivo es desarrollar principios, diseñar un marco para la gestión de la responsabilidad social y proponer herramientas para su aplicación. El programa incluye una revisión de los sistemas y requisitos existentes con respecto a la gestión de la sostenibilidad social, económica y ambiental de las empresas. El primer borrador de SIGMA (Sustainability: Integrated Guidelines for Management) se encuentra disponible en la red. (*Origen: Reino Unido*)

6.3. Indicadores

Las siguientes iniciativas proponen una serie de indicadores que las compañías pueden utilizar para evaluar sus avances en material de responsabilidad social empresarial. Se consideran claves los siguientes actores:

6.3.10. Iniciativa de Reporte Global (GRI)

La Iniciativa de Reporte Global o GRI (Global Reporting Initiative) es una herramienta líder y posee un alto nivel de credibilidad, debido principalmente al extenso proceso de consulta a públicos interesados que se llevó a cabo durante su formulación y a sus vínculos con el Pacto Global de las Naciones Unidas sobre la materia. El GRI vincula a un amplio espectro de públicos interesados y proporciona un marco común para reportar los impactos sociales, ambientales y económicos de una empresa. Se espera desarrollar un marco que cuente con amplia aceptación y que se pueda someter a la verificación independiente. La segunda versión de las “Guías para el Reporte de Sostenibilidad” (“Sustainability Reporting Guidelines”) vio la luz en Junio del 2002. (*Origen: Internacional*)

6.3.11. Principios para la Responsabilidad Corporativa Global

Tres grupos de trabajo ligados a iglesias del Canadá, Estados Unidos y el Reino Unido establecieron estas guías (Principles for Global Corporate Responsibility: Benchmarks for Corporate Responsibility) que fueron publicadas por primera vez en 1995. Los principios cubren varias áreas de interés para la responsabilidad social empresarial, como son el área ambiental, el área laboral, los derechos humanos, las relaciones y exigencias a los proveedores y las relaciones con los accionistas. (*Origen: Los Estados Unidos, Canadá, Reino Unido*)

7. ¿Qué son las críticas?

El mundo de la responsabilidad social empresarial se encuentra en un proceso de rápido desarrollo y varias de sus iniciativas son innovadoras. Como se mencionó anteriormente, nadie posee el liderazgo exclusivo en cuanto a la creación de un marco teórico de plena aceptación sobre cómo alcanzar la RSE. Aunque las perspectivas y lecturas sobre los avances en este campo varían de unas empresas a otras, o entre las organizaciones no gubernamentales y el sector académico, existen varias críticas comunes:

- **Verificación Débil**

Todas las iniciativas son voluntarias y la mayoría no cuentan con mecanismos externos capaces de controlar e imponer sanciones por incumplimiento.

- **Mucha retórica, poca práctica**

Muchos códigos y listados de estándares son meros enunciados generales de propósitos, y no procedimientos operativos dotados de sistemas de verificación. El Grupo de Trabajo sobre Iglesias y Responsabilidad Social al cual anteriormente se hizo mención, evaluó ocho empresas canadienses que se habían adoptado su código sobre responsabilidad social y encontraron que “ninguna había logrado cumplir con las expectativas básicas sociales y ambientales del mismo”⁴. Además, a pesar de la proliferación de códigos y estándares, su aplicación real es mínima teniendo en cuenta el volumen total del sector empresarial en el mundo.

- **Acciones de imagen externa *versus* compromiso de cambio**

La mayoría de los esfuerzos tendientes a alcanzar la RSE se han concentrado en compañías productoras de bienes de consumo, de alto perfil en el hemisferio Norte, pero se ha quedado por fuera la gran mayoría de empresas del mundo. Asimismo, muchos de esos esfuerzos apuntan a solucionar problemas específicos que afectan la buena imagen de una empresa, en lugar de corresponder a un enfoque integral de la gestión de la sostenibilidad y la responsabilidad social.

- **Sesgo hacia la visión del Norte**

Las iniciativas sobre responsabilidad social empresarial han sido lideradas por los consumidores, las organizaciones no gubernamentales y las empresas del Norte, lo cual se refleja en un sesgo hacia las visiones, los estándares y los intereses de esa parte del mundo. Algunos grupos pertenecientes a ONGs y empresas, especialmente en el Sur, temen que lo anterior conduzca a una actitud imperialista frente a la responsabilidad social empresarial, que no tenga en cuenta la complejidad socioeconómica que existe en los países en desarrollo, y que en el peor de los casos se traduzca en una barrera más para frenar la competitividad de las empresas de los países en desarrollo a favor de los negocios del llamado “Primer Mundo”.

- **Ausencia de procesos de consulta**

Las iniciativas surgidas de procesos amplios de consulta con los públicos interesados alcanzan una mayor credibilidad que aquellas que carecen de ese ingrediente fundamental. La ausencia de

⁴ “Corporate Social and Environmental Responsibility: Commitment, Conduct and Transparency.” 1 de mayo de 2000. TCCR website: <http://www.web.net/~tccr/benchmarks/report-body.htm>

esos procesos de consulta en algunos sistemas contradice un principio básico de la responsabilidad social empresarial, como es la participación efectiva de los públicos interesados.

- **Poca participación laboral**

Muchos de los sistemas que establecen estándares en el campo laboral no incluyen los principios sobre derechos fundamentales del trabajo adoptados por la OIT. Aunque los derechos de libre asociación y de negociación colectiva se consideran fundamentales en el tema, varios códigos, especialmente los que desarrollan algunas empresas, no los mencionan.

Los públicos interesados del sector de los trabajadores no participan suficientemente en el proceso de desarrollo de algunos códigos, y aunque varios de ellos hacen énfasis en estándares laborales, no consideran las prioridades de los trabajadores mismos, porque tanto los códigos como las empresas, carecen de los mecanismos de consulta suficientes para que la administración comprenda las necesidades e intereses de ese sector. Por otra parte, la aplicación de los códigos puede generar efectos indirectos en contra de los trabajadores, en la medida en que los compradores decidan no adquirir productos de empresas que carezcan de sistemas efectivos de aplicación y monitoreo de los principios de la responsabilidad social. (Jenkins 1999, Seyfang 1999).

Desde un punto de vista positivo, podemos afirmar que la mayoría de sectores aparentemente están de acuerdo en la necesidad de que las compañías mismas y la sociedad civil ejerzan control sobre la actividad de las empresas, con el objeto de suplir la ausencia de intervención gubernamental. Algunos recalcan que debido a esta estructura de base voluntaria y a que la responsabilidad social empresarial constituye un campo nuevo de la administración, es posible que inclusive las empresas más pequeñas puedan evaluar y mejorar sus prácticas en favor de la RSE. Además, la flexibilidad y el dinamismo que caracterizan a este proceso permiten que las empresas puedan establecer sus propios ritmos para alcanzar un comportamiento socialmente responsable, siempre y cuando la administración y sus públicos interesados puedan ponerse de acuerdo sobre el cronograma propuesto.

Algunas organizaciones no gubernamentales también ven en la responsabilidad social empresarial como una herramienta para influir sobre el resto de la sociedad. Una vez que una empresa se compromete públicamente con los principios de la RSE, la comunidad misma se encarga de controlar que ese compromiso se cumpla.

8. ¿Qué aspectos de la responsabilidad social empresarial son importantes para el Grupo Nueva?

Tres conclusiones resultan especialmente importantes para los esfuerzos del Grupo Nueva tendientes al desarrollo de sistemas de gestión del impacto social y ambiental de sus operaciones y a la consolidación de procesos que garanticen la vinculación y el compromiso de los públicos interesados.

En primer lugar, saber que ningún modelo posee la “receta mágica” para alcanzar la responsabilidad social empresarial, pero que sí existen numerosos enfoques y herramientas útiles como fuente de información para determinar estándares, metodologías, y maneras de enfrentar el problema.

Segundo, algunos de los sistemas identificados sirven como fuentes de verificación, de acuerdo con los intereses de cada empresa en particular. El GrupoNueva ya está trabajando con base en el modelo de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI) para la elaboración de sus informes de sostenibilidad; Macadamia de Costa Rica / ECOS han completado el proceso de certificación bajo el sistema SA8000 y Terranova y las empresas forestales de ECOS poseen la certificación FSC (Forest Stewardship Council) que incluye algunos aspectos sociales.

Tercero, los cuatro puntos mencionados arriba son esenciales para incluir en la elaboración de los sistemas de gestión social para asegurar credibilidad en el esfuerzo de Grupo Nueva:

- Basar la definición de responsabilidad social en una plena identificación y consulta con los públicos interesados de cada empresa en GrupoNueva y la identificación y manejo de impactos;
- Vincular en manera integrada el sistema de gestión social en con la visión, misión y valores de cada empresa y de GrupoNueva;
- Desarrollar el sistema de gestión como cualquier sistema con el establecimiento de políticas, procedimientos e indicadores; y
- Asegurar cumplimiento del sistema por verificación interna y externa y rendir cuentas a los públicos interesados para apoyar una mejora continua.

9. Anexo 1 – Información sobre las Organizaciones

9.1. Los Principios Globales Sullivan

Los Principios Globales Sullivan de Responsabilidad Social constituyen código de conducta basado en una visión de aspiración e inclusión que proporciona un marco teórico por medio del cual se rigen las compañías y organizaciones socialmente responsables. Los Principios tienen carácter *inclusivo* porque toman en cuenta y trabajan con los códigos de conducta existentes en las compañías y organizaciones de toda magnitud. La finalidad de los Principios es que las compañías y las organizaciones de toda dimensión y las industrias y culturas de amplio espectro breguen por alcanzar objetivos comunes de derechos humanos, justicia social y oportunidad económica. El Reverendo Leon H. Sullivan creó los Principios Globales Sullivan con la colaboración de varias empresas multinacionales y asociaciones de negocios atendiendo la solicitud de líderes mundiales e industriales. Al Reverendo Sullivan lo motivó la visión de trabajo conjunto entre la industria y la comunidad para lograr responsabilidad social y una cultura de paz.

Cada compañía que endosa los Principios Globales Sullivan se compromete a trabajar en pro de lo que los Principios representan, incluyendo la implementación de políticas internas, los procedimientos, la capacitación y las estructuras de informe. A las compañías y organizaciones asociadas se les solicita participar en un proceso anual de información para documentar y compartir lo que han experimentado en su tentativa de dar vida a la responsabilidad social. El informe ha sido diseñado con flexibilidad, transparencia y es fácil de completar. Todos los informes que se reciben se publican en la página web de los Principios Globales Sullivan.

The Global Sullivan Principles
5050 East Shea Boulevard, Suite 260
Scottsdale, AZ 85254
USA

www.globalsullivanprinciples.org

9.2. Compacto Global de las Naciones Unidas

El Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentó el Compacto Global por primera vez durante su discurso al Foro Económico Mundial el 31 de enero de 1999. Retó a los líderes mundiales de negocios a colaborar en la construcción de los pilares sociales y ambientales necesarios para sostener la nueva economía global y para que la globalización beneficie a la población mundial. Posteriormente se organizó una serie de sesiones preparatorias durante las cuales se reunió un equipo de las Naciones Unidas con representantes de negocios y con organizaciones de trabajo internacional y sociedad civil. Las reuniones fueron moderadas por la Oficina Ejecutiva del Secretario General, incluyendo la Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos, Organización de Trabajo Internacional, Programa de Ambiente de las Naciones Unidas y, más recientemente, el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas y el Fondo de Sociedad Internacional de Naciones Unidas. La fase operativa del Compacto se inauguró con un evento de alto nivel que se llevó a cabo en las oficinas centrales de las Naciones Unidas el 26 de julio de 2000.

El Compacto Global no es un instrumento o código regulador sino una plataforma de valores diseñada para promover el aprendizaje institucional. Utiliza el poder de la transparencia y el diálogo para identificar y diseminar prácticas adecuadas basadas en principios universales.

Para participar en el Compacto, se solicita que los jefes ejecutivos o directores ejecutivos de empresas y otras organizaciones interesadas envíen correspondencia al Secretario General de las Naciones Unidas. Dicha correspondencia deberá manifestar el compromiso expreso de apoyo al Compacto y sus nueve principios, así como la voluntad de participar en sus actividades.

- *Intercesión de los participantes*

Se espera que todos los participantes sean intercesores públicos del Compacto Global y sus nueve principios. Se puede interceder de varias formas, ya sea por medio de enunciados de misión, informes anuales, revistas y medios públicos similares.

- *Participación concreta de las empresas*

A las empresas se les solicita participar en el sitio web del Compacto Global (www.unglobalcompact.org) por lo menos una vez al año, comunicando los pasos concretos que han tomado en sus dominios empresariales para cumplir con cualesquiera de los nueve principios y compartiendo las lecciones que han aprendido en el intento. El propósito de dicha participación es crear un foro que muestre qué funciona y qué no. Cada participación forma parte de la base de un diálogo virtual estructurado, lo que resultará en un mejor y más amplio entendimiento de lo que son “buenas prácticas”. A medida que transcurre el tiempo, estas participaciones, conjuntamente con otros estudios de caso comisionados por la Oficina del Compacto Global, serán la base de un banco comprensivo de aprendizaje que proporcionará información útil sobre cómo lidiar con los cambios que permitirán cumplir con los nueve principios y para solventar problemas de implementación de los mismos. Este banco de aprendizaje será un recurso no sólo para los participantes del Compacto sino para los medios, la comunidad académica y otros sectores interesados.

- *A los participantes se les motiva a formar sociedades*

El Compacto invita a los participantes para que, voluntariamente, trabajen con NU y sus agencias en dos tipos de proyectos de sociedad que involucran a las compañías en roles centrales:

- ✓ Diálogos temáticos auspiciados por el Compacto. Estos diálogos involucrarán a NU, los oficiales nacionales, organizaciones de negocios, laborales y de sociedades civiles. El primero tratará sobre los complejos asuntos que se relacionan con el papel que juegan los negocios en las zonas de conflicto.
- ✓ Además de integrar los principios del Compacto Global a las prácticas de negocios, el Compacto Global insta a las compañías a lidiar con asuntos relacionados con la amplia población empresarial. Esto reflejará los principios del Compacto y hará avanzar las vastas metas de NU —como, por ejemplo, la erradicación de la pobreza— lo que será de particular beneficio para los países en desarrollo. Tales proyectos deberán hacerse en sociedad con cualesquiera de los socios de NU y, dependiendo del proyecto, la labor del GC y los socios de sociedades civiles.

www.unglobalcompact.org

9.3. La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocios

La Mesa Redonda Caux es una red de líderes señor de negocios de naciones industrializadas y en desarrollo que reconocen que las empresas deben tomar un rol líder en el desarrollo de una sociedad más justa, libre y transparente, lo que conducirá a que el mundo alcance mayor prosperidad y sostenibilidad de recursos. La MRC busca motivar y movilizar a los líderes de negocios para que se conviertan en una fuerza de cambio positivo basado en los *Principios de*

Negocios de la Mesa Redonda Caux. La MRC promueve la implementación de los *Principios de Negocios de la Mesa Redonda Caux.*

El Dr. Frederik Phillips, otrora personero de Philips Electronics, inauguró la primera reunión de la Mesa Redonda Caux en 1986 motivado por su certeza de que el diálogo entre los colegas de Japón, Europa y los Estados Unidos ayudaría a limar asperezas de comercio que, temía, podrían incrementarse.

La MRC, por medio del diálogo, toma las siguientes acciones:

- Lleva a cabo reuniones globales, regionales y nacionales para que los líderes de negocios y otros personeros que toman decisiones identifiquen iniciativas prácticas.
- Motiva la acción promulgando posturas en asuntos cruciales en los cuales inciden directamente los negocios.
- Fomenta el diálogo entre las agencias gubernamentales, organizaciones de negocios, ONGs y similares tanto nacionales como internacionales con el fin de desarrollar políticas y acciones consecuentes.

La Mesa Redonda Caux se reúne anualmente en Mountain House, Caux, Suiza. Se hacen reuniones interinas en cualquier sitio que se adecue a los objetivos temporales. El rol de la MRC es reunir a los líderes de negocios para que lleven a cabo consideraciones, análisis y debates no oficiales, imparciales e informados sobre asuntos globales clave dentro del marco de su doctrina.

Los *Principios de Negocios de la Mesa Redonda Caux* se han ofrecido como guía para que las compañías desarrollen, reexaminen, implementen y monitoreen sus propios principios. El verdadero valor de cualquier conjunto de principios reside en la forma en que se utilizan y cómo son implementados en las actividades de negocios diarias. La Mesa Redonda Caux (MRC) y sus socios colaboradores pretenden compilar evidencia de las mejores prácticas y logros de aplicación, en el ámbito mundial, de estos y otros principios similares en asuntos prácticos. Los ejemplos sobre las mejores prácticas de las compañías y su experiencia, sin necesidad de referirse específicamente a su nombre comercial, son bienvenidos por [email](mailto:CauxRT@aol.com) a CauxRT@aol.com

www.cauxroundtable.org

Estados Unidos:

Stephen B. Young
RR 2, Box 239
Waterville, MN 56096
Tel: +1-507-362-4916
Fax: +1-507-362-4820

México:

Gustavo de la Torre
Cto. Pintores 193
Cd. Satelite
53100 Naucalpan, Ed. de México
Tel: +52-55-72-6551
Fax: +52-55-62-1254

9.4. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)

OCDE agrupa 30 socios miembros que comparten un compromiso hacia el gobierno democrático y la economía comercial. OCDE actúa en un ámbito global, con relaciones activas con más de 70 países, ONGs y sociedad civil. Se le conoce mejor por sus publicaciones y estadísticas; su trabajo cubre asuntos económicos y sociales, desde macroeconomía hasta comercio, educación, desarrollo, ciencia e innovación.

OCDE produce instrumentos, decisiones y recomendaciones de aceptación internacional para promover las reglas del juego en áreas donde se hace necesario un acuerdo multilateral para que los países, en lo individual, se beneficien de los adelantos de la economía global. También es vital aprovechar los beneficios de la expansión de actividades como nuevas economías, desarrollo sostenible, economía territorial y colaboración.

Las Guías para Empresas Multinacionales de OCDE son recomendaciones de libre albedrío para las empresas, formuladas por treinta y tres gobiernos que se adhieren a ellas. Su propósito es ayudar a las Empresas Multinacionales (EMN) a operar en armonía con las políticas gubernamentales y las expectativas de la sociedad. Las Guías son sólo una parte de un instrumento de inversión más amplio de OCDE: la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales. Las recomendaciones que contiene el texto de las Guías proporcionan normativas sobre la conducta adecuada de negocios en todo el espectro de las actividades de las EMN. Las apoyan los procedimientos de implementación de los países participantes, que incluyen los 30 países miembros de OCDE y seis países no miembros (Argentina, Brasil, Chile, Estonia, Lituania y Eslovenia).

OCDE
2, rue André Pascal
F-75775 Paris Cedex 16
France

www.OECD.org

9.5. Organización Internacional de Trabajo

La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que procura fomentar la justicia social y los derechos humanos y laborales internacionalmente reconocidos. Fue creada en 1919, y es el único resultado importante que aún perdura del Tratado de Versalles, el cual dio origen a la Sociedad de Naciones; en 1946 se convirtió en el primer organismo especializado de las Naciones Unidas.

La OIT formula normas internacionales del trabajo, que revisten la forma de convenios y de recomendaciones, por las que se fijan unas condiciones mínimas en materia de derechos laborales fundamentales: libertad sindical, derecho de sindicación, derecho de negociación colectiva, abolición del trabajo forzoso, igualdad de oportunidades y de trato, así como otras normas por las que se regulan condiciones que abarcan todo el espectro de cuestiones relacionadas con el trabajo. Presta asistencia técnica, principalmente en los siguientes campos: formación y rehabilitación profesionales; política de empleo; administración del trabajo; legislación del trabajo y relaciones laborales; condiciones de trabajo; desarrollo gerencial; cooperativas; seguridad social; estadísticas laborales, y seguridad y salud en el trabajo. Fomenta el desarrollo de organizaciones independientes de empleadores y de trabajadores, y les facilita formación y asesoramiento técnico. Dentro del sistema de las Naciones Unidas, la OIT es la única organización que cuenta

con una estructura tripartita, en la que los trabajadores y los empleadores participan en pie de igualdad con los gobiernos en las labores de sus órganos de administración.

Director General: Sr. Juan Somavia
Dirección: 4, route des Morillons, 1211-Ginebra 22
Teléfono: +41.22.799.6111

9.6. SA8000

Hasta el verano de 2000 a esta organización se le conoció como Concilio de la Agencia de Prioridades de Acreditación Económica (siglas en inglés de Council on Economic Priority Accreditation Agency, CEPAA). Hoy se le conoce como Contabilidad Social Internacional (siglas en inglés de Social Accounting International, SAI) y fue establecida para desarrollar y verificar la implementación de estándares de responsabilidad social empresarial voluntarios, el primero de los cuales es el SA8000. SAI vigila muy de cerca a las compañías que acredita para llevar a cabo certificación SA8000, asegurando sus capacidades y requiriendo que colaboren con expertos locales.

En amplios rasgos, la misión de SAI es permitir a las organizaciones lograr la responsabilidad social por medio de:

- Convocatorias a los actores de interés clave a que desarrollen estándares voluntarios basados en consenso;
- Acreditación de organizaciones calificadas para que verifiquen el cumplimiento; y
- Promoción de comprensión y motivación de implementación de dichos estándares a nivel mundial.

El fin de SAI es resolver la preocupación que experimentan los consumidores en cuanto a las condiciones laborales alrededor del mundo. Desde principios de los 90, un creciente número de compañías de Estados Unidos y Europa Occidental han publicado códigos de conducta para los ambientes de trabajo, los cuales pretenden emular en sus propias fábricas y en las de sus proveedores. Los diversos códigos de conducta publicados por las compañías individuales se han vuelto un poco problemáticos tanto para los consumidores que desean información precisa como para las compañías que persiguen ejecutar estos códigos.

El Concilio de Prioridades Económicas, afiliado de SAI —un instituto de responsabilidad social empresarial de más de 30 años— llevó a cabo una serie de estudios sobre códigos de conducta laborales. Los estudios concluyeron que los códigos empresariales internos tienden a ser altamente inconsistentes y onerosos y difíciles de monitorear debido a definiciones poco claras y a la falta de auditores capacitados. Tales códigos y sus sistemas de monitoreo también tienden a mostrar debilidad en cuanto a captación y sensibilidad con respecto de las leyes y costumbres locales.

Como respuesta a las inconsistencias en los códigos de conducta laboral, SAI desarrolló un estándar de condiciones laborales y un sistema independiente para verificar el cumplimiento del mismo en las fábricas. El estándar, la Contaduría Social 8000 (Social Accountability 8000, SA8000), y su sistema de verificación provienen de estrategias de aseguramiento de calidad que usan los negocios establecidos (tales como los que son utilizados por la Organización Internacional de Estándares para ISO 9000) y añaden varios elementos que varios expertos internacionales en derechos humanos han identificado como esenciales para la auditoría social.

SAI

220 East 23rd Street, Suite 605
New York NY 10010,
Fax: (212) 684-1515
info@sa-intl.org .
www.cepaa.org

9.7. Iniciativa de Comercio Ético

La Iniciativa de Comercio Ético (ETI, siglas en inglés de Ethical Trading Initiative) es una alianza de compañías, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y sindicatos comprometidos a trabajar conjuntamente para identificar y promover buenas prácticas en la ejecución de los códigos de conducta laborales, incluyendo el monitoreo y la verificación independiente de la observancia de las disposiciones del código. Los miembros de la ETI creen que este enfoque de colaboración proporciona la oportunidad de lograr avances significativos en la promoción del cumplimiento de las normas laborales reconocidas internacionalmente. En particular derechos humanos fundamentales a lo largo de la cadena global de proveedores.

La ETI ejecutará, en cooperación con las compañías miembros y sus proveedores, programas experimentales para identificar los enfoques más efectivos para la consecución de códigos válidos y creíbles, en particular con respecto a su supervisión y verificación. La ejecución de programas piloto y el aprendizaje y difusión de lo aprendido con la ejecución serán las principales actividades de la ETI.

Además, la ETI se beneficiará de otras experiencias significativas, incluyendo el trabajo de compañías individuales, ONGs, sindicatos, organismos internacionales y cualquier otra iniciativa conjunta que puedan llevar a cabo. La ETI organizará conferencias y seminarios, realizará investigaciones, editará publicaciones y facilitará el desarrollo de actividades de formación. A pesar de que la ETI está dedicada principalmente a encontrar formas efectivas a través de las cuales los criterios fundamentales de trabajo a lo largo de las cadenas globales de proveedores son respetadas y su cumplimiento supervisado, la ETI, cuando sea apropiado, considerará el impacto más amplio de las actividades de sus miembros en derechos humanos, cuestiones de medio ambiente y desarrollo dentro de la comunidad en la que trabajan.

La ETI ha desarrollado un código de prácticas laborales -el Código Básico - que refleja las normas internacionales más adecuadas con respecto a las prácticas laborales, las cuales serán usados por la ETI como base de trabajo. Se espera que las compañías miembros de la ETI adopten este código básico, o que adopten su propio código siempre que incorpore el código básico. El código básico, que es acompañado por un conjunto de principios generales con respecto a su ejecución, proporciona la base de la filosofía de aprendizaje de la ETI.

Las compañías miembros deben exigir que sus proveedores cumplan con las normas acordadas, dentro de un plazo razonable y que el cumplimiento a este respecto sea medible, transparente y, en último lugar, un prerrequisito de posteriores contratos. El objetivo de la ETI es adquirir experiencia en el cumplimiento de los códigos de prácticas laborales. No se espera de los miembros de la ETI que sean capaces de ejecutar en todas partes, inmediata y efectivamente cualquier código que cubra todas sus actividades. Las compañías miembros, en el momento de unirse a la ETI, pueden establecer el campo de aplicación de su código, siempre y cuando dicho campo de aplicación esté claramente indicado en el preámbulo de su código y que la publicidad de la compañía con respecto al código también indique el campo de aplicación del código. El campo de aplicación puede referirse a determinados productos fabricados o vendidos por la

compañía o a las actividades de una parte determinada de la compañía. En cualquier caso, el código se referirá siempre a todo trabajo desarrollado dentro del campo de aplicación.

Ethical Trading Initiative
2nd floor
Cromwell House
14 Fulwood Place
London WC1V 6HZ
UK
www.ethicaltrade.org

9.8. AA1000 y AA 100S – AccountAbility

El Instituto de Contabilidad Social y Ética AccountAbility es una organización profesional residente en el Reino Unido que promueve la responsabilidad social y las prácticas éticas en la comunidad de negocios. AccountAbility cumple su misión por medio de: (1) la promoción de la mejor práctica social y contabilidad, auditoría e informe éticos; y (2) el desarrollo de estándares y procedimientos de acreditación para los profesionales de campo.

En 1999, AccountAbility inauguró el estándar AA1000, diseñado para proporcionar un marco teórico para que las compañías comprendan y mejoren su comportamiento ético y para promover un medio para que otros juzguen la validez de las aseveraciones éticas. AA1000 describe un conjunto de procesos de involucramiento de actores de interés que puede ser utilizado por una organización para medir, administrar y comunicar el comportamiento; no especifica, sin embargo, cómo debe ser tal comportamiento. El estándar se ha diseñado para complementar los sistemas financieros, sociales y ambientales existentes y proporciona principios clave que son relevantes para todos.

El Instituto proporciona los siguientes servicios:

- Servicios de Información: Mantiene un centro de información sobre contabilidad social.
- Servicios de Consultoría: Consulta a compañías sobre el desarrollo de prácticas de responsabilidad social.
- Publicaciones: Hace publicaciones periódicas sobre asuntos de contabilidad social.
- Programas de Capacitación: Conduce un programa de capacitación para negocios sobre medidas de contabilidad empresarial.

Institute for Social and Ethical AccountAbility
The Institute for Social and Ethical AccountAbility
Unit A, 137 Shepherdess Walk
London N1 7RQ
United Kingdom

Tel: + 44 (0)207 549 0400
Fax: +44 (0)207253 7440
www.accountability.org.uk

9.9. The Global Reporting Initiative (GRI)

La GRI es una iniciativa de varios actores de interés para desarrollar, promover y diseminar un marco teórico generalmente aceptado para el informe voluntario del comportamiento económico,

ambiental y social de una organización. Al informe sobre estos aspectos generalmente se le llama “informe de sostenibilidad”. La GRI persigue que el informe de sostenibilidad sea rutina y que tenga tanta credibilidad como un informe financiero en lo que refiere a términos de comparación, rigor y verificabilidad. En 2002, GRI se transformará en una organización internacional permanente y nueva que perseguirá la misma misión.

Las organizaciones de negocios están bajo creciente presión para entregar información sobre el comportamiento económico, ambiental y social a sus inversionistas, clientes, comunidades, empleados, administradores, proveedores y otros actores de interés. Las solicitudes de los actores de interés son cada vez menos similares y se incrementan a pasos agigantados. Se originan, parcialmente, de los administradores de la organización misma que buscan información confiable que guíe sus decisiones. También se origina de actores de interés externos a la organización que tienen gran interés en el comportamiento de la compañía. Un marco de informe de aceptación general permitirá que quienes reportan respondan eficiente y consistentemente a las solicitudes, que comparen su comportamiento con el de empresas similares, que sean proactivos en cuanto a la administración de sus relaciones de negocios e internas y que refuercen sus reputaciones en los mercados de capital, de trabajo y de clientes.

La Coalición de Economías Ambientalmente Responsables (CERES), en colaboración con el Instituto Tellus, crearon el GRI a finales de 1997. Al poco tiempo, el Programa de Ambiente de las Naciones Unidas se unió a GRI como socio clave, junto con organizaciones de negocios, de contabilidad, de ambiente, de derechos humanos y de trabajo de todo el mundo.

GRI está compuesto por dos ramas principales: (1) un proceso global de consulta a varios actores de interés, basado en los principios de transparencia y participación activa; y (2) desarrollo y disseminación de las Guías de Informe de Sostenibilidad de GRI. El proceso GRI continúa mejorándose por medio de grupos de trabajo, simposios y comunicaciones. Las *Guías*, inicialmente presentadas como borrador en marzo de 1999, fueron revisadas y vueltas a presentar en junio de 2000 luego de amplias pruebas, comentarios y revisión pilotos.

Global Reporting Initiative
11 Arlington Street
Boston, MA 02116
USA
Tel: +1-617-266-9384
Fax: +1-617-267-5400

9.10. Principios Globales de Responsabilidad Empresarial: Referencias para la Responsabilidad Social

Durante la Cumbre de la Tierra de 1992, el Centro de Corporaciones Transnacionales de Naciones Unidas (UNCTC) intentó instituir un código internacional de conducta que había estado desarrollando desde 1974 y que había sido bloqueado por gobiernos influyentes, incluyendo el canadiense, en favor de iniciativas voluntarias propuestas por un grupo de ejecutivos de negocios de empresas transnacionales.

En respuesta al rechazo al código de UNCTC, el Grupo de Iglesias y Responsabilidad Social (TCCR, con base en Canadá), el Concilio Ecuménico de Responsabilidad Corporativa (ECCR, con base en el Reino Unido) y el Centro Interfé de Responsabilidad Social (ICCR, con base en los Estados Unidos) — cada uno de competencia reconocida en la promulgación de responsabilidad social empresarial— formaron una sociedad en 1993 para producir un marco teórico analítico, el

cual, cuando se aplica a organizaciones de negocios globales, examina cómo las empresas transnacionales se comportan en el espectro total de expectativas de responsabilidad social.

El documento, *Principios de Responsabilidad Global: Bench Marks para Medir el Comportamiento de Negocios* (al que se le llama *Bench Marks*) fue publicado en 1995 como texto "Fase Uno".

En un período de dos años, el marco fue revisado y republicado tras ser 'probado' por los grupos eclesiásticos, industria privada, organizaciones laborales, grupos femeninos y ONGs. En 1998, el texto de la "Fase Dos" fue presentado en Canadá y en el extranjero.

Bench Marks es un conjunto comprensivo de criterios sociales y ambientales e indicadores de comportamiento que se originan de un conglomerado de estándares y principios de derechos humanos, trabajo y ambiente internacionalmente reconocidos. Muchos de ellos se reproducen entre los 23 apéndices del documento. El propósito de *Bench Marks* es que las empresas responsables formulen valores y expresen sus compromisos hacia la sociedad y al medio ambiente como asunto público.

Al adoptar y publicar códigos comprensivos de conducta con compromisos empresariales específicos hacia los estándares de derechos humanos y protección ambiental, y la creación de un mecanismo para control e informe independientes que cumplan con dichos estándares, las empresas habrán dado un paso gigantesco hacia la contabilidad pública y la responsabilidad social.

Taskforce on the Churches and Corporate Responsibility (TCCR)
129 St. Clair Avenue West, Suite 21
Toronto, ON M4V 1N5
Tel: 416-923-1758
Fax: 416-927-7554

www.web.net/~tccr

10. Anexo 2 - Organizaciones de RSE en Latinoamérica

Nombre	Contacto o Página Web	País
Fundación Esquel	http://www.responsabilidadsocial-esquel.org.ec	Ecuador
Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS)	http://www.fundemas.org	El Salvador
Fundación Empresa y Sociedad	http://www.empresaysociedad.org	España
Comunidar	http://www.comunidar.org	Argentina
Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE	http://www.ccre.org.co	Colombia
Grupo de Fundaciones	http://www.gdf.org.ar	Argentina
Fundación El Otro	http://www.elotro.org.ar	Argentina
Instituto ETHOS	http://www.ethos.org.br	Brasil
Acción Empresarial	http://www.accionempresarial.cl	Chile
Forum EMPRESA	http://www.empresa.org	Brasil
Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP)	http://www.up.edu.pe/ciup/perupromesa	Peru
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	http://www.cemefi.org	México

Fundación ProHumana	http://www.prohumana.cl	Chile
Centro de Derechos Humanos y Medio Ambiente (CEDHA)	Correo electrónico: cedha@cedha.org.ar Dirección Internet: www.cedha.org.ar	Argentina
Fundación Ecología y Desarrollo	http://www.ecodes.org	España
Sector3	http://www.sector3.net	Argentina
FIRJAN Federación de las Industrias del estado de Río de Janeiro	nucleosocial@firjan.org.br .	Brasil
Ecola de Administracao UFBA-NPGA	vpmelo@ig.com.br	Brasil
Fundación Libertador	filibertador@supernet.com.ar	Argentina
Instituto de Responsabilidad Social de la Empresa (IDSR)	http://www.peru2021.org	Perú

11. Bibliografia

- Business for Social Responsibility
Website Resources, Library, and Topic Overviews - www.bsr.org
- Caux Round Table
Principles for Business, Minnesota, 1994.
- Ethical Trading Initiative
Website Resources, The ETI Base Code – www.ethicaltrade.org
- Gilley, Bruce
“*Sweating it Out*”, Far Eastern Economic Review. 10 May 2001.
- Global Sullivan Principles of Social Responsibility
Website Resources – www.globalsullivanprinciples.org
- Harvis, Pharis J. et al
Developing Effective Mechanisms for Implementing Labor Rights in the Global Economy, Labor Rights Project, 2001.
- International Labor Organization
The Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, ILO, Geneva. November 1977.
- Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work, ILO, Geneva. June 1998.
- Jeffcott, Bob and Lynda Yanz
Codes of Conduct, Government Regulation and Worker Organizing, ETAG Discussion Paper, Maquila Solidarity Network, Toronto. February 2000.
- Jenkins, Rhys
“*Corporate Codes of Conduct – Self Regulation in a Global Economy*”, Technology, Business and Society, Programme Paper Number 2. United Nations Research Institute for Social Development. April 2001.
- Natural Resources Institute
“Labour Standards and Social Codes of Conduct; What Do They Mean for the Forest Industry?”, Ethical Trade Policy Watching Brief 3. November 2000.
- Organization for Economic Cooperation and Development
The OECD Guidelines for Multinational Enterprises, Paris, 2000.
- Codes of Corporate Conduct – An Expanded Review of their Contents, Working Party of the Trade Committee, Paris. June 2000.
- Oliviero, Melanie Beth
“*Corporate Social Responsibility, Socially Responsible Investing – Who is Responsible to Whom and for What?*”, Another Side – The Journal of the Michael Harrington Center for

- Democratic Values and Social Change, Volume 8, Number 1. Queen's College New York. Fall 2000.
- Pearson, Ruth and Gil Seyfang
"New Hope or False Dawn?" Global Social Policy, Volume 1(1):49-78. London, 2001.
- Prince of Wales Business Leadership Forum
Website Resources, CSR Themes – www.pwblf.org
- Seyfang, Gil
Private Sector Self-Regulation for Social Responsibility: Mapping Codes of Conduct, Working Paper No. 1, UK Department for International Development, Social Policy Division. London. December 1999.
- SIGMA
Website Resources, SIGMA Guidelines and Research Themes, www.projectsigma.org
- Social Venture Network
Standards of Corporate Social Responsibility, San Francisco, 1996.
- Taskforce on the Churches and Corporate Responsibility
Website Resources – www.web.net/~tccr
- Utting, Peter
Towards Corporate Social and Environmental Responsibility, South Letter 36, South Centre, Geneva, March 2002.
- Vickery, Tim
"Who's Watching the Shop Floor?", The Christian Science Monitor. 30 April 2001.
- World Business Council for Sustainable Development
Corporate Social Responsibility – The WBCSD's Journey, Geneva, 2002.