

**“RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES EN ARGENTINA
EN EL MARCO DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE: EVIDENCIA EMPÍRICA”**

RESUMEN

En la actualidad, la empresa es un catalizador de la sociedad, está en un centro focal por el que pasan muchas decisiones y expectativas, por eso el papel social de la empresa requiere de un enfoque responsable de la misma.

La Responsabilidad Social se ha convertido en parte integral del proceso de creación de valor en las empresas, lo cual implica comenzar a trabajar bajo el concepto de marketing social que “sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta y proporcionar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores, de modo tal que se preserve o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad” (Kotler, 2001:25).

Sobre estas bases, la empresa debe plantearse un nuevo modelo de gestión que tenga en cuenta: a) la formalización de políticas y procedimientos en los ámbitos económico, social y medioambiental, en relación con los diferentes grupos de interés de la empresa; b) la comunicación o transparencia de los resultados alcanzados en estos ámbitos, y c) la verificación y contrastación externa de los mismos.

Con relación a la transparencia informativa, es necesario considerar la Normativa de Sostenibilidad a nivel internacional por cuanto en nuestro país, Argentina, no existe ninguna norma o regulación legal referida a la elaboración de Informes de Sostenibilidad para dar respuesta a las múltiples necesidades de los diferentes stakeholders o grupos de interés. Existe un conjunto de directrices o guías internacionales que proporcionan pautas para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad; nos referimos al Global Reporting Initiative.

La investigación realizada acerca de la Información de Sostenibilidad que publican las organizaciones adheridas al GRI en Argentina nos permite inferir que estas entidades se encuentran en una fase inicial de implantación de la responsabilidad social en la gestión empresarial, y evidencian la realización de programas de Responsabilidad Social Corporativa, los cuales les han

permitido contribuir al desarrollo de la comunidad de la cual son parte y, de esta forma, responder al nuevo concepto de organización que demanda la sociedad.

PALABRAS CLAVE

Desarrollo Sostenible - Responsabilidad Social Corporativa - Memorias de Sustentabilidad - Global Reporting Initiative

ABSTRACT

At present the company is a catalyst of the society, it is in a focal center through which many decisions and expectations pass, for that reason the social role of the company requires a responsible approach.

The Social Responsibility has become an integral part of the process of the creation of value in the companies, which implies to begin to work under the concept of social marketing. It "sustains that the task of the organization consists of determining the needs, desires and interests of the target markets and provide the wished results in a more effective and efficient form than the competitors, in such a way that the well-being of the consumer and the society are preserved or improved" (Kotler, 2001:25).

On these bases, the company must consider a new pattern of management that takes into account: a) the realization of policies and procedures in economic, social and environmental scopes, in relation to different groups of interest for the company; b) the communication or transparency of the results reached at these scopes, and c) the external verification and contrast of them.

In relation to informative transparency, it is necessary to consider the Norm of Sustainability at international level since in our country, Argentina, does not exist any norm or legal regulation referred to the elaboration of Sustainability Reports in order to give answer to the multiple needs of different stakeholders or groups of interest. An international set of directives or guides exists which provides guidelines for the elaboration of Sustainability Reports; we refer to the Global Reporting Initiative.

The investigation carried out about the Information of Sustainability that publish the organizations adhered to the GRI in Argentina allows us infer that these organizations are in an initial phase of the setting up of the social responsibility in the enterprise management, and they demonstrate the accomplishment of Corporative Social Responsibility programs, which have allowed them to contribute to the community of which they belong and in this way conform to the new concept of organization society demands.

KEY WORDS

Sustainable Development - Corporative Social Responsibility - Sustainability Reports - Global Reporting Initiative

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, hubo un importante cambio en la opinión de los economistas y dirigentes políticos acerca de cuáles son los factores claves para el desarrollo de un país. Se creía que hacían falta dos factores: el capital y el trabajo; por esta razón, muchas inversiones se centraron en países con mano de obra barata. Luego se verificó que similares montos de inversión, aplicados en países con distinta calidad de mano de obra, producían resultados diferentes. Así, cobró importancia el concepto de “capital humano”. Y, en los últimos años, se comenzó a hablar de un concepto superador: “el capital social”.

Esto quiere decir que no se trata sólo de que un país cuente con personas capacitadas, sino de que exista una alta coordinación entre los distintos sectores de la sociedad para producir el desarrollo. Este desarrollo no se produce por el mero transcurso del tiempo, sino por la implementación de ciertos comportamientos tendientes a fomentar el capital social. La empresa no es un agente aislado en este proceso; por el contrario, es un lugar desde el cual se establece una serie de relaciones que pueden generar mayor valor dentro de la sociedad. En este sentido, por ejemplo, una relación proveedor-cliente de largo plazo basada en la confianza y que fomente la inversión de ambos lados es una forma de generar valor para la sociedad.

Hoy la empresa es un catalizador de la sociedad, está en un centro focal por el que pasan muchas decisiones y expectativas; por eso el papel social de la empresa requiere de un enfoque responsable de la misma.

Hablar de la responsabilidad de la empresa en la sociedad implica definir cuál debe ser el marco de relaciones adecuado entre aquélla, el gobierno y la sociedad para que el conjunto de energías que salen de estos tres ámbitos tiendan al bien común.

En este sentido es preciso resaltar que la responsabilidad de la empresa en la sociedad va mucho más allá de la caridad, la filantropía, la ayuda; esto es una creencia errónea y una visión incompleta de lo que significa la responsabilidad corporativa. Al hablar de responsabilidad social, un concepto clave es el de integridad; desde este punto de vista, el empresario, para asumir sus responsabilidades, debe ser una persona íntegra, entendiéndose por tal aquella persona que aplica los mismos valores en los distintos ámbitos en que se desenvuelve.

Nieto Martínez (2005) considera que “un buen profesional de la gestión y dirección empresarial garantiza no sólo el desarrollo de la organización sino el progreso de la sociedad. Las nuevas exigencias de responsabilidad que la sociedad demanda a las empresas encuentran su formulación dentro de los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa” (RSC).

Existe un hecho innegable: las empresas producen impactos medioambientales a varios niveles, local, regional, nacional e internacional. Éstos afectan al aire, al agua, a la tierra y a la biodiversidad; algunos son fáciles de calcular y comprender, otros, en cambio, requieren de un *trabajo interdisciplinario* que implica complejidad en su cálculo, incertidumbre y quizás un gran desafío. Al respecto Herrscher (1975) sostiene que “la responsabilidad social va desde la cooperación de la empresa con la comunidad, especialmente la más inmediata de su zona de influencia, hasta el impacto que tiene su actividad sobre la economía y el desarrollo del país”. Desde sus

responsabilidades en cuanto a ecología y medioambiente, hasta –en última instancia– los efectos económicos y sociales de sus proyectos de inversión y desinversión”.

Este concepto se relaciona con el paradigma de desarrollo sostenible e implica que las empresas consideren su relación con la sociedad en tres dimensiones: social, medioambiental y económica, demandando un cambio en la actitud empresarial. Al respecto, Carrasco (2001:47) dice “los ciudadanos del siglo XXI irán demandando cada vez con mayor vigor la idea de que las únicas actividades empresariales admisibles son aquellas compatibles con el desarrollo sostenible”.

La presente investigación tiene por objetivo presentar un marco teórico acerca del compromiso de las organizaciones argentinas con las dimensiones económica, social y medioambiental y analizar, a través de evidencia empírica, la responsabilidad social en la gestión de las entidades en Argentina y el grado de adopción de las pautas del Global Reporting Initiative (GRI).

LAS EMPRESAS Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

La Responsabilidad Social se ha convertido en parte integral del proceso de creación de valor en las empresas, lo cual implica comenzar a trabajar bajo el concepto de marketing social que “sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta y proporcionar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores, de modo tal que se preserve o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad” (Kotler, 2001:25).

Estos hechos evidencian que el mercado está cambiando, las organizaciones deben lograr el más alto nivel de ajuste entre ellas y su entorno de negocios; el ser una empresa convencional, lo cual implica tener como objetivo principal la maximización del beneficio de los accionistas, abocarse a cumplir las reglas de juego considerando que las nuevas responsabilidades deben conllevar nuevas leyes a respetar, sólo atender las demandas de información y, por ende, tener un accionar reactivo ante los cambios del contexto, ya no es suficiente. Ni siquiera lo es actuar como empresa socialmente responsable que no tiene en cuenta la sostenibilidad, en la cual el objetivo, si bien es más amplio, consiste también en maximizar el beneficio para los accionistas pero revirtiendo una parte en la sociedad en la que opera con el fin de compensar parcialmente las externalidades negativas que produce; además, se procura evitar los efectos perniciosos que pueden tener los productos y servicios que se colocan en el mercado, mostrar el compromiso social, y considerar que se requieren pocas reglas que regulen las nuevas responsabilidades a asumir, teniendo entonces una respuesta proactiva ante la evolución de las variables del entorno. El escenario actual requiere que las empresas den un paso más allá y sean sostenibles, convirtiéndose en firmas que posean las siguientes características:

- Maximicen la creación de riqueza para la sociedad en la que operan, creando productos y servicios.
- Aprovechen las oportunidades que la mejora de la calidad de vida ofrece para los negocios.
- Favorezcan la participación de la sociedad en la compañía para buscar conjuntamente soluciones, y que

- Las nuevas responsabilidades le permitan diferenciarse.

Como se puede apreciar, la empresa moderna no puede limitarse a la responsabilidad única de ofrecer bienes y servicios, sino que debe ampliar sus objetivos incorporando aquellos que hacen referencia al entorno natural y social con que se relacionan, teniendo en cuenta en su gestión a todos los grupos de interés o “stakeholders” que directa o indirectamente influyen sobre la organización y a su vez se ven influenciados por las diferentes actividades realizadas por ella. Al respecto, el Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible 2002 expresa:

“Una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento de bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno como en el planeta en general.”

Desde este punto de vista, es importante analizar cómo las empresas manejan los procesos del negocio para producir un impacto positivo total en la sociedad y es en este sentido que comienza a surgir un proceso que se caracteriza por asumir y desarrollar responsabilidades por parte de las empresas a favor del desarrollo sostenible denominado Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Existe una creciente discusión sobre la temática de la responsabilidad social, surgiendo diversas designaciones, tales como Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) y Empresa Socialmente Responsable (ESR).

Coincidimos con Porto Serantes (2005:47-48) en que la Responsabilidad Social (RS) ha tenido y tiene muchos significados e interpretaciones, siendo un tema en creciente evolución, tanto a nivel académico como de las organizaciones internacionales, no habiéndose logrado todavía un consenso al respecto. No obstante ello, el concepto de RSE se concibe como “un compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su composición social hasta el comportamiento responsable para con las personas y grupos sociales con los que interactúan –stakeholders–.

Teniendo en cuenta la diversidad de definiciones y acepciones sobre la temática objeto de estudio, en el presente trabajo se adoptará el concepto de RSE como similar al de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), definido en el marco conceptual de AECA (2004).

LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

La importancia que ha adquirido la RSE en los últimos años ha facilitado el surgimiento de algunas características de la empresa socialmente responsable. Para explicitar dichas características, antes debemos considerar el pensamiento de algunos autores sobre el tema objeto de estudio. Al respecto, Almeida (2005:51-52), con quien coincidimos, nos dice:

- ETHOS (2000) afirma que la empresa socialmente responsable es un tema de poca relevancia y enfatiza la necesidad de integración de los factores económicos, ambientales y sociales, en las estrategias de negocios de las empresas.

- Ogrizak (2001) defiende que la empresa socialmente responsable tiene como objetivo compartir actividades de filantropía y de desarrollo comunitario, incluyendo también sistemas ambientales, de recursos humanos y estrategias de inversión.
- Lizcano (2004) defiende que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir con las obligaciones jurídicas, sino también invertir en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas.
- AECA (2004), en el Marco Conceptual de la RSE, proporciona algunos principios básicos que constituyen las reglas fundamentales, reguladoras del comportamiento socialmente responsable de las empresas, tales como transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la empresa.

Las empresas deben ser socialmente responsables porque el equilibrio de la dimensión social, económica y medioambiental fortalece la imagen de la compañía, da una visión de compromiso con la sociedad, permite un mayor posicionamiento social y contribuye al aumento del nivel de preferencias en el mercado.

LA RSC: UN VERDADERO COMPROMISO DE LAS ORGANIZACIONES ARGENTINAS CON LAS DIMENSIONES ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

En la actualidad, nos encontramos ante un nuevo paradigma de la empresa, en donde la medición del resultado económico de su actividad no es el elemento central de la evaluación de su gestión; la misma debe permitir la medición de la sostenibilidad de la entidad mediante el análisis del impacto social de sus actividades.

En este contexto, las organizaciones empresariales asumen un compromiso con el desarrollo sostenible y la transparencia informativa por medio de la adopción voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus actividades y relaciones con los grupos de interés que interactúan en la empresa –stakeholders–, poniendo de manifiesto su Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Este concepto ha ido calando progresivamente en la sociedad y en las organizaciones, de forma que en el momento actual es asumido como un objetivo básico. Esta situación se genera por la gran influencia de diversos factores, entre los que se destacan:

- las tensiones sociales derivadas de la internacionalización de los negocios, fundamentalmente la deslocalización de actividades y los efectos negativos en los nuevos centros de producción;
- las demandas por accidentes medioambientales, así como el reconocimiento del grave impacto ecológico de la actividad humana;
- los escándalos financieros internacionales –ENRON, Worldcom, Parmalat–, que han descubierto las debilidades de los modelos de información y control tradicionales.

La RSC, como enfoque de gestión ético, induce a comportamientos responsables hacia todas las personas que interactúan con la empresa –accionistas, empleados, proveedores, entidades

financieras, gubernamentales, etc.– de forma tal que se alcance la confianza de todos ellos y la reputación necesaria para legitimarse ante la sociedad.

Es así que instituciones internacionales de la importancia de la Comunidad Europea (European Framework for Corporate Social Responsibility) y las Naciones Unidas (Global Compact) han impulsado un nuevo concepto de empresa basándose en la Responsabilidad Social Corporativa.

Los principios generales de la responsabilidad social corporativa deben constituir las reglas fundamentales que rijan el comportamiento socialmente responsable de la organización; su planteamiento y aplicación debe estar en congruencia con el concepto, los objetivos de cohesión social, crecimiento económico, protección del medioambiente y las necesidades de los grupos de interés.

Sobre estas bases, la empresa debe plantearse un nuevo modelo de gestión que tenga en cuenta: a) la formalización de políticas y procedimientos en los ámbitos económico, social y medioambiental, en relación con los diferentes grupos de interés de la empresa; b) la comunicación o transparencia de los resultados alcanzados en estos ámbitos, y c) la verificación y contrastación externa de los mismos.

En relación con los instrumentos de transparencia de las políticas y prácticas de RSC que habitualmente se consideran, están:

- los Códigos de conducta, y
- las Memorias de sostenibilidad.

Los códigos de conducta o códigos éticos de las organizaciones tienen como finalidad establecer las pautas de comportamiento de las mismas, en relación con diferentes grupos de interés.

Mientras el Código de Gobierno Corporativo obliga a los órganos de gobierno, los Códigos de Conducta afectan a todas las instancias de la empresa, incluyendo a los órganos de dirección.

La Memoria de Sostenibilidad de una compañía es un instrumento informativo que tiene como finalidad la “articulación y comprensión de las aportaciones de la organización informativa al desarrollo sostenible” (GRI, 2002). En este sentido, dicho informe debe mostrar el resultado y los objetivos previstos en materia de desarrollo sostenible, tanto directos como indirectos y en relación con todo el alcance de la organización (Moneva et al, 2003a).

De la misma forma que para la elaboración de la información financiera es preciso atender a una serie de principios contables, en los informes de sostenibilidad debe atenderse a unos principios informativos. La Guía GRI 2002 proporciona unos principios que han sido aceptados de forma generalizada, siendo los más relevantes en dicho marco los de transparencia, materialidad y verificabilidad.

Los mismos responden a las recomendaciones establecidas anteriormente, basadas en la formalización de políticas de RSC que abarquen todos los impactos, su comunicación a los grupos de interés y, por último, la verificación externa de las mismas.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

ALGUNAS PRECISIONES SOBRE LA NORMATIVA DE SOSTENIBILIDAD A NIVEL INTERNACIONAL

Creemos conveniente comenzar realizando algunas precisiones sobre la Normativa de Sostenibilidad a nivel internacional, por cuanto en nuestro país, Argentina, no existe ninguna norma o regulación legal referida a la elaboración de Informes de Sostenibilidad para dar respuesta a las múltiples necesidades de los diferentes stakeholders o grupos de interés.

Entendemos, en nuestra opinión, que podemos recurrir a un conjunto de directrices o guías internacionales, las cuales pretenden apoyar y complementar los acuerdos existentes, fundamentalmente, los vinculados a tratados y convenios internacionales, intentando resolver las contradicciones existentes.

La aplicación de estas guías u orientaciones es voluntaria y, en el caso de aquellos países u organizaciones que ya están sujetas a normas para la elaboración de informes vinculados con las variables de sostenibilidad, dichas guías no pretenden invalidar tales disposiciones; por el contrario, pretenden lograr un acuerdo de carácter internacional con una visión de futuro a largo plazo, aplicable a todo tipo de organización y centrada inicialmente en las actividades de información de las empresas. En este sentido, es que estamos haciendo referencia al Global Reporting Initiative (GRI), cuyas pautas para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad toman como eje lo que se conoce como triple cuenta o “triple bottom line”.

Ese conjunto de pautas contemplan los tres elementos de sostenibilidad:

- El **económico**, que hace referencia a los gastos por nóminas, productividad laboral, creación de empleo, gastos de servicios externos, gastos en investigación y desarrollo, e inversiones en formación y otras formas de capital humano. El aspecto económico incluye, aunque no se limita sólo a ello, los estados financieros y declaraciones relacionadas.
- El **medioambiental**, que incluye los aspectos vinculados con el impacto de los procesos, productos y servicios sobre el agua, aire, tierra, biodiversidad y salud humana.
- El **social**, que comprende salud, seguridad en el lugar de trabajo, estabilidad de los empleados, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales en las operaciones externas.

Permiten evaluar los impactos de las organizaciones en los espacios naturales, tanto habitados como no habitados, los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua, como así también los impactos que la organización provoca en las partes interesadas dentro de un contexto local, nacional y mundial.

De acuerdo con la definición del GRI, el contenido de las Memorias de Sostenibilidad está compuesto por:

1. **Declaración del presidente o de un directivo** con función equivalente, con el propósito de que la misma demuestre credibilidad para los distintos usuarios, en los aspectos vinculados a hechos destacados, compromiso, reconocimientos de logros, fracasos y desafíos.
2. **Perfil de la organización**, se debe proporcionar una visión global de la misma y el alcance de la memoria.

3. Documento de síntesis e indicadores principales: este informe es indispensable, ya que debe proporcionar a los usuarios un resumen del contenido de la misma. La información mínima a contener es:

- Indicadores de Actuación Medioambiental
- Indicadores de Actuación Económica de la Organización
- Indicadores de Actuación Social
- Indicadores Integrados

4. Información sobre su visión futura y las estrategias a seguir.

5. Políticas y compromisos a asumir y los sistemas de gestión para poner en prácticas las mismas.

6. Actuación social, económica y medioambiental de la organización. *En este apartado se hace mención sobre el grado de desarrollo de los indicadores medioambientales respecto de los otros.*

Aunque los indicadores sociales y económicos estén menos avanzados en términos de experiencia y consenso, consideramos que son los más adecuados para iniciar la elaboración de información relacionada con la sostenibilidad a partir de los estados contables, porque esta información es la más disponible en la mayoría de las empresas y, en consecuencia, la más fácil de relevar.

EVIDENCIA EMPÍRICA DE LA INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA –INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD– SEGÚN LAS PAUTAS GRI

La necesidad de conocer la Información de Sostenibilidad que deberían proporcionar las empresas argentinas constituye un punto de referencia muy importante para determinar el grado de implementación de la responsabilidad social en la gestión empresarial de las mismas.

En este sentido y tomando como base el creciente interés que están suscitando en la sociedad argentina algunas cuestiones tales como: el medio ambiente, el desarrollo sostenible, la responsabilidad social de la empresa, la gestión del conocimiento, los recursos humanos, la ética, nos hemos propuesto investigar la atención que estos temas han despertado en las empresas y qué se publica en Argentina en materia de informes de sostenibilidad.

El impacto que producen las actividades empresariales en la sociedad supone asumir una responsabilidad por ello y una obligación en lo referente a la divulgación de Información sobre Sostenibilidad, aunque sea de una manera adicional y voluntaria.

Un importante número de organizaciones de todo el mundo utilizan las pautas de la Guía del Global Reporting Initiative (GRI) para presentar su Información de Sostenibilidad. Si bien el GRI no obliga a que las empresas presenten todo el contenido establecido, considera que es preferible ser transparente aunque el proceso de gestión sostenible no sea completo.

En este sentido, Moneva y Lameda (2004) dicen que el GRI prevé la posibilidad de suministrar Informes de Sostenibilidad en un proceso denominado incremental.

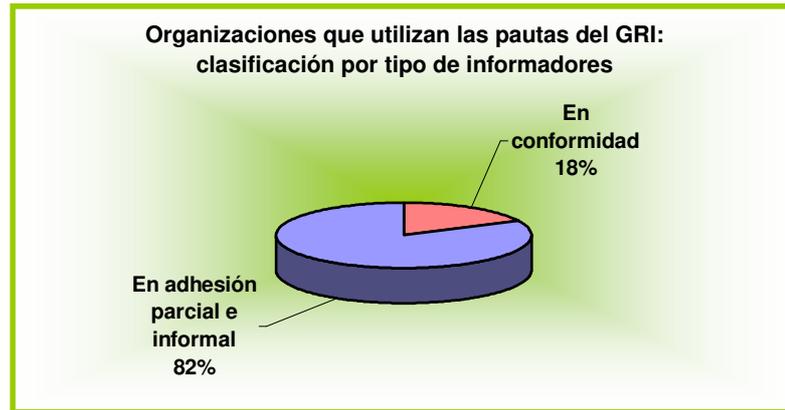
Tomando como base la información publicada por el GRI en www.globalreporting.org, al 8 de febrero de 2006 existen:

Tabla 1: Cantidad y tipo de informadores

Tipo de informadores	Cantidad
En conformidad	141
En adhesión parcial e informal	650
Total de organizaciones	791

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Clasificación por países

País	Organizaciones que utilizan las pautas del GRI
Japón	128
Estados Unidos	85
Reino Unido	83
España	62
Australia	42
Países Bajos	42
Alemania	32
Francia	32
Sudáfrica	28
Canadá	27
Finlandia	26
Italia	22
Suecia	22
Suiza	16
Brasil	13
Austria	11
Nueva Zelanda	11
República de Corea	11
Bélgica	8
Chile	8
India	8
China	6
Noruega	6
Dinamarca	5
Hungría	5
Argentina	4
Costa Rica	4
Grecia	4
Croacia	3

Irlanda	3
México	3
Rusia	3
Tailandia	3
Jamaica	2
Malasia	2
Bangladesh	1
Chipre	1
Colombia	1
Fiji	1
Filipinas	1
Israel	1
Kenya	1
Luxemburgo	1
Mauricio	1
Nicaragua	1
Nigeria	1
Perú	1
Polonia	1
Portugal	1
Seychelles	1
Sri Lanka	1
Surinam	1
Turquía	1
Uganda	1
Uzbekistán	1
Zimbabwe	1
Total	791

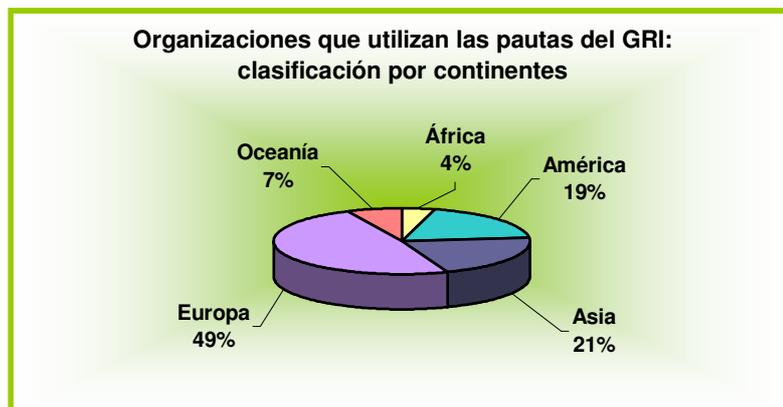
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Clasificación por continente

Continente	Organizaciones que utilizan las pautas del GRI
África	34
América	150
Asia	165
Europa	388
Oceanía	54
Total	791

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia.

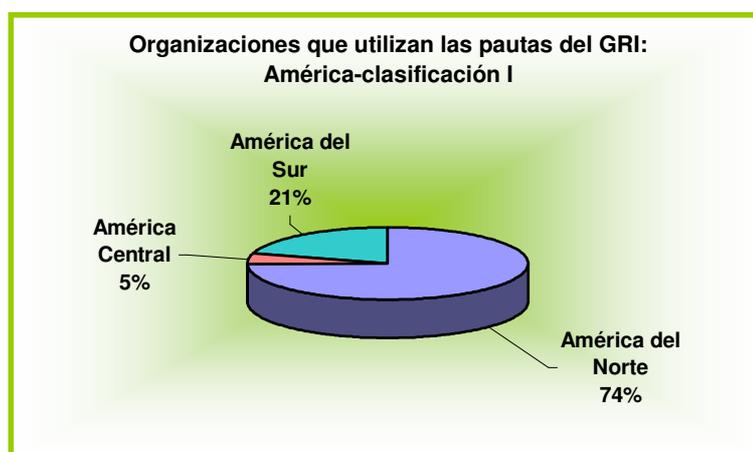
Tabla 4: Continente Americano

Tabla 4.1: Clasificación I

División de América	Organizaciones que utilizan las pautas del GRI
América del Norte	112
América Central	7
América del Sur	31
Total	150

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2: Clasificación II

División de América	Organizaciones que utilizan las pautas del GRI
Canadá	27
Estados Unidos	85
América Latina	38
Total	150

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia.

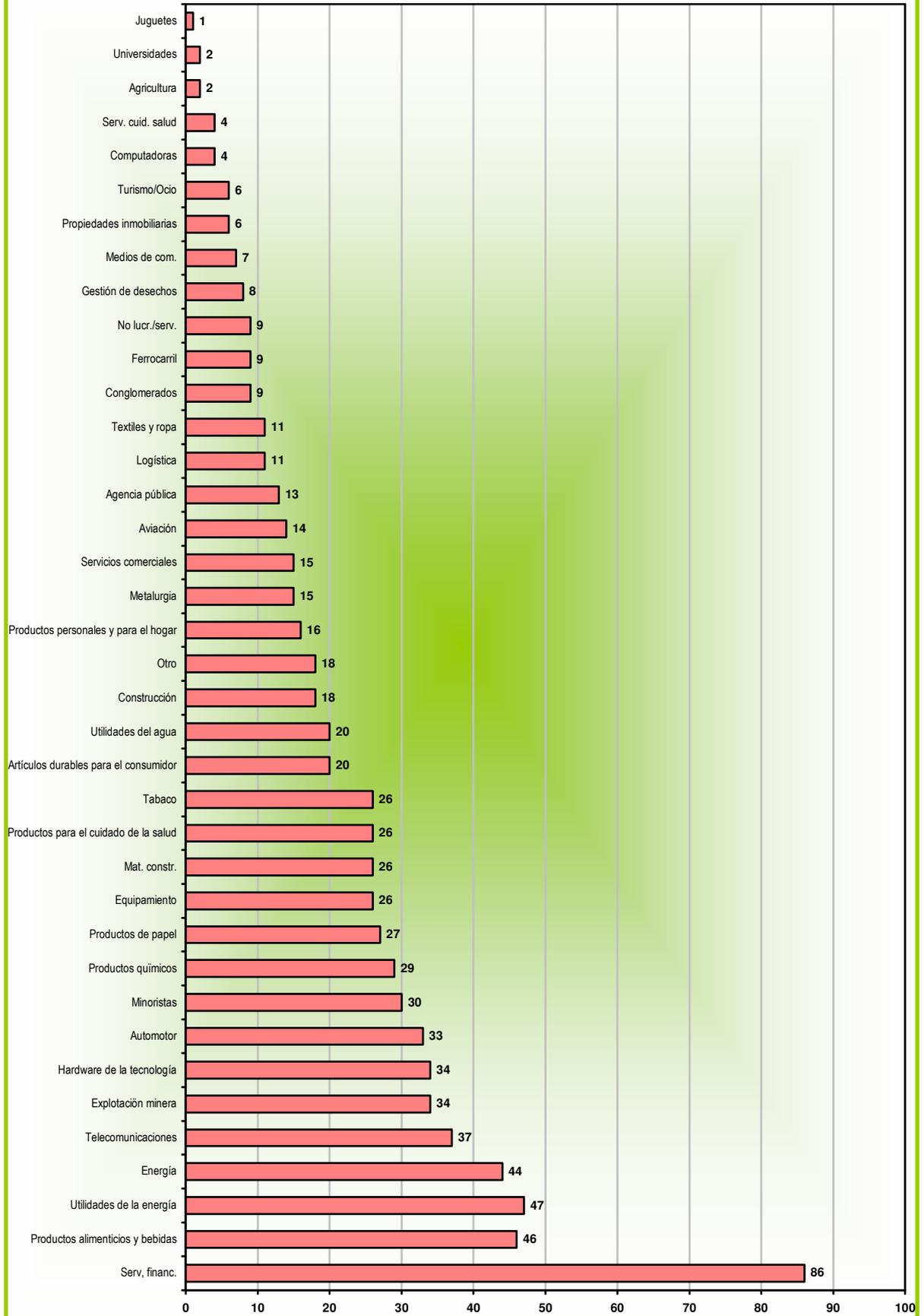
Tabla 5: Clasificación por sectores

Sector	Organizaciones que utilizan las pautas del GRI
Servicios financieros	86
Productos alimenticios y bebidas	48
Utilidades de la energía	47
Energía	44
Telecomunicaciones	37
Explotación minera	34
Hardware de la tecnología	34
Automotor	33
Minoristas	30
Productos químicos	29
Productos de papel	27
Equipamiento	26
Materiales de construcción	26
Productos para el cuidado de la salud	26
Tabaco	26
Artículos durables para el consumidor	20
Utilidades del agua	20
Construcción	18
Otro	18
Productos personales y para el hogar	16
Metalurgia	15
Servicios comerciales	15
Aviación	14
Agencia Pública	13
Logística	11
Textiles y ropa	11
Conglomerados	9
Ferrocarril	9
No lucrativo/Servicios	9
Gestión de desechos	8
Medios de comunicación	7
Propiedades inmobiliarias	6
Turismo/ocio	6
Computadoras	4
Servicios para el cuidado de la salud	4
Agricultura	2
Universidades	2
Juguetes	1
Total	791

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5

Organizaciones que utilizan las pautas del GRI: clasificación por sectores



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Argentina

Organizaciones que utilizan las pautas del GRI	Sector
CEDHA	No lucrativo/Servicios
DuPont Argentina	Productos químicos
Nobleza Piccardo (British American Tobacco)	Tabaco
Telefónica de Argentina	Telecomunicaciones

Fuente: Elaboración propia.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Objetivos generales

El presente trabajo se propone alcanzar los siguientes objetivos generales:

- Analizar la Responsabilidad Social Empresaria en la gestión de las empresas y de las entidades sin fines de lucro en Argentina a la luz de las pautas del GRI.
- Analizar el grado de utilización y seguimiento de los indicadores establecidos en la Guía GRI (2002) para la elaboración de la Memorias de Sostenibilidad por parte de las empresas y entidades sin fines de lucro en Argentina.

Objetivos específicos

El trabajo fija como objetivos específicos los siguientes:

- Describir qué ejes trabajan las organizaciones argentinas en materia de Responsabilidad Social Corporativa.
- Identificar qué programas de Responsabilidad Social Corporativa implementaron las organizaciones argentinas.
- Examinar la Información de Sostenibilidad que publican las organizaciones argentinas adheridas al GRI a los fines de determinar el grado de implementación de la responsabilidad social en la gestión empresarial de las mismas.

Hipótesis

- La Información de Sostenibilidad que publican las organizaciones adheridas al GRI en Argentina evidencia la adopción de la responsabilidad social en la gestión empresarial en una fase inicial.
- Las organizaciones adheridas al GRI en Argentina no evidencian los indicadores integrados propuestos por la guía en los ámbitos medioambiental, social y económico.
- Las organizaciones adheridas al GRI evidencian la implantación de programas de responsabilidad social corporativa los cuales les permiten responder al nuevo concepto de organización que demanda la sociedad.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION EMPIRICA

Selección de la muestra

Para determinar el grado de adhesión de las organizaciones radicadas en nuestro país a la propuesta del GRI, analizamos los reportes de información de sostenibilidad publicados en las páginas web de cada una de las entidades. El análisis se realiza en el marco de la propuesta del GRI para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad por tratarse de una presentación que en un mismo informe recoge la dimensión medioambiental de la actividad de una organización, la dimensión económica y la dimensión social y, además, porque propone un esquema y contenido aceptados internacionalmente y aplicables a todo tipo de organización.

La muestra final de organizaciones sobre la que realizamos la investigación es la siguiente:

Tabla 7: Organizaciones que forman la muestra

Organización	Sector
CEDHA	No lucrativo/Servicios
DuPont Argentina	Productos químicos
Nobleza Piccardo	Tabaco
Telefónica de Argentina	Telecomunicaciones

Fuente: Elaboración propia.

METODOLOGÍA

Fundamentos del análisis de contenido

Los aspectos que se tuvieron en cuenta para evaluar cómo cumplen las organizaciones con las pautas de la guía del GRI y llevar a cabo el análisis de contenido de la Información de Sostenibilidad publicada por las organizaciones seleccionadas que forman la muestra fueron:

- Declaración del presidente.
- Perfil de la organización.
- Documento de síntesis de indicadores principales (no exigido por la guía del GRI 2002).
- Visión y estrategia.
- Políticas, organización y sistemas de gestión.
- Actuaciones donde se especifican los indicadores de desempeño económico, ambiental y social.

Estos aspectos representan lo que debe contener una Memoria de Sostenibilidad.

Para el análisis de contenido de la Información de Sostenibilidad, en primer lugar, construimos un cuadro destinado a la información sobre buen gobierno evaluando para cada organización: si hace referencia o no, si cumple o no, si presenta o no, si considera o no, las pautas del GRI ya citadas.

En segundo lugar, construimos dos cuadros con los indicadores de realización, también evaluando para cada organización: si el indicador es medido o no, si el indicador es medido indirectamente o no, si es o no aplicable y finalmente si existe o no.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS

En los cuadros 1 y 2 se muestran los resultados obtenidos del análisis de contenido realizado sobre los Informes de Sostenibilidad, centrado en las prácticas de buen gobierno y estrategia de sostenibilidad difundido por cada organización:

Cuadro 1: Contenido de la información de sostenibilidad

Organizaciones Apartados GRI	Nobleza Piccardo	CEDHA	DuPont Argentina	Telefónica de Argentina
1. Declaración del Presidente	Hace referencia al ejercicio de RSC			
2. Perfil de la organización	Considera diversos aspectos de la RSC			
3. Síntesis de los principales indicadores	Se presenta	No se presenta	Se presenta	No se presenta
4. Visión y estrategia	Elaborados teniendo en cuenta la RSC			
5. Políticas, organización y sistemas de gestión	Diseñados considerando actuar con RSC			

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2

Organizaciones Apartados del GRI	NOBLEZA PICCARDO	CEDHA	DUPONT Argentina	TELEFÓNICA de Argentina
1. Declaración del presidente	Reconoce el compromiso de la empresa para implementar el proceso de balance social y explicita el desafío de demostrar que una empresa tabacalera puede ser socialmente responsable; explicita el objetivo de asumir un nuevo rol social, reconociendo los éxitos del primer ciclo.	Expresa que es intención que el reporte permita informar no sólo a los stakeholders sobre el impacto sino que también ayuda a encaminarse hacia una mejor gestión ambiental y social reduciendo los impactos negativos y maximizando los positivos. Resalta que, a través de la aplicación de los indicadores GRI, se pretende aportar una experiencia piloto para comprender cómo es el proceso de medición de sustentabilidad en organizaciones no gubernamentales, qué dificultades y beneficios encuentran tales organizaciones para cumplir con dicho proceso.	Se refiere al compromiso asumido por la empresa por alcanzar en cada una de sus actividades e iniciativas el progreso social, el crecimiento económico y el cuidado del medio ambiente; manifiesta los distintos logros alcanzados y reconoce los compromisos asumidos para un crecimiento sustentable.	Manifiesta que en su primer Informe de Responsabilidad Corporativa comparten datos e indicadores relevantes e informan lo que hay detrás de cada uno de ellos, considerando que es la mejor forma de mostrar la transparencia de la gestión.

<p>2. Perfil de la organización</p>	<p>Comunica el perfil de la organización; en primer lugar, se relata la historia de la entidad, cómo está organizada la actividad en la actualidad, brinda datos de British Tobacco y Holdings, que es su principal accionista, y por último presenta la empresa en números, informa sobre las ventas brutas, el resultado operativo, el resultado después de impuestos, impuestos internos y otros impuestos, los presupuestos de medio ambiente, salud y seguridad, el volumen de cigarrillos y el número de empleados. Esta información la presenta en forma comparativa de dos períodos y efectuando una distinción entre sin ajuste por inflación y con ajuste por inflación.</p>	<p>Informa sobre la organización, las distintas actividades que se desarrollan, expresando la forma en que los organiza en tres programas: Acceso a la Justicia, Comercio Sustentable y Empresa Responsable; comunica el número de trabajadores. A continuación, brinda información sobre su status legal y, para finalizar este apartado, hace mención de sus stakeholders (comunidad, staff, donantes, ONGs, comunidad empresaria, gobierno).</p>	<p>Relata su historia en primer lugar, la presencia en América Latina y la forma de actuar en la región; para finalizar este apartado, presenta un detalle de la empresa en Argentina, su arribo, las actividades que desarrolla, los reconocimientos recibidos por la empresa y la presencia regional en Argentina.</p>	<p>Presenta la composición del grupo Telefónica, indicando la línea de negocio de cada una de las empresas que lo integran. Expresa la magnitud de operaciones mundiales realizada por el grupo en el sector telecomunicaciones, en el mercado financiero, en el entorno económico y empresarial de habla hispana y portuguesa y en lo tecnológico. Realiza una breve reseña histórica del grupo económico. Se describe brevemente el contenido de cada capítulo del informe. Presenta la naturaleza de la propiedad de la empresa, detalle de las acciones.</p>
<p>3. Documento de síntesis e indicadores de referencia</p>	<p>El reporte informa sobre características y alcances, haciendo hincapié en que tiene en cuenta todos los indicadores, tanto los generales como los adicionales; estos últimos en los casos en que sea pertinente. Cuando no se cuenta con la información, lo deja expresado en el índice. Un aspecto a destacar en la organización de los indicadores respecto de la guía GRI es que los indicadores de salud y seguridad no se incluyen como indicadores de desempeño social, sino que los agrupa con los indicadores</p>	<p>En este apartado el reporte manifiesta sus características específicas y sus alcances, destacando la utilización de indicadores principales de GRI, dejando de lado los indicadores adicionales (debido a la dificultad de reunir la información requerida).</p>	<p>No presenta información acerca del cálculo de indicadores GRI; sin embargo, por la presentación de otra información, se observa que la empresa lleva a cabo prácticas acordes con la Responsabilidad Social Empresaria, contribuyendo al desarrollo socioeconómico y el cuidado del medioambiente, a través de las actividades llevadas a cabo en el país.</p>	<p>La empresa no presenta un ítem acerca de los indicadores GRI; sin embargo, en el desarrollo del informe, expone datos que dan cuenta de diferentes acciones de responsabilidad social empresaria.</p>

	<p>medioambientales, en un apartado que denomina indicadores de desempeño ambiental, de salud y seguridad. Los indicadores sociales, en los casos que corresponde, se presentan en forma comparativa. Con respecto a los indicadores de desempeño económico, en el reporte no aparecen los indicadores relacionados con los flujos de fondos en proveedores y clientes. Se comunican los indicadores centrales y los adicionales. Además de comunicar los indicadores GRI, el reporte incluye otros indicadores de cumplimiento y estado actual de los compromisos asumidos en el ciclo 1 del balance social.</p>			
4. Visión y estrategia	<p>Este reporte manifiesta en este apartado la visión de la compañía: “ser la empresa tabacalera número uno de la Argentina, tanto cualitativa como cuantitativamente”. Presenta la estrategia basada en cuatro principios guía: fortaleza a través de la diversidad, mente abierta, libertad con responsabilidad, espíritu empresarial.</p>	<p>En este apartado del reporte se expresa la visión de la empresa: “CEDHA tomará conciencia del impacto de sus actividades en la sociedad, en los derechos humanos y el ambiente, obrará para reducirla y hará todo lo posible para reducirla”. La estrategia para lograr esto es reducir la utilización de material básico un 10% al año per cápita; eliminar en un 90% la utilización innecesaria de materiales (como por ejemplo, envases de alimentos y bebidas); reciclar material de desecho cuando sea posible; reutilizar papel de oficina a un 100%; recargar cartuchos de tinta un 100%; medir el consumo de energía y reducir el uso excesivo de agua</p>	<p>Informa que la visión de la empresa es: “ser la empresa científica más dinámica del mundo, como creando soluciones sustentables esenciales para una vida mejor, más segura y saludable para todas las personas”. Para el logro de ello, manifiesta las estrategias de crecimiento con que cuenta la empresa: integrar la excelencia en química a la biología moderna, ofrecer soluciones basadas en el conocimiento intensivo y aumentar la productividad a través del Six Sigma.</p>	<p>Expresa su visión: “convertirse en el mejor y mayor grupo integrado de telecomunicaciones en el mundo”. “El mejor en orientación al cliente, innovación, excelencia operativa, y liderazgo y compromiso de sus profesionales. Y el mayor, tanto en crecimiento y rentabilidad para sus accionistas como en valor de mercado de entre las operadoras integradas”. Se plantea como estrategia para alcanzar su visión pasar de un modelo de compañía centrado en el producto a un grupo integrado para satisfacer las necesidades globales de comunicación de sus clientes.</p>

		<p>corriente; medir y reducir cuando sea posible la utilización indirecta de energía en los viajes; consumir productos reciclables siempre que sea posible; concluir una evaluación anual del impacto social, económico y ambiental, conforme con el criterio del GRI; publicar un informe sobre sustentabilidad de CEDHA, paralelamente o como parte del informe anual; proyectar una visión y estrategia de sustentabilidad para CEDHA; desarrollar procedimientos para involucrar actores claves; asignar personal para monitorear la sustentabilidad de CEDHA; desarrollar una política de sustentabilidad en caso de que no exista alguna; garantizar el cumplimiento de estas políticas entre el personal; donar tiempo a alguna tarea social.</p>		
<p>5. Políticas, organización y sistemas de gestión</p>	<p>En este punto informa sobre la estructura con que cuenta la compañía para los compromisos asumidos y explica la composición y las funciones de cada uno de los órganos que la componen. Dando cumplimiento a este punto del GRI en otro capítulo, presenta las expectativas de los distintos grupos de interés y las respuestas dadas por Nobleza Piccardo a estas expectativas, como así también los indicadores que miden el cumplimiento de éstas. Para dar fin a este apartado, en otro capítulo</p>	<p>En este apartado se presenta la declaración de compromiso de la organización, cuando expresa: "Reconocemos que nuestro consumo de recursos renovables afecta el ambiente de otros y tiene efectos incalculables sobre las generaciones futuras. En un esfuerzo por minimizar estos efectos, CEDHA busca limitar el consumo de electricidad, plásticos, árboles y agua". También menciona las políticas de compras, reducir el consumo de combustible. En cuanto a las políticas, se menciona que cuenta con los CEDHAmientos que son 28 principios que</p>	<p>Referido a este apartado, DuPont lo organiza por capítulos en los que expone las relaciones de la empresa con los stakeholders, el primero del cual nos habla es de los empleados. En este apartado, comienza mencionado la política de no discriminación, las políticas de beneficios y compensaciones llevadas a cabo por la compañía, las posibilidades para el desarrollo del personal, la capacitación brindada, las comunicaciones internas de la empresa, los distintos programas de promoción de salud y, por último, la participación sindical</p>	<p>Con relación a este apartado, la empresa expone la composición del directorio, comité de auditoría, comisión fiscalizadora, comité de divulgación, entre otros, y sus atribuciones. En otro capítulo, se presentan los valores del grupo telefónica con sus accionistas e inversores, con sus clientes, con sus empleados y con la sociedad. Realiza diferentes programas como sistema de seguimiento de quejas, consultas sobre satisfacción al cliente, planes de descuentos, capacitación a técnicos, observatorio de clima de grupo,</p>

	<p>presenta los aprendizajes de la empresa en este segundo ciclo del reporte social.</p>	<p>funcionan a modo de guía para la conducta del personal, tanto colaboradores contratados como pasantes. Además, menciona su política de oficina.</p>	<p>de los empleados de la empresa. En otro capítulo, se refiere a la relación con los proveedores y clientes de la empresa, comienza mencionando que trabaja junto a ellos como verdaderos socios de negocios. Entre los programas que desarrolla la empresa relacionados con los clientes, se encuentra la guía de conducta comercial, programa de apoyo al desarrollo de exportaciones, talleres de venta, centro de atención a clientes (teledupont). Y, relacionado con los proveedores, el programa denominado Capacitación en seguridad y medioambiente para los proveedores. Otro capítulo lo dedica a la relación de la empresa con la comunidad; en éste, en primer lugar, habla de la vinculación de la empresa con el gobierno y con los medios de comunicación, para luego sí hablar sobre la extensión comunitaria de la empresa a través del desarrollo de distintos programas, cuya característica destacable es ser estratégicos, basados en la misión de la empresa y conducidos por profesionales. Entre estos programas, podemos citar el programa de actuación voluntaria, SIP un vecino que suma, educación sustentable, nuestros recursos, proteínas por la vida, y el programa de apoyo al desarrollo científico tecnológico. Por último, dedica otro capítulo a la seguridad</p>	<p>sistema de compensación para empleados, plan director global de comunicaciones corporativas, prevención de riesgos laborales, compromiso cliente, estudios del tiempo medio de instalación y de reparación de averías, patrocinio de eventos deportivos, culturales y sociales, programa de voluntariado corporativo, programa Seis Sigma y otros programas de mejora de calidad. En el capítulo 4, presenta los canales de comunicación con accionistas e inversores.</p>
--	--	--	--	---

			<p>y al medioambiente. Se resaltan todas las acciones de DuPont Argentina en el cuidado del medioambiente y seguridad de los empleados. Entre los distintos programas desarrollados, se destacan el de reducción y segregación de residuos, el de recuperación de pilas, tubos fluorescentes y cartuchos de impresoras y fotocopadoras, el de reciclado de papel, y la instauración de una Campaña de Conducción Segura en Agar Cross, con el objetivo de evitar accidentes de tránsito sobre la base de la capacitación y la disciplina.</p>	
<p>6. Actuaciones donde se especifican los indicadores de desempeño, económico, ambiental y social</p>	<p>Los indicadores que se presentan en este apartado son expuestos en forma similar a la guía GRI, reflejan las actividades a desarrollar por Nobleza Piccardo, el indicador acordado, la meta a lograr y el estado de cumplimiento. Estos índices suponen una información adicional no requerida que completa el balance social. Dichos indicadores poseen información referida a los programas que evidencian la RSC; éstos comprenden: responsabilidad social corporativa, prevención de fumar en menores, nuestros empleados, desarrollo de productos más seguros, gerenciamiento institucional, información a los consumidores, contrabando, regulación sensata.</p>	<p>En este apartado, el reporte de esta organización presenta todos los indicadores, generales y adicionales (en el caso en que sea pertinente). Cuando no se cuenta con la información, se lo deja establecido en el índice.</p>	<p>No se presentan indicadores detallados conforme la guía del GRI; explicita un conjunto de indicadores que reflejan las contribuciones de DuPont a la RSE.</p>	<p>No se presentan indicadores detallados conforme la guía del GRI; expone diferentes indicadores que reflejan las diferentes actividades de la empresa.</p>

	Además, este informe cuenta con un valor extra, dado por la verificación independiente por el Bureau Veritas, el que nos asegura que la información contenida no tiene errores ni parcelamientos. La verificación se ha realizado tanto a los métodos utilizados para la recolección de datos como sobre la precisión de los datos contenidos en los informes, esto desarrollado a través de técnicas de muestreo. Los resultados de la verificación muestran un mejor cumplimiento de los requisitos de la norma AA1000.			
--	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

En los cuadros 3, 4 y 5 se muestran los resultados obtenidos del análisis de los indicadores sobre los aspectos del desarrollo sostenible: medioambiental, económico y social, para cada organización.

Cuadro 3: Indicadores de Desempeño Ambiental, Salud y Seguridad Laboral

Indicadores GRI		Organizaciones	Nobleza Piccardo	CEDHA	DuPont Argentina	Telefónica de Argentina
Código	Definición					
Materiales						
EN1	Materiales totales usados, distintos del agua, por tipo.	M	M	DND	DND	
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son residuos (procesados o no) de fuentes externas a la organización.	M	M	DND	DND	
Energía						
EN3	Consumo directo de energía clasificado por fuente principal	M	M	DND	DND	
EN14	Consumo indirecto de energía	SM	NA	DND	DND	
EN17	Iniciativa para usar fuentes de energía renovables y para aumentar la eficiencia del consumo de energía	SM	SM	DND	DND	
EN19	Otros consumos indirectos de energía e implicancias, como viajes de la organización, gestión de la vida útil del producto, y consumo de materiales con gran consumo de energía	M	SM	DND	DND	
Agua						
EN5	Consumo total de agua	M	M	DND	DND	
EN20	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats relacionados, significativamente afectados por el consumo de agua	M	DND	DND	DND	
EN22	Reciclaje y reutilización total del agua	NE	DND	DND	DND	

Biodiversidad					
EN6	Ubicación y tamaño de los terrenos propios, alquilados o manejados en hábitats ricos desde el punto de vista de la biodiversidad	M	M	DND	DND
EN23	Cantidad total de terrenos propios, alquilados o manejados para actividad de producción o de extracción	M	DND	DND	DND
EN25	Impactos de las actividades y operaciones sobre áreas protegidas y sensibles	M	DND	DND	DND
EN26	Cambios en los hábitats naturales por las actividades y operaciones de la organización y porcentaje del hábitat protegido o restaurado	M	DND	DND	DND
EN27	Objetivos, programas y metas respecto de la protección y restauración de los ecosistemas y especies nativas en áreas degradadas	NE	DND	DND	DND
EN29	Unidades del negocio que actualmente operan o planean operar alrededor de áreas protegidas o sensibles	NE	DND	DND	DND
EN7	Descripción de los impactos significativos sobre biodiversidad asociados con actividades y/o productos o servicios en los ambientes terrestres, de agua dulce y marinos	SM	SM	DND	DND
EN8	Emisiones de gases de invernadero	M	M	DND	DND
EN9	Uso y emisiones de sustancias que degradan el ozono	SM	NA	DND	DND
EN10	NOx, SOx y otras importantes emisiones al aire por tipo	SM	M	DND	DND
EN11	Cantidad total de residuos por tipo y destino	M	SM	DND	DND
EN12	Descargas importantes al agua por tipo	M	NA	DND	DND
EN13	Derrames importantes de agentes o productos químicos, aceite y combustibles en términos de cantidad total y volumen total	M	NA	DND	DND
EN30	Emisiones indirectas de gases de invernadero	M	DND	DND	DND
EN31	Producción, transporte, importación o exportación de residuos considerados "peligrosos" en los términos de la Convención de Basilea, anexos I, II, III y VIII.	M	DND	DND	DND
EN32	Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats relacionados, significativamente afectados por las descargas o pérdidas de agua	M	DND	DND	DND
Proveedores					
EN33	Desempeño de los proveedores en relación con los elementos ambientales de los programas y procedimientos descritos en respuesta a la sección de Estructura de Gerenciamiento y Sistemas de Gestión (Sección 3.16)	M	DND	DND	DND
Productos y servicios					
EN14	Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios	SM	NA	DND	DND
EN15	Porcentaje del peso de los productos vendidos que se puede recuperar al final de la vida útil de producto y porcentaje que efectivamente se recupera	SM	NA	DND	DND
Cumplimiento					
EN16	Casos de multas por incumplimiento de todas las declaraciones/convenciones/tratados internacionales aplicables y reglamentaciones nacionales, subnacionales, regionales y locales asociadas con temas ambientales	M	NA	DND	DND
Transporte					
EN34	Impactos ambientales significativos del transporte utilizado con fines logísticos	MI	M	DND	DND

Generales					
EN35	Gastos totales en medioambiente, por tipo	M	DND	DND	DND

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4: Indicadores de Desempeño Social

Indicadores GRI		Organizaciones	Nobleza Piccardo	CEDHA	DuPont Argentina	Telefónica de Arg.
Código	Definición					
Salud y Seguridad						
LA5	Prácticas en el registro y notificación de accidentes y enfermedades industriales, y forma en que se relacionan con el Código de Prácticas sobre Registro y Notificación de Accidentes y Enfermedades Industriales de la OIT	M	NA	DND	DND	DND
LA6	Descripción de los comités formales de salud y seguridad con representantes de la gerencia y los empleadores y proporción del personal que forma parte de tales comités	M	NA	DND	DND	DND
LA7	Índices estándar de lesiones, días perdidos y ausentismo y cantidad de muertes relacionadas con el trabajo (incluso los trabajadores subcontratados)	M	NA	DND	DND	DND
LA8	Descripción de políticas o programas (dentro del lugar de trabajo y más allá) sobre HIV/SIDA	DND	M	DND	DND	DND
LA14	Evidencia de cumplimiento sustancial de los Lineamientos para los Sistemas de Gestión de la Salud Ocupacional de la OIT	M	DND	DND	DND	DND
LA15	Descripción de los acuerdos formales con los sindicatos u otros representantes legales de los empleados respecto de la Salud y Seguridad en el trabajo y proporción de empleados cubiertos por tales acuerdos	M	DND	DND	DND	DND
Empleo						
LA1	Detalle de la mano de obra, si es posible, por región/país, estado (empleado/no empleado), tipo de empleo (full time/part-time), y por contrato de empleo (indefinido o efectivo/por tiempo determinado o temporario). También identifica la mano de obra contratada en conjunto con otros empleadores (trabajadores de agencia de empleo o trabajadores en relación de dependencia compartida), clasificados por región/país	M	M	DND	DND	DND
LA2	Creación neta de puestos de trabajo y promedio de rotaciones clasificados por región/país	M	NA	DND	DND	DND
LA12	Beneficios a los empleados más allá de los otorgados por la ley	M	DND	DND	DND	DND
Relaciones entre el personal y la gerencia						
LA3	Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes u otros representantes de los trabajadores clasificados geográficamente o porcentaje de empleados cubiertos por los convenios colectivos de trabajo clasificados por región/país	M	NA	DND	DND	DND
LA4	Políticas y procedimientos sobre información, consulta y negociación con los empleados acerca de cambios en las operaciones de la organización (por ejemplo, una reestructuración)	M	M	DND	DND	DND
Capacitación y educación						
LA9	Promedio de horas de capacitación por año, por empleado, por categoría de empleado	M	M	DND	DND	DND
L17	Políticas y programas específicos para el desarrollo de habilidades y para el aprendizaje continuo	M	DND	DND	DND	DND

Diversidad y oportunidad					
LA10	Descripción de las políticas y programas de igualdad de oportunidades, sistemas de control para garantizar su cumplimiento y resultados de tales controles	M	M	DND	DND
LA11	Composición de la gerencia Senior y de los cuerpos de dirección de la compañía (incluyendo el directorio), proporción de hombres/mujeres y otros indicadores de diversidad que sean culturalmente adecuados	M	M	DND	DND
DERECHOS HUMANOS					
Estrategia y gestión					
HR1	Descripción de las políticas, lineamientos, estructura de la organización y procedimientos relacionados con los diversos aspectos de los derechos humanos pertinentes a las operaciones de la organización que eleva su informe, incluyendo organismos de control y resultados de tales controles	M	M	DND	DND
HR2	Evidencia de consideración del impacto en materia de derechos humanos de las decisiones de inversión y abastecimiento, incluyendo la selección de los proveedores y personal contratado	M	M	DND	DND
HR3	Descripción de políticas y procedimientos para evaluar el desempeño en materia de derechos humanos dentro de la cadena de proveedores y personal contratado, incluyendo sistemas de control y resultados de tales controles	M	M	DND	DND
HR8	Capacitación del personal sobre las políticas y prácticas relacionadas con derechos humanos aplicables a las operaciones de la organización	M	DND	DND	DND
No discriminación					
HR4	Descripción de la política global y los procedimientos para prevenir todo tipo de discriminación en las operaciones de la organización que elabora el informe, incluyendo sistemas de control y resultados de tales controles	M	M	DND	DND
Libertad de asociación y convenios colectivos de trabajo					
HR5	Descripción de la política sobre libertad de asociación y alcance de la aplicación universal de esta política, independientemente de las leyes locales, junto con la descripción de los procedimientos/programas que tratan este tema	NE	M	DND	DND
Trabajo infantil					
HR6	Descripción de las políticas que excluyen el trabajo infantil, conforme a la Convención 138 de la OIT, y grado con el que esta política se pregona y se aplica, junto con una descripción de los procedimientos/programas relacionados con este tema, incluyendo sistemas de control y resultado de dichos controles	M	M	DND	DND
Trabajo forzoso y bajo coerción					
HR7	Descripción de la política para prevenir el trabajo forzoso o bajo coerción y grado en que esta política se pregona y se aplica, junto con una descripción de los procedimientos/programas relacionados con este tema, incluyendo los sistemas de control y los resultados de tales controles	M	M	DND	DND
Prácticas disciplinarias					
HR10	Descripción de la política para evitar represalias y sistema de reclamos de los empleados que sean efectivos y confidenciales (incluyendo, entre otros, su impacto en materia de derechos humanos)	M	DND	DND	DND

SOCIEDAD					
Comunidad					
SO1	Descripción de las políticas para manejar el impacto de las actividades de la organización en las comunidades, junto con una descripción de los procedimientos/programas que tratan este tema, incluyendo los sistemas de control	M	M	DND	DND
SO4	Premios recibidos por el desempeño social, ético y ambiental de la organización que eleva el informe	M	DND	DND	DND
Cohecho y corrupción					
SO2	Descripción de políticas, procedimientos y sistemas de gestión, y mecanismos de cumplimiento para la organización y el personal acerca del cohecho y la corrupción	DND	M	DND	DND
Contribuciones políticas					
SO3	Descripción de políticas, procedimientos y sistemas de gestión, y mecanismos de cumplimiento destinados al manejo de las contribuciones y del lobby político	DND	NE	DND	DND
RESPONSABILIDAD POR EL PRODUCTO					
Salud y seguridad de los consumidores					
PR1	Descripción de la política para preservar la salud y seguridad de los consumidores mientras consumen los productos y servicios de la organización, y grado en que esta política es pregonada y aplicada, junto con la descripción de los procedimientos y programas que tratan este tema, incluyendo los sistemas de control y los resultados de tales controles	M	SM	DND	DND
Productos y servicios					
PR2	Descripción de las políticas, procedimientos y sistemas de gestión de la organización y mecanismos de cumplimiento relacionados con la información sobre el producto y las cláusulas de advertencia	M	NA	DND	DND
Publicidad					
PR9	Descripción de las políticas, procedimientos, sistemas de gestión y mecanismos de cumplimiento de la organización respecto de normas y códigos voluntarios sobre publicidad	M	M	DND	DND

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5: Indicadores de Desempeño Económico

Indicadores GRI		Organizaciones	Nobleza Piccardo	CEDHA	DuPont Argentina	Telefónica de Arg.
Código	Definición					
Consumidores						
EC2	Porcentaje de participación de mercado	M	M	DND	DND	
Proveedores						
EC3	Costos de todos los bienes materiales y servicios comprados	DND	M	DND	DND	
EC4	Porcentaje de contratos pagados de acuerdo con los términos acordados, excluyendo los arreglos sobre multas	M	M	DND	DND	
EC11	Clasificación de proveedores por organización y por país	M	DND	DND	DND	
Empleadores						
EC5	Indicador del flujo monetario: Remuneraciones y beneficios totales (incluye salarios, pensiones y otros beneficios y pagos por despidos) detalladas por país o región	M	M	DND	DND	

Contribuciones de capital					
EC1	Ingresos por donaciones	M	NA	DND	DND
EC6	Indicador del flujo monetario: Distribuciones a los proveedores de capital, detalladas por interés sobre la deuda y préstamos y dividendos sobre todas las clases de acciones, con intereses sobre los dividendos preferidos	M	NA	DND	DND
EC7	Aumento/disminución en las ganancias retenidas al final de un período	DND	NA	DND	DND
Sector público					
EC8	Indicador del flujo monetario: Monto total de impuestos de todo tipo abonados por país	M	M	DND	DND
EC9	Subsidios recibidos detallados por país o región	M	M	DND	DND
EC10	Donaciones a la comunidad, sociedades civiles y otros grupos detalladas en términos de efectivo y en especie por tipo de grupo	M	M	DND	DND
EC12	Total invertido en desarrollo de infraestructura no fundamental para el negocio	M	DND	DND	DND

Fuente: Elaboración propia

Referencias

Referencias	Descripción
M	El indicador GRI es medido por la organización
SM	El indicador GRI no es medido por la organización
MI	El indicador GRI no es utilizado por la organización, sino que el tópico al que hace referencia es medido indirectamente a través de otros indicadores GRI
NA	El indicador GRI no es aplicable por la organización
NE	No existe en la organización el objeto al que hace referencia el indicador GRI
DND	Datos no disponibles

Como se puede apreciar en los cuadros 3, 4 y 5 no se dispone de información acerca del cálculo de indicadores GRI por parte de la firma DuPont; sin embargo, en el cuadro 1 se observa que dicha empresa lleva a cabo prácticas acordes con los principios de RSC, por lo cual consideramos conveniente mostrar los indicadores que la organización expone vinculados a la temática, a pesar de no corresponder con las definiciones de los del GRI.

PERSONAL	
COMPENSACIONES (en miles de pesos)	Impacto / Alcance
▪ Remuneraciones	
• Salarios	\$ 44.674
• Sistema Previsional	\$ 5.154
• ART	\$ 270
• Obra Social	\$ 2.024
• Otras Cargas Sociales	\$ 595
▪ Beneficios	\$ 10.343
Total Compensaciones	\$ 63.060
DESARROLLO	Impacto / Alcance
▪ Promedio de horas para capacitación gerencial	90 por persona
▪ Promedio de horas para capacitación general	65 por persona
▪ Cantidad de participantes del programa de pasantías	27 estudiantes
▪ Cantidad de promociones	29 personas
SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE	Impacto / Alcance
Modificaciones en sistemas de efluentes gaseosos, operaciones y monitoreo (en miles de pesos)	\$ 490
Horas trabajadas sin accidentes computables	1.700.000 horas por persona
Días perdidos por accidente	0

Fuente: Balance social DuPont Argentina.

PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las organizaciones que enmarcan su accionar bajo los lineamientos de la Responsabilidad Social Corporativa llevan adelante diversos programas como respuesta a las demandas que manifiestan sus grupos de interés o stakeholders.

En particular, se expone a continuación los programas desarrollados por las organizaciones que se analizan en el presente informe.

Nobleza Piccardo	Programa Solidario "Educativo" Programa Solidario "Polideportivo" Programa Solidario "1 + 1" Programa Solidario "Voluntariado" Programa "Prevención del Fumar en Menores"
CEDHA	Programa Acceso a la Justicia Programa Comercio Sustentable Programa Empresas Responsables
DuPont Argentina	Programa Nuestros Recursos / Junior Achievement Programa Proteínas por la Vida / Banco de Alimentos Programa de Becas de Ayuda Escolar / Fundación Cimientos Programa de Apoyo al Desarrollo Científico Tecnológico DuPont CONICET Programa SIP, Un vecino que suma / Agar Cross Programa Expedición DuPont / Junior Achievement Programa de Actuación Voluntaria
Telefónica de Argentina	Programa Acelerar para ser más líderes Programa Compromiso Cliente Programa de Mejora de Indicadores en Segmentos Críticos Programa de Formación Programas de gestión de talentos Programa de Voluntariado Corporativo del Grupo Telefónica Programas de Inclusión digital Programas de capacitación en uso de nuevas tecnologías Programa de Promoción de escritura y lectura Programa de Recolección y reciclado Programa de Capacitación a Proveedores Pymes

Fuente: Elaboración propia

Organización CEDHA

La confección de este reporte constituye uno de los primeros informes GRI preparados por una ONG. Representa un desafío para esta organización aplicar los indicadores del GRI, considerando las características de este sector, tan diferente tanto en medios como en fines al sector privado.

Siguiendo la guía del GRI, este balance presenta, como primera parte del informe, un apartado, el cual denomina "Acerca del informe" (punto 1 GRI), en el cual recoge las palabras del director ejecutivo, en el que se resalta la realización de este reporte social.

Cuenta con un apartado en el que habla del perfil de la organización (punto 2 GRI); en éste primero da información sobre la organización, las distintas actividades llevadas a cabo y la forma en que organiza dichas actividades; posteriormente, brinda información sobre su status legal y, por último, menciona los stakeholders, entre los que cita staff, donantes, ONG, comunidad, gobierno, comunidad empresaria.

Luego, el reporte presenta sus características específicas y sus alcances, destacándose la utilización de indicadores principales y, cuando ha sido posible, se ha utilizado información de años anteriores (punto 3).

Este reporte brinda la visión (punto 4 GRI) de la empresa, la cual es: “CEDHA tomará conciencia del impacto de sus actividades en la sociedad, en los derechos humanos y en el ambiente, obrará para reducirlo y hará todo lo posible por reparar el daño causado”.

La estrategia para lograr esto es reducir la utilización de material básico un 10% al año per capita; eliminar en un 90% la utilización innecesaria de materiales (como por ejemplo, envases de alimentos y bebidas); reciclar material de desecho cuando sea posible; reutilizar papel de oficina a un 100%; recargar cartuchos de tinta a un 100%; medir el consumo de energía y reducir el uso excesivo de agua corriente; medir y reducir, cuando sea posible, la utilización indirecta de energía en los viajes; consumir productos reciclables, siempre que sea posible; conducir una evaluación anual del impacto social, económico y ambiental, conforme al criterio de GRI; publicar un informe sobre sustentabilidad de CEDHA, paralelamente o como parte del informe anual; proyectar una visión y estrategia de sustentabilidad para CEDHA; desarrollar procedimientos para involucrar a actores claves; asignar personal para monitorear la sustentabilidad de CEDHA; desarrollar una política de sustentabilidad en caso de que no exista alguna; garantizar el cumplimiento de esta política entre el personal; donar tiempo a alguna tarea social (voluntariado).

Avanzando en el reporte, éste también presenta la declaración de compromiso de la organización (punto 5 GRI), en el cual dice: “Reconocemos que nuestro consumo de recursos renovables y no renovables afecta el ambiente de otros y tiene efectos incalculables sobre las generaciones futuras. En un esfuerzo por minimizar estos efectos negativos, CEDHA busca limitar el consumo de electricidad, plásticos, árboles y agua”. También menciona las políticas de compras, reducir el consumo de combustible. En cuanto a las políticas, se menciona que cuenta con los “CEDHAMientos”, 28 principios que funcionan a modo de guía para la conducta del personal, tanto colaboradores contratados como pasantes. Además, menciona su política de oficina.

El reporte también cumple con la manifestación de las actuaciones, donde se especifican los indicadores de desempeño económico, ambiental y social (punto 6).

El reporte tiene en cuenta todos los indicadores del GRI y, para los casos en los que no es posible la aplicación de ellos, por tratarse de una ONG, en el mismo se hace la aclaración.

En los indicadores de desempeño medioambiental, CEDHA presenta en el ítem transporte los impactos ambientales significativos del transporte utilizado con fines logísticos, efectuando una comparación de dicho impacto para los años 2000, 2001, 2002 y 2003, respectivamente.

Nobleza Piccardo

Siguiendo con el análisis de los reportes sociales, pasaremos a analizar el presentado por Nobleza Piccardo. Éste también cumple con el apartado 1 de la guía del GRI; en la introducción, constan las palabras de Cristian Beyer, gerente general y presidente, donde reconoce el compromiso de la empresa desde hace ya tres años para implementar el proceso de balance social; comenta el desafío que se tomó desde un principio que era demostrar que una empresa tabacalera puede ser socialmente responsable; menciona el objetivo de asumir un nuevo rol social, y por último, reconoce los éxitos del primer ciclo.

Como especifica la guía del GRI, cuenta con un apartado en el cual informa el perfil de la organización. En éste, primero nos habla de la historia de la compañía, luego de cómo está organizada la actividad en la actualidad; brinda los datos de British American Tobacco Holdings, su principal accionista, y por último, presenta lo que es la empresa en números:

Datos importantes de NP	Diciembre 2001		Diciembre 2002
	Sin ajuste por inflación	Con ajuste por inflación	
Venta bruta	\$ 842.920.000	\$ 838.580.000	\$ 1.112.670.000
Resultado operativo	\$ 52.800.000	\$ 113.610.000	\$ 7.490.000
Resultado después de impuestos	\$ 6.950.000	\$ 15.160.000	\$ 1.070.000
Impuestos internos y otros impuestos	\$ 591.240.000	\$ 1.289.610.000	\$ 762.960.000
Presupuesto de Medioambiente, Salud y Seguridad	\$ 350.000	\$ 763.000	\$ 513.000
Volumen de cigarrillos	12.544.000	12.544.000	12.745.000
Empleados	1.470	1.470	1.118

Fuente: Balance social Nobleza Piccardo.

Dentro de este mismo punto, la guía del GRI requiere que se den las características del reporte. Este informe cuenta con un capítulo especial dedicado al mismo, y su proceso establece una serie de etapas que se pueden ver en el siguiente cuadro extraído del reporte, y da una explicación de cada una de ellas.



Fuente: Balance social Nobleza Piccardo.

Este reporte incluye la visión (punto 4 GRI) de la compañía, la cual es: “Ser la empresa tabacalera número uno de la Argentina”, tanto cualitativa como cuantitativamente.

Para cumplir con esto, presenta la estrategia basada en cuatro principios guía: fortaleza a través de la diversidad, mente abierta, libertad con responsabilidad, espíritu empresarial.

En otro apartado, informa sobre la estructura con que cuenta la compañía para cumplir los compromisos asumidos, y explica la composición y las funciones de cada uno de los órganos que la componen (punto 5 GRI).



Fuente: Balance social Nobleza Piccardo.

En otro capítulo, pero dando cumplimiento al mismo punto del GRI, este reporte presenta las expectativas de los distintos grupos de interés y las respuestas dadas por Nobleza Piccardo a estas expectativas, como así también los indicadores que miden el cumplimiento de éstas. Y, por último, en otro capítulo, presenta los aprendizajes de la empresa en este segundo ciclo de reporte social.

En cuanto a los indicadores (punto 6 GRI), el reporte social de Nobleza Piccardo tiene en cuenta todos los indicadores, tanto los generales como los adicionales; estos últimos, en los casos en que sea pertinente. Cuando no cuenta con la información necesaria, lo deja establecido en el índice. Por ejemplo:

GRI	Indicador	Descripción GRI	Datos 2002	
			Unidades	2002
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son residuos (procesados o no) de fuentes externas a la organización	Se refiere tanto al material reciclado después del consumo y los desechos industriales, informar en toneladas, kilogramos o volumen.	No se mide actualmente debido a la falta de sistemas de datos para generar la información requerida. Se evaluará el desarrollo de los sistemas de datos necesarios	

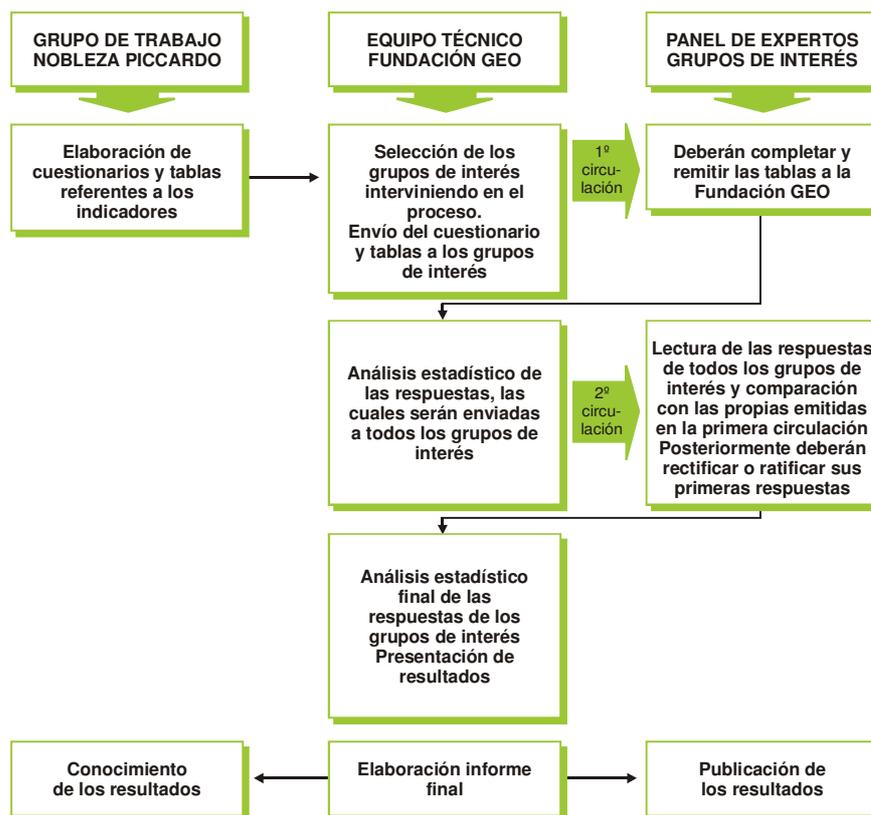
Fuente: Elaboración propia

Un cambio en la organización de los indicadores respecto de la guía del GRI es que los indicadores de salud y seguridad no los incluye junto con los indicadores de desempeño social, sino que los agrupa con los indicadores medioambientales, en un apartado que denomina indicadores de desempeño ambiental, de salud y seguridad.

Los indicadores sociales, en los casos en que es pertinente, se presentan en forma comparativa los datos de 2001/2002.

En cuanto a los indicadores de desempeño económico, en este reporte no aparecen los indicadores relacionados a los flujos de fondos en proveedores y clientes; el resto de los indicadores aparecen, tanto los centrales como los adicionales.

En este reporte, además de aparecer los indicadores de la guía del GRI, se incluyen otros indicadores de cumplimiento y estado actual de los compromisos asumidos en el ciclo 1 del balance social. Éstos fueron elaborados a través del proceso que se puede observar en el siguiente cuadro:



Fuente: Balance social Nobleza Piccardo.

Los indicadores que surgieron como resultado del proceso anterior son presentados en tablas similares a las de la guía GRI, y muestran actividades a desarrollar por Nobleza Piccardo, el indicador acordado, la meta a lograr y el estado de cumplimiento. Estos índices suponen una información adicional no requerida que completa el balance social.

Dichos indicadores poseen información referida a los programas que evidencian la RSC; éstos comprenden: responsabilidad social corporativa, prevención de fumar en menores, nuestros empleados, desarrollo de productos más seguros, gerenciamiento institucional, información a los consumidores, contrabando, regulación sensata.

Además, este informe cuenta con un valor extra, dado por la verificación independiente por el Bureau Veritas, el que nos asegura que la información contenida no tiene errores ni parcelamientos. La verificación se ha realizado tanto a los métodos utilizados para la recolección de datos como sobre la precisión de los datos contenidos en los informes, esto desarrollado a través de técnicas de muestreo. Los resultados de la verificación muestran un mejor cumplimiento de los requisitos de la norma AA1000.

DuPont Argentina

El balance de DuPont Argentina, si bien no presenta la parte denominada por la guía del GRI “Declaración del Presidente” (punto 1 GRI), en la introducción hace referencia al compromiso asumido por la empresa por alcanzar en cada una de sus iniciativas el progreso social, el crecimiento económico y el cuidado del medioambiente. Y, en el último apartado, denominado “Conclusión”, presenta las palabras de José Testa, presidente de DuPont Argentina. Éste expresa los distintos logros alcanzados durante 2003, y el reconocimiento de los compromisos asumidos para un crecimiento sustentable.

En el segundo capítulo, dando cumplimiento al punto 2 del GRI, habla del perfil de la organización, comenzando por la historia, la presencia en América Latina y la forma en que actúa en la región y, por último, presenta un detalle de la empresa en Argentina, su llegada, actividades que desarrolla, reconocimientos recibidos por la empresa, y la presencia regional dentro de Argentina.

En este mismo capítulo, presenta la visión (punto 4 GRI) de la empresa, la cual es “Ser la empresa científica más dinámica del mundo, creando soluciones sustentables esenciales para una vida mejor, más segura y saludable para todas las personas”.

Para esto, informa tres estrategias de crecimiento con que cuenta la empresa: integrar la excelencia en química a la biología moderna; ofrecer soluciones basadas en el conocimiento intensivo y aumentar la productividad a través de Six Sigma.

Este reporte se halla organizado de una manera en la que expone en los distintos capítulos las relaciones de la empresa con los stakeholders; del primero de los stakeholders que nos habla es el referido a los empleados. En este apartado, comienza mencionando la política de no discriminación, las políticas de beneficios y compensaciones llevadas a cabo por la compañía, las posibilidades para el desarrollo del personal, la capacitación brindada, las comunicaciones internas de la empresa, los distintos programas de promoción de salud y, por último, la participación sindical de los empleados de la empresa.

En otro capítulo, se refiere a la relación con los proveedores y clientes de la empresa, comienza mencionando que trabaja junto a ellos como verdaderos socios de negocios. Entre los programas que desarrolla la empresa relacionados con los clientes, se encuentra la guía de conducta comercial, programa de apoyo al desarrollo de exportaciones, talleres de venta, centro de atención a clientes (teledupont). Y, relacionado con los proveedores, el programa denominado Capacitación en seguridad y medioambiente para los proveedores.

Otro capítulo lo dedica a la relación de la empresa con la comunidad. En éste, en primer lugar, habla de la vinculación de la empresa con el gobierno y con los medios de comunicación, para luego sí hablar sobre la extensión comunitaria de la empresa a través del desarrollo de distintos programas, cuya característica destacable es ser estratégicos, basados en la misión de la empresa y conducidos por profesionales. Entre estos programas, podemos citar el programa de actuación voluntaria, SIP un vecino que suma, educación sustentable, nuestros recursos, proteínas por la vida y el programa de apoyo al desarrollo científico tecnológico.

Por último, dedica otro capítulo a la seguridad y al medioambiente. En este apartado, se resaltan todas las acciones de DuPont Argentina en el cuidado del medioambiente y la seguridad de los empleados. Entre los distintos programas desarrollados, se destacan el de reducción y segregación de residuos, el de recuperación de pilas, tubos fluorescentes y cartuchos de impresoras y fotocopadoras, el de reciclado de papel, y la instauración de una Campaña de Conducción Segura en Agar Cross, con el objetivo de evitar accidentes de tránsito sobre la base de la capacitación y la disciplina.

En cuanto a los indicadores, si bien no presenta aquellos detallados en la guía del GRI, explicita una serie de indicadores que permiten ver las contribuciones de DuPont para el desarrollo socioeconómico y el cuidado del medioambiente, a través de todas las actividades desarrolladas en el país. Éstos se presentan a continuación, en los siguientes cuadros:

La gente de DuPont	
Compensaciones (en miles de pesos)	Impacto / Alcance
▪ Remuneraciones	
• Salarios	\$ 44.674
• Sistema Previsional	\$ 5.154
• ART	\$ 270
• Obra Social	\$ 2.024
• Otras Cargas Sociales	\$ 595
▪ Beneficios	\$ 10.343
Total Compensaciones	\$ 63.060

Desarrollo	Impacto / Alcance
▪ Promedio de horas para capacitación gerencial	90 por persona
▪ Promedio de horas para capacitación general	65 por persona
▪ Cantidad de participantes del programa de pasantías	27 estudiantes
▪ Cantidad de promociones	29 personas

La comunidad	
Programas de Responsabilidad Social Empresaria	Impacto / Alcance
▪ Nuestros recursos / Junior Achievement	27 cursos educativos, 7 escuelas, 617 alumnos, 25 voluntarios de DuPont
▪ Proteínas por la vida / Banco de alimentos	3.850 beneficiarios, 29 comedores, 15.120 kg de productos a base de soja
▪ Becas de ayuda escolar / Fundación Cimientos	60 alumnos
▪ Programa de apoyo al desarrollo científico tecnológico DuPont CONICET	Subsidio para el proyecto "Diseño de un alimento funcional de soja fermentado con bacterias lácticas probióticas"
▪ SIP, un vecino que suma / Agar Cross	12 escuelas carenciadas en ámbitos rurales, 480 alumnos, 52 voluntarios de Agar Cross
▪ Expedición DuPont / Junior Achievement	9 escuelas agrotécnicas, 120 estudiantes, 24 voluntarios de Agar Cross
▪ Programa de actuación voluntaria	14 entidades de beneficencia premiadas
Total Programas de RSE (en miles de pesos)	\$ 351

Impuestos, tasas y contribuciones (en miles de pesos)	
▪ Impuestos nacionales	\$ 34.165
▪ Impuestos provinciales	\$ 13.410
▪ Tasas municipales	\$ 1.813
▪ Gravámenes aduaneros	\$ 43.313
Total	\$ 92.701

Clientes y proveedores (en miles de pesos)	Impacto / Alcance
▪ Ventas locales	\$ 687.679
▪ Exportaciones	US\$ 58.724
▪ Proveedores	\$ 515.439

Seguridad y medioambiente	Impacto / Alcance
Modificaciones en sistemas de efluentes gaseosos, operaciones y monitoreo (en miles de pesos)	\$ 490
Horas trabajadas sin accidentes computables	1.700.000 horas por persona
Días perdidos por accidente	0

Fuente: Balance social DuPont Argentina.

Se explicita aquí la creencia de que el liderazgo sólo se alcanzará sobre la base de la confianza con accionistas e inversores, empleados, clientes y con la sociedad en general.

Los valores del Grupo Telefónica

<p><u>Con nuestros accionistas e inversores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Transparencia: esforzándonos en que tanto los accionistas, los inversores, como el resto de los grupos de interés cuenten siempre con toda la información que requieran. • Rentabilidad: con un modelo de negocio sólido y de futuro. 	<p><u>Con nuestros empleados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Claridad: para que los empleados del Grupo cuenten en todo momento con información completa y de calidad. • Desarrollo profesional: asegurando que los empleados de Telefónica cuenten con las mejores oportunidades en su trayectoria profesional
<p><u>Con nuestros clientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad: cuidando que nuestra oferta de productos y servicios, al igual que nuestra atención al cliente, sea siempre la más adecuada a sus necesidades. • Cumplimiento: comprometiéndonos a hacer lo que decimos. 	<p><u>Con la sociedad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribución: para alcanzar con la sociedad una relación de confianza a través de nuestra contribución hacia todos los estamentos sociales, con políticas concretas de solidaridad, atención medioambiental e integración. • Proximidad: siendo una empresa global y multidoméstica, presentando una oferta global pero, a su vez, atendiendo las necesidades y singularidades de la sociedad, allí donde estemos.

Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica de Argentina.

Se expresa que, en la búsqueda de valor sostenido para todos los grupos de interés, en los últimos años, se desarrollaron planes de acción para dotar a responsabilidad corporativa de un carácter transversal y permeabilizar su gestión en todos los niveles de la organización. En cuanto a la elaboración de Informes anuales de Responsabilidad Corporativa, el documento manifiesta que Telefónica efectuó un análisis previo encaminado a identificar los indicadores demandados por los diferentes stakeholders que, juntamente con las directrices del GRI, sirvieron de base para la elaboración del reporte.

En el capítulo siguiente, dedicado a Clientes, se expresa el giro que dio la compañía pasando de su orientación al producto a centrarse en el cliente. Se presenta información recabada acerca de la satisfacción, fidelidad y percepción de los mismos; tiempos de instalación, averías y disponibilidad de servicio: Los siguientes cuadros muestran algunos indicadores presentados:

CUADRO III

Indicador	Grandes Empresas	Observaciones
Satisfacción de los clientes	85	% de clientes que valoran 4 ó 5
Recomendación del servicio / producto por parte de los clientes a terceros	80	% de clientes que valoran 4 ó 5
Percepción de la evaluación de la calidad del servicio	15	% de clientes que valoran 3 *

** Debe tenerse en cuenta que la opción 3 es de mejora del servicio, por lo que este dato representa un valor mejor al esperado, dado que el servicio brindado a las grandes empresas es complejo y de muy buena calidad, y los diferenciales positivos en cuanto a percepción de calidad son relativos al valor inicial. Al ser muy bueno ese valor inicial, el 15% se considera una mejora muy positiva.*

Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica de Argentina.

Indicador	Cientes por contrato	Cientes prepago	Empresas
Satisfacción de los clientes con el servicio	76,7%	79%	74,1%
Satisfacción de los clientes con la atención y el servicio posventa	80,7%	79%	79,2% (atención personalizada) 71,7% (atención telefónica)

Datos a nov. de 2004

Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica de Argentina.

El siguiente capítulo, destinado a Accionistas, presenta la composición del capital, los canales de comunicación con ellos y la rentabilidad obtenida.

El Capítulo 5, dedicado a los Empleados, muestra datos referidos al plantel físico que se reproducen en el siguiente cuadro:

PLANTEL FÍSICO CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2004 POR LÍNEA DE ACTIVIDAD

Empresas	2003	2004
Telefónica de Argentina, S.A. ¹	8007	8090
Telefónica Empresas	398	466
Telefónica Comunicaciones Personales-TCP	841	912
Terra Argentina	38	49
Telinver	306	329*
Telefè	1572	1731
Atento Argentina	2191	2921
t-Gestiona	609	561
Centro Corporativo País	138	118
TOTAL	14100	15177

* El número se refiere a personal de planta.

Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica de Argentina.

Además, se explicitan los sistemas de compensaciones, programas de comunicaciones internas, desarrollo profesional, de capacitación, entre otros.

En los capítulos siguientes, destinados a Sociedad, Medio Ambiente, Proveedores y Medios de Comunicación, se expresan cuáles son los programas, proyectos y acciones dedicadas a mejorar la calidad de vida de la comunidad en general con el compromiso de minimizar los impactos sobre el ambiente y contribuir a su protección. El siguiente cuadro muestra la cantidad de beneficiarios directos por proyectos y el año de su ejecución:

Año de realización	Grupo de proyectos	Proyectos	Beneficiarios directos
01	Sólo para menores	9	1.250
02	Sólo para menores	17	4.750
03	Sólo para menores	26	3.500
03	Inicio de clases	27	1.134
03	Cercanía	2	140
03	Aprender y hacer	1	22
03	Fortalecimiento de bibliotecas	1	400
03	Inundaciones de Santa Fe	1	700
04	Inicio de clases	32	1.573
04	Ayudando a ayudar	1	6
	Totales	117*	13.475

*A junio de 2005 la cantidad total de proyectos realizados alcanza a 199

Fuente: Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica de Argentina

Los indicadores expuestos anteriormente permiten apreciar que la compañía se encamina hacia la aplicación en sus procesos de los principios de la RSC, aunque el Informe no muestra la estructura indicada por el GRI; sin embargo, presenta indicadores de su accionar.

CONSIDERACIONES FINALES

La investigación realizada acerca de la Información de Sostenibilidad que publican las organizaciones adheridas al GRI en Argentina nos permite inferir que estas entidades se encuentran en una fase inicial de implantación de la responsabilidad social en la gestión empresarial, con lo que se verifica la primera hipótesis del trabajo.

Luego de haber analizado los distintos informes sobre sostenibilidad publicados en la Argentina, se aprecia que el más completo de todos ellos es el de Nobleza Piccardo. Ésta es la empresa con mayor experiencia en la realización de este tipo de informes. Dicha empresa presenta todos los indicadores del GRI, tanto los centrales como los adicionales; además, cuenta con indicadores surgidos del diálogo con los distintos grupos de interés, y con un valor agregado extra que es la verificación independiente de Bureau Veritas. De esta manera, la empresa Nobleza Piccardo elabora su Memoria de Sostenibilidad "in accordance" con las pautas de la guía GRI.

El balance social de CEDHA, si bien es menos completo que el anterior, presenta todos los indicadores centrales de la guía del GRI y es una muy buena iniciativa, ya que aplica los lineamientos del GRI a una ONG. Por último, los informes sociales de DuPont Argentina y Telefónica de Argentina, si bien

no respetan la estructura formal de la guía del GRI, brindan la información necesaria para conocer la actuación de las empresas en lo económico, social y medioambiental. Así, las entidades mencionadas elaboran su Informe de Sostenibilidad en adhesión parcial con las pautas de la guía GRI.

Es de destacar que ninguna de las organizaciones analizadas muestra los indicadores integrados propuestos por la guía GRI referidos a los siguientes aspectos:

- **Indicadores sistémicos**, que relacionan la actuación a nivel microempresa con los elementos económico, social y medioambiental, en un nivel macronacional o regional.
- **Indicadores transversales**, que requieren que la información vinculada con la actuación de la empresa cubra al menos dos de los tres aspectos definidos (económico, social y medioambiental).

De esta manera, se comprueba la segunda hipótesis planteada en la presente investigación.

Por último, las organizaciones analizadas evidencian la implementación de programas de RSC, los cuales les han permitido contribuir al desarrollo de la comunidad de la cual son parte y, de esta forma, responder al nuevo concepto de organización que demanda la sociedad, verificándose la tercera hipótesis planteada. Así, Nobleza Piccardo, DuPont Argentina y Telefónica de Argentina no sólo deben preocuparse por la rentabilidad, sino también por el desarrollo y bienestar de la comunidad con la que están vinculadas. CEDHA, en cambio, como toda ONG que se involucra con programas de RSC, logrará potenciar su imagen, difundir sus objetivos y obtener grandes beneficios.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFAYA ARIAS, V. y J. BLASCO VÁZQUEZ (2003) *La sostenibilidad y la empresa*; pp. 55-68. Fundación Entorno. Barcelona.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA) (2004) *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documento Nº 1, pp. 1-38. AECA, Madrid.
- CARRASCO, F. (2001) "La relevancia social de la contabilidad medioambiental". *Revista AECA*. Madrid.
- Código del Buen Gobierno para la Empresa Sostenible* (2002) IESE, Price Waterhouse Coopers y Fundación Entorno. Barcelona.
- COMISIÓN EUROPEA. Comunicación de la Comisión Europea relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (2 de julio 2002)
- COMISIÓN EUROPEA. *Libro Verde de la Comisión Europea "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Julio de 2001.
- COMISIÓN EUROPEA. Resolución del Consejo Europeo de 6 de febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas.
- CUESTA, M. y M.C. VALOR (2003) "Responsabilidad social de la empresa; concepto, medición y desarrollo en España". *Boletín Económico del ICE*. Nº 2755, 20-26 de enero.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) (2002) *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI Disponible en www.globalreporting.org (Consultado el 8/02/06).
- HERRSCHER, E. (1975) *Contabilidad gerencial*. Ediciones Macchi. Buenos Aires.

- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL (2002) *Indicadores ethos de responsabilidade social*. São Paulo.
- KOTLER, P. (2001) *Dirección de marketing*. Editorial Prentice-Hall. México.
- KOTLER, P. (2001) *Dirección de marketing*. Editorial Prentice-Hall. México.
- LARRINAGA, C. J.M. MONEVA, F. LLENA, F. CARRASCO y C. CORREA. 2002. *Contabilidad medioambiental: información medioambiental en las cuentas anuales*. AECA. Madrid.
- LARRINAGA, G. (2003) "Responsabilidad social corporativa". *Revista AECA*. Madrid.
- LIZCANO, J.L. (2004) "Información corporativa sobre responsabilidad social e intangibles". *XII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección*. Úbeda.
- MONEVA, J. (2001) "El arco de la información social y medioambiental de la empresa: análisis de la Global Reporting Initiative (GRI)". *Revista Interdisciplinaria de Gestión Ambiental* N° 3.
- MONEVA, J. (2003) Transparencia, responsabilidad social e información no financiera de la empresa. Disponible en <http://www.aeca1.org> (Consultado el 28/06/05).
- MONEVA, J. e Y. LAMEDA (2004) "Análisis de la utilización de los criterios contenidos en la Guía GRI por grandes Empresas Españolas". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. Disponible en <http://www.aeca1.org> (Consultado el 28/06/05).
- NIETO MARTÍNEZ, P. (2005) "El Global Reporting Initiative y AECA". *Revista AECA* N° 70. Madrid.
- OGRIZEK, M. (2001) "The Effect of Corporate Social Responsibility on the Branding of Financial Services". *Journal of Financial Services Marketing*. Vol. 6. U.K.
- PORTO SERANTES, N. (2005) "Tendencias en la información no financiera para la gestión de la empresa socialmente responsable". *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*. Vol. III N° 5. Ediciones Asociación Interamericana de Contabilidad (AIC) y Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Madrid.
- RICART, J.E. y M.A. RODRÍGUEZ (1997) *Estrategia ambiental*. Ed. Folio. Barcelona.