
medio ambiente y desarrollo

R

esponsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial

María Emilia Correa

Sharon Flynn

Alon Amit



División de Desarrollo Sostenible y
Asentamientos Humanos



Santiago de Chile, abril de 2004

Este documento fue preparado para la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) por María Emilia Correa, con la colaboración de Sharon Flynn y Alon Amit, pertenecientes al Grupo Nueva. Este trabajo se desarrolló en el marco del proyecto Multidivisional GTZ (GER/02/70).

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de las autoras y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

ISSN impreso 1564-4189

ISSN electrónico 1680-8886

ISBN: 92-1-322507-5

LC/L.2104-P

N° de venta: S.04.II.G.42

Copyright © Naciones Unidas, abril de 2004. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N.Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

Acrónimos y siglas

ACHS – Asociación Chilena de Seguridad
AED - Asociación de Empresarios para el Desarrollo
AliaRSE - Alianza para la Responsabilidad Social
AVAL - Administración por Valores
BID - Banco Interamericano de Desarrollo
BSR – Business for Social Responsibility
CCE - Consejo Coordinador Empresarial
CEADS - Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible
CEBDS - Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible
CECODES - Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible
CEDES - Consejo Empresarial Salvadoreño para el Desarrollo Sostenible
CEDIS – Centro Empresarial de Inversión Social
CEHDES – Consejo Empresarial Hondureño para el Desarrollo Sostenible
CEMDES - Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible
CEMEFI – Centro Mexicano para la Filantropía
CENTRARSE – Centro Para la Acción de la Responsabilidad Social y Empresarial en Guatemala
CEPAA – Council on Economic Priorities Accreditation Agency
CEPAL – Comisión Económica para América Latina y Caribe
CESPEDES - Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable CEVEDES - Consejo empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible
CODELCO – Corporación Nacional de Cobre, Chile
CONCAMIN - Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
COPARMEX - Confederación Patronal de la República Mexicana
DERES – Desarrollo de la Responsabilidad Social
EEUU – Los Estados Unidos de América
ETHOS – Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social
ETI – Ethical Trading Initiative
FSC – Forest Stewardship Council
GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
GRI - Global Reporting Initiative
IAE-Austral – Escuela de Dirección y Negocios, Universidad Austral
IARSE – Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria
IBASE - Instituto Brasilerio de Analises Sociais e Economicas
IDEA – Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina
OECD – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OIT – Organización Internacional de Trabajo
ONG – Organización No Gubernamental
PNUD – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PWBLF – Prince of Wales Business Leadership Forum
RSC – Responsabilidad Social Corporativa
SASE – Seguimiento de Análisis y Evaluación para el Desarrollo
SEKN – Social Enterprise Knowledge Network
SIGMA – Sustainability: Integrated Guidelines for Management
SOFOFA – Sociedad de Fomento Fabril / Federación Gremial de la Industria
UNICEF – United Nations Children’s Fund
USEM – Unión Social de Empresarios de México, A. C.
WBCSD – World Business Council for Sustainable Development

Índice

Resumen	5
Introducción	7
I. Responsabilidad social corporativa (RSC) en América Latina	9
A. Actores regionales	9
B. Sector empresarial	9
II. Metodología	13
III. ¿Qué es responsabilidad social corporativa?	15
A. Conceptos comunes	16
IV. Iniciativas regionales en América Latina	23
A. EMPRESA – Red Regional (www.empresa.org)	23
B. Red regional del <i>World Business Council for Sustainable Development</i> (www.wbcsd.org)	25
C. Pacto mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) (www.unglobalcompact.org)	26
V. Iniciativas nacionales en América Latina	29
A. Argentina	29
B. Brasil	30
C. Chile	35
D. Guatemala	41
E. México	43
F. Panamá	45
G. Perú	46
VI. Conclusiones	51
Bibliografía	53
Anexos	55
Serie Medio ambiente y desarrollo: números publicados	77

Índice de cuadros

Cuadro 1	Ficha de ETHOS	31
Cuadro 2	Empresas que han integrado la RSC a su sistema de gestión	32
Cuadro 3	Empresas con gestión ambiental	33
Cuadro 4	Empresas con labor comunitaria	33
Cuadro 5	Resultados de los indicadores generales ETHOS: 2000, 2001 y 2002.....	34
Cuadro 6	Ficha Acción empresarial	35
Cuadro 7	Criterios empresariales	36
Cuadro 8	Cuadro de honor – Catastro de empresas	40
Cuadro 9	Cuadro de honor – Catastro de empresas	40
Cuadro 10	Ficha de CENTRARSE	41
Cuadro 11	Ficha del Centro mexicano para la filantropía (CEMEFI)	43
Cuadro 12	Empresas con mejores prácticas de responsabilidad social	44
Cuadro 13	Ficha del centro empresarial de inversión social (CEDIS).....	45
Cuadro 14	Ficha Perú 2021	46
Cuadro 15	Ranking general de responsabilidad social de la empresa – Perú 2001	49
Cuadro 16	Ranking de responsabilidad social: entorno interno y externo – Perú 2001	50

Índice de gráficos

Gráfico 1	Resultados de los indicadores generales ETHOS: 2000, 2001 Y 2002.....	34
-----------	---	----

Índice de figuras

Figura 1	Socios de empresa	24
Figura 2	Matriz de clasificación de prácticas de RSE	42

Resumen

La División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ha estado trabajando temas relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).¹ Como parte de esa línea de trabajo y asociada a la Iniciativa “*Global Compact*” de las Naciones Unidas, pidió a GrupoNueva hacer un estudio que permitiera evaluar, desde una óptica empresarial, el grado de penetración de la “**Responsabilidad Social Corporativa**” (RSC) en las estrategias empresariales de América Latina. Este reporte tiene dos objetivos:

- Conocer la situación actual del tema de RSC en países seleccionados dentro de la región y los principales temas de discusión en torno a él; y
- Conocer las distintas iniciativas asociadas al tema sobre la existencia de organizaciones y redes regionales, subregionales, nacionales, empresariales o de organizaciones no gubernamentales involucradas en el tema en los países seleccionados de la región.

El documento contiene un mapeo sobre la situación de la RSC en siete países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Guatemala, México, Panamá y Perú), en él se incluye n los siguientes aspectos:

- Cuántas y cuáles son las organizaciones e iniciativas preocupadas por el tema en esos países;

¹ En esta línea de trabajo, ha publicado la serie Medio Ambiente y Desarrollo N° 72 llamada “La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de Desarrollo Sostenible” (LC/L.2004-P) que entre otros, tuvo el objetivo de dar una visión amplia del concepto de RSC.

- Principales temas de preocupación y de especialización de las organizaciones regionales y nacionales y cuántas de ellas interactúan con organizaciones suprarregionales;
- Principales lineamientos de política de las distintas iniciativas de RSC de la región;
- Número de miembros que las conforman y países donde tienen presencia;
- Identificación de grandes corporaciones con prácticas empresariales responsables incorporadas a la gestión con reconocimiento a nivel regional e internacional;
- Características principales de dichas corporaciones (si son de capital extranjero, nacional o mixto, actividad económica, grado de inserción en mercados internacionales, etc.), y
- Tipo de mecanismo que estas grandes corporaciones utilizan para difundir sus políticas y programas en RSC (informes sociales, de sostenibilidad, estados financieros, etc.) tanto dentro de la empresa como a nivel de los distintos interesados (*stakeholders*).

I. Introducción

La responsabilidad social del empresario es un tema presente en la región desde principios del siglo XX, aunque el vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía —una acción de caridad de la empresa hacia su comunidad—. La concepción de la RSC como parte de la gestión de negocios y dentro de un concepto integral es un tema con casi 10 años de presencia en la región; todas las iniciativas clave se iniciaron en la década de los noventa. Aunque todavía se nota la fuerte presencia de la filantropía, es sorprendente el interés y la cantidad de iniciativas, seminarios, organizaciones, trabajos universitarios, que aparecen en los dos últimos años en la región sobre el rol de la empresa en la sociedad.

El presente trabajo recoge información acerca de la RSC en siete países de la región: Argentina, Brasil, Chile, Guatemala, México, Panamá, y Perú. No existe una definición de RSC que sea común a las diversas iniciativas en estos países, pero existen algunos temas comunes, tales como la preocupación por el comportamiento ético de la empresa, las condiciones de los trabajadores, el desarrollo comunitario, y el impacto sobre el medio ambiente. Temas como la integración de la cadena de proveedores, la gobernabilidad corporativa y la transparencia no aparecen con tanta fuerza en la región.

La preocupación por la RSC en sentido moderno ha sido liderada principalmente en los diferentes países por organizaciones sin ánimo de lucro —como aquellas asociadas a la red EMPRESA—, promovidas a su vez por organizaciones que tienen su origen en

Europa o los Estados Unidos. Estas iniciativas son en su mayoría apoyadas por grandes empresas locales y empresas multinacionales que operan en la región, y promueven el carácter voluntario de la RSC. No encontramos evidencia de organizaciones regionales de consumidores o accionistas, u otras organizaciones de la sociedad civil, que de manera proactiva y pública exijan un comportamiento empresarial responsable, ni desarrollos gubernamentales que indiquen una tendencia clara hacia la regulación de lo que hasta ahora es un compromiso voluntario de las empresas.

El país cuyo avance en el tema es el más destacado es Brasil, donde cerca de 500 empresas ofrecen reportes públicos siguiendo las líneas propuestas por el Instituto Ethos (llamados “balance social”), la Bolsa de Valores de San Paulo ha iniciado una clasificación de empresas similar al Dow Jones Sustainability Index, que refleja el compromiso con la RSC de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, y el tema de la RSC hace parte de la agenda pública del sector privado, la sociedad civil y el gobierno. Grandes empresas locales, como Natura, por ejemplo, no sólo publican reportes de sostenibilidad siguiendo las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) sino que efectivamente han integrado la RSC como parte de su estrategia empresarial.

I. Responsabilidad social corporativa (RSC) en América Latina

A. Actores regionales

- Existen por lo menos dos organizaciones que desarrollan el tema de RSC con cubrimiento regional: la red EMPRESA y la red regional del Consejo empresarial mundial para el desarrollo sostenible: World Business Council for Sustainable Development (WBSCD).
- Es interesante notar que 118 compañías de la región han adherido a la iniciativa del pacto mundial (Global Compact) en América Latina. El total de empresas adherentes a la fecha en el mundo es de alrededor de 1100.

B. Sector empresarial

El tema de la responsabilidad empresarial es todavía una consideración secundaria en los negocios de las empresas latinoamericanas, como lo es en el resto del mundo. Sin embargo, el lenguaje de la RSC es cada vez más común entre los empresarios de la región y aunque no contamos con indicadores externos como el Dow Jones Sustainability Index o reportes de sostenibilidad que permitan hacer el seguimiento al desempeño de las empresas, podemos resaltar

algunos hechos interesantes que nos indican el creciente interés por el tema:

- Más de mil empresas se han asociado a la red EMPRESA. De sus 1.075 miembros, alrededor de 1.050 son empresas y 23 son asociaciones gremiales. La red regional del WBCSD cuenta con alrededor de 300 empresas miembro, y por lo menos 3 asociaciones gremiales. Los representantes de ambas organizaciones en Perú y Guatemala son las mismas organizaciones (Perú 2021 y CentraRSE).
- Más de 1.400 empresas han obtenido la certificación ISO 14.001 en la región (Fuente: ISO).
- Solamente 6 empresas han publicado reportes de sostenibilidad siguiendo la Global Reporting Initiative (Global Reporting Initiative – www.globalreporting.org): Natura en Brasil, Codelco en Chile, y GrupoNueva y sus empresas: Amanco, Ecos, Masisa y Terranova (Fuente: GRI). Estos últimos 4 reportes son los únicos que cuentan con verificación externa (de KPMG Sustainability, Holanda).
- Cerca de 500 empresas han publicado reportes en Brasil siguiendo las sugerencias del Instituto Ethos. Cerca de 100 de estos incluye consideraciones sobre temas sociales, ambientales y financieros, y los demás se refieren solo a aspectos sociales, ambientales o de información sobre proyectos (Fuente: ETHOS).
- Las empresas que con mayor fuerza promueven la creación de foros, publicaciones y organizaciones alrededor de la RSC son empresas multinacionales, aunque cada vez cuentan con más apoyo de la gran empresa nacional. EMPRESA ha promovido con éxito foros regionales latinoamericanos sobre RSC desde hace varios años, y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha promovido las reuniones de las Américas sobre el tema en 2002 y 2003.
- La Bolsa de Valores de São Paulo, Brasil, está promoviendo una evaluación del compromiso con la RSC de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, lo cual es un gran avance para incorporar la voz de los accionistas en la evaluación del desempeño social, ambiental y financiero de las empresas.
- La investigación sobre el tema ha aumentado de forma interesante en los últimos años, especialmente orientada hacia estudios de caso. Algunos son realizados por organizaciones de la sociedad civil, como la Fundación ProHumana en Chile, universidades, y las organizaciones sin ánimo de lucro apoyadas por las mismas empresas.
- La Fundación Avina apoyó la realización de un catastro de empresas interesadas en la RSC en Chile, utilizando como medida criterios externos como certificaciones de gestión ambiental o social internacionales, publicación de reportes, premios recibidos, lo cual da una interesante medida del interés de las empresas chilenas en el tema.
- Se han realizado encuestas más o menos formales en varios países de la región para medir el interés del tema por parte de los empresarios. Los gremios y cámaras industriales circulan cuestionarios al respecto en las reuniones anuales de sus miembros, y en general la recepción del tema es positiva. La organización SASE en Perú ha realizado dos encuestas formales, que han permitido tener una visión más completa del compromiso de las empresas desde la perspectiva interna de las mismas empresas encuestadas.
- Es cada vez más común el trabajo conjunto entre empresas y organizaciones de la sociedad civil, en especial orientado hacia programas de desarrollo comunitario, como lo demuestra la investigación y documentación de experiencias realizada por la red SEKN (Social Enterprise Knowledge Network) que aglutina a diez facultades de administración de empresas.

- El tema de RSC aparece con cierta frecuencia en periódicos y publicaciones empresariales, y se ofrecen premios y reconocimientos públicos a las empresas más reconocidas en el campo, aunque es evidente el sesgo hacia la filantropía.

II. Metodología

Para efectos de desarrollar el trabajo, los autores asumimos las siguientes consideraciones:

- Decidimos enfocar el análisis en países miembros de la red EMPRESA (www.empresa.org), partiendo de la hipótesis de que la existencia de una organización local, apoyada por una red regional y por el sector privado, refleja un nivel de interés importante en la RSC. Adicionalmente, escogimos países donde tenemos conocimiento de un interés significativo por el tema.
- Para propósitos de este reporte, definimos una compañía con “interés en el tema” como:
 - 1) una compañía que es miembro de una organización que pertenece a la red EMPRESA, o
 - 2) una compañía que ha sido reconocida por una tercera parte confiable por la forma en que aplica los principios y prácticas de la RSC. Los autores están plenamente conscientes de que los criterios utilizados por terceras partes para hacer sus respectivos análisis varían grandemente.
- La finalidad de este reporte es desplegar un amplio mapeo de las organizaciones y compañías que actualmente tienen “interés en” la RSC en países seleccionados de América Latina. No pretendemos evaluar la calidad de estas iniciativas o la seriedad del compromiso de las empresas involucradas.

- El reporte se preparó con fuentes secundarias de información, incluyendo estudios publicados, recursos de Internet y comunicaciones personales con individuos en organizaciones clave. Todas las fuentes están citadas en la bibliografía.
- La cantidad y profundidad de la información secundaria utilizada es muy variable. Además, hicimos énfasis en las organizaciones y compañías más reconocidas en los países seleccionados, por lo tanto no pretendemos haber abarcado la totalidad de empresas comprometidas con la RSC en estos países.
- Las empresas del GrupoNueva, —Amanco, Ecos, Masisa y Terranova— tienen un fuerte compromiso con el desarrollo sostenible y con la responsabilidad social corporativa, liderando activamente estos temas en los países donde operan. Los autores decidimos no utilizar ejemplos de estas empresas en este informe. Si el lector desea información sobre nuestras actividades, puede consultar nuestros reportes de sostenibilidad o visitar el sitio www.gruponueva.com.

III. ¿Qué es responsabilidad social corporativa?

La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. Hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Durante la última década la responsabilidad social de la empresa se ha convertido en un tema cada vez más central en las agendas corporativas. Muchas empresas han avanzado en el tema, yendo más allá del cumplimiento de la ley o de la acción filantrópica para considerar temas más centrales del negocio, como el manejo de riesgo, la innovación, y la creación de valor.

No existe una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional de la responsabilidad social corporativa. A continuación se presentan tres definiciones propuestas por actores clave que representan la perspectiva del sector privado, y se analizan los elementos comunes en la visión moderna de la RSC:

1. *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza:* “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

2. *Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra*: “La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

3. *Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos*: “La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.

A. Conceptos comunes

- **La relevancia social de una empresa:** En este campo partimos de la base de que una empresa cumple un papel en la sociedad que va más allá de su mera función económica o filantrópica. El ciudadano corporativo puede ofrecer contribuciones positivas participando activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y del ambiente.
- **Gestión de efectos:** Las empresas comprometidas con la sociedad deben identificar y asumir su responsabilidad sobre el espectro total de efectos que genera su cadena de valor. Nos referimos, por ejemplo, a los efectos generados sobre las personas desde la compra de materia prima hasta el uso del producto final por el consumidor.
- **Consulta y comunicación con públicos interesados:** Cada empresa posee un conjunto único de públicos interesados, cuyos intereses, expectativas y preocupaciones definen la responsabilidad social de la misma. La empresa no puede determinar por sí sola su relevancia social ni la contribución que debe hacer a la sociedad. Para contribuir con la sociedad y definir sus responsabilidades sociales específicas, la empresa debe vincularse y comprometerse activamente, consultando a sus públicos interesados acerca del comportamiento que esperan de ella.

a) ¿Cómo evolucionó la responsabilidad social corporativa?²

La responsabilidad social corporativa adquirió relevancia durante la última década del siglo XX, impulsada por varias tendencias económicas y sociales.

En los años ochenta la política económica mundial se apartó de la regulación y de la intervención estatal, promoviendo la liberación del comercio y la reducción del papel del Estado. Muchos centros de producción de bienes y servicios pasaron de los países del Norte hacia los países menos desarrollados, y se inició la globalización de la cadena de valor en la que los gobiernos (en especial los del Sur), pasaron de ser protectores y reguladores del sector empresarial, a ser promotores de la inversión extranjera.

La globalización trajo consigo la liberación del comercio, pero también la comunicación global, gracias a la cual el comportamiento de las empresas norteamericanas y europeas en los países en desarrollo dejó de permanecer escondido. La transferencia rápida de información alrededor del mundo aumentó la conciencia pública sobre los problemas sociales, ambientales y económicos que resultan de la ausencia de un marco legal fuerte para regular y controlar el desempeño empresarial.

Las nuevas expectativas del público norteamericano y europeo —consumidores y accionistas—, y las exigencias para que las corporaciones mejoraran su desempeño social y ambiental, dieron nuevo valor a la marca, la imagen y la reputación de la empresa, y contribuyeron significativamente al desarrollo de la RSC.

² Este resumen está basado en Jenkins, 2001; Seyfang, 1999; Jeffcott, 2000 y Utting, 2002.

Empresas como Royal Dutch Shell tienen perfiles muy visibles, y una percepción positiva de su marca ha resultado ser crítica para el éxito de los negocios. El actual compromiso de Shell con la RSC, por ejemplo, está vinculado directamente con las acusaciones de violación de derechos humanos en Nigeria y el escándalo por el desmantelamiento de la plataforma petrolera Brent-Spar en el Mar del Norte en 1995. Estos dos acontecimientos fueron objeto de extensa difusión por parte de los medios en Europa y Norteamérica, lo cual ocasionó un boicot de los consumidores a los productos de Shell. A partir de estas experiencias negativas, Shell ha modificado su estrategia empresarial, y hoy es un líder en la acción responsable de la empresa frente a la sociedad y el entorno natural.

La nueva actitud del público frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de responsabilidad social corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, lo cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes, y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias.

b) Temas clave en responsabilidad social corporativa

La RSC toca varias áreas de gestión de la empresa. Abajo se presenta un resumen de los temas que la empresa que aspire a ser socialmente responsable deberá considerar todas estas dimensiones cuando diseñe su propia estrategia de responsabilidad social. (A continuación, temas de importancia indicados por BSR, PWBLF y el WBCSD).

1. Ética, valores y principios de los negocios

La ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no sólo para incluir la manera cómo una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas.” Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma cómo establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura.

2. Derechos humanos, trabajo y empleo

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la RSC debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son:

- a. El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
- b. La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;
- c. La abolición efectiva del trabajo infantil, y
- d. La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

3. Gobernabilidad corporativa

El tema de la gobernabilidad corporativa ha adquirido particular relevancia a partir de la rotura de la burbuja financiera y los desastres de Enron y WorldCom, que han reforzado la

preocupación pública por el creciente poder de las empresas. Se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas —junta directiva, accionistas, administradores, y otros públicos interesados—, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones.

Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia, y la rendición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

4. Impactos sobre el medio ambiente

El tema ambiental es un componente intrínseco de la RSC. La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales —por los cuales son inmediata y directamente responsables—, y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

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

5. Relaciones con proveedores

La RSC motiva a las empresas a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías han tomado la delantera al establecer estándares sociales y ambientales y sistemas de monitoreo para sus proveedores.

Este tema ha sido especialmente crítico en el sector de textiles. Luego de ser objeto de grandes críticas por hacer uso de maquiladoras en Asia, Nike estableció una división interna para verificar que se apliquen estándares laborales aceptables en toda su cadena de producción, y contrató a una firma independiente para que verifique el cumplimiento de sus estándares en materia de RSC (Oliviero 2000).

6. Filantropía e inversión social

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

7. Transparencia y rendición de cuentas

La RSC insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de la empresa —desde los empleados hasta la junta directiva— adopten los valores y principios

establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento. Los sistemas a través de los cuales se gobierna la empresa deberán dar seguimiento a las acciones tendientes a alcanzar las metas en materia de RSC y medir y reportar sus efectos. Parte de la responsabilidad de rendir cuentas consiste en proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de los públicos interesados en la empresa puedan verificar, tanto externa como internamente, los resultados reportados.

c) Implementación de la responsabilidad social corporativa

El creciente interés por la RSC ha dado origen a un diálogo prolífico entre los diferentes sectores de la sociedad civil —ONGs, gobiernos, sector académico, sector empresarial y trabajadores—, principalmente alrededor de lo que significa en la práctica que una compañía sea socialmente responsable, dando lugar a una gran diversidad de guías, códigos de conducta, indicadores, y procesos de planificación. Hay, sin embargo, cuatro elementos básicos que cualquier empresa debe considerar en sus esfuerzos por lograr la responsabilidad social:

1. Identificación de efectos sobre públicos interesados y consulta

Este es el insumo fundamental para el desarrollo de la RSC. La empresa reconoce que sus operaciones generan efectos sobre la gente y sobre el ambiente, e identifica a las personas u organizaciones impactadas. La comprensión y el manejo adecuado de esos efectos requieren la consulta con esos públicos interesados, pues la responsabilidad de la empresa no se puede definir solamente a partir de lo que la empresa considera que es bueno para la sociedad. Es indispensable que se permita a los públicos interesados opinar sobre la manera cómo la empresa debería actuar. La opinión de esos públicos constituye un insumo de primera importancia para tomar decisiones en los distintos niveles de la compañía, desde la definición de sus principios y valores hasta la identificación de indicadores que permitan evaluar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

2. Incorporación en la visión, misión y valores

Precisar la visión y el conjunto de valores fundamentales de la empresa es un paso clave en el proceso de definir la estrategia de responsabilidad social, pues con ellos se establece el marco de referencia dentro del cual una compañía incorpora la responsabilidad social. Si bien la junta directiva y el personal de más alto rango de la empresa pueden establecer estas definiciones, es vital que otros públicos interesados, como empleados y accionistas, sean parte del proceso, para garantizar que éste refleje sus intereses y en consecuencia, se sientan parte del compromiso de la empresa.

3. Definición de políticas, procedimientos e indicadores

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

4. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad para rendir cuentas y verificación

Las empresas deben determinar los mecanismos externos e internos para verificar el compromiso y cumplimiento con sus propios estándares y para rendir cuentas a los públicos interesados. Hay quienes abogan por un control más fuerte por parte del Estado sobre las empresas en este campo. Sin embargo, hoy por hoy es principalmente una actividad voluntaria de las

empresas, que se beneficia grandemente con procesos de información serios y con verificación externa, que permiten a los públicos interesados evaluar el desempeño y el cumplimiento de compromisos por parte de las compañías. El nivel más alto de transparencia está enmarcado en los reportes de sostenibilidad que siguen las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) e incluyen verificación externa por parte de auditores certificados u organizaciones de la sociedad civil con capacidad crítica y honestidad reconocida. El proceso de reporte externo debe ser complementado con diálogos abiertos con públicos interesados. El anexo 1 presenta algunos estándares, códigos de conducta, e indicadores reconocidos a nivel internacional para la implementación de la RSC.

d) Algunas críticas al desarrollo de la responsabilidad social corporativa

El sector de RSC está desarrollándose a pasos agigantados y varias de sus iniciativas son novedosas. Como se mencionó anteriormente, no existe aún un líder definitivo para establecer un marco teórico de plena aceptación, y las perspectivas varían entre las empresas, las ONG y los sectores académicos. Particularmente, el sector de las organizaciones sindicales y algunas ONG internacionales plantean algunas críticas:

- La retórica aún precede a la práctica, tanto en las expresiones de las empresas como en varios códigos y estándares, que son simplemente amplios enunciados de intención y no procedimientos operativos que incluyan verificación. El gran bombo alrededor del tema RSC se ve como una pantalla para justificar a las empresas: la nueva ola del “green washing”, simples enunciados cosméticos que no significan un cambio en el impacto de las operaciones de las empresas.
- Todas las iniciativas son voluntarias y por lo general no existe monitoreo independiente ni sanciones firmes por el incumplimiento de compromisos.
- La mayoría de tentativas de RSC a la fecha se han concentrado en empresas de consumo de alto perfil en el Norte, olvidando la gran mayoría de empresas del mundo. Asimismo, las iniciativas de RSC tienden a orientarse a la resolución de problemas específicos de reputación de una empresa y no en integrar el tema dentro de la gestión empresarial.
- Los consumidores, ONG y empresas del Norte han liderado las iniciativas de RSC, lo que refleja un favoritismo hacia los estándares e intereses del Norte. Algunos grupos temen un imperialismo que no refleje la complejidad social y económica de los países en desarrollo. Los gobiernos del Sur también temen que la RSC tenga un efecto de barrera arancelaria que se utilice para limitar la competencia.
- Muchas empresas y organizaciones no realizan procesos de consulta con públicos interesados, y ésta ausencia es paradójica dado el compromiso general de RSC hacia la participación de los actores de interés.
- Algunas empresas y organizaciones no tienen en cuenta los derechos fundamentales del trabajo de la OIT. Aunque los derechos de libre asociación y de negociación colectiva son fundamentales, varios códigos, especialmente los que desarrollan las empresas, no los mencionan.
- Los públicos interesados del sector laboral no participan en el desarrollo del tema. No se tienen en cuenta las prioridades de los trabajadores mismos, porque tanto los códigos como las empresas carecen de los mecanismos de consulta suficientes para que la administración comprenda las necesidades e intereses de los trabajadores.
- A pesar de la proliferación de códigos y estándares, la aplicación actual es mínima si se tiene en consideración el volumen total del sector empresarial.

IV. Iniciativas regionales en América Latina

A. EMPRESA - Red Regional (www.empresa.org)

La red EMPRESA es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la responsabilidad social. Surgió a partir de una conferencia organizada en 1997 por *Business for Social Responsibility* (BSR) de San Francisco, con el fin de ser un vínculo o red virtual que conecta las diferentes organizaciones que promueven la RSC en las Américas. Una de sus metas es tener una filial en cada país de las Américas, y hoy día cuenta con 12 miembros en 11 países y está en proceso de aumentar la red con organizaciones locales en Colombia, Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Paraguay.

Figura 1
SOCIOS DE EMPRESA



Fuente: Empresa, 2003.

- Argentina – Fundación Tucumán
- Brasil – Instituto Ethos
- Canadá – Canadian Business for Social Responsibility
- Chile – Acción Empresarial
- El Salvador – Fundemas
- Estados Unidos – Business for Social Responsibility
- Guatemala – CENTRARSE
- México – Alianza para la Responsabilidad Social (AliaRSE) / Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- Panamá – Centro Empresarial de Inversión Social y COMPASS
- Perú – Perú 2021
- Uruguay – Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES)

Para EMPRESA la RSC es una “visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente”. La misión de EMPRESA es “ser catalizador para el desarrollo de la RSC en las Américas” y apoyar a las empresas a “compatibilizar rentabilidad y su impacto social y medioambiental, a través de la adopción de la RSC como una base de su estrategia de negocios”.

EMPRESA apoya el cumplimiento de este objetivo a través de:

Fortalecimiento institucional – ayudando al desarrollo de organizaciones locales que promuevan el tema de la RSC;

Redes de trabajo y colaboración – facilitando la interacción entre empresarios, ONG, gobiernos, academia y organizaciones multilaterales para desarrollar colaboración en temas sociales y ambientales y promover los conceptos de RSC, y

Educación e intercambio de información – difundir información acerca de las políticas, programas y herramientas para ayudar a las empresas a que comprendan e implementen prácticas de responsabilidad social.

EMPRESA privilegia el “knowledge management” o gestión de conocimiento, y a través de reuniones semestrales busca sistematizar la información para prevenir duplicación de fuerzas entre sus miembros.

Los temas claves para EMPRESA, que también reflejan los temas claves del entorno internacional, son:

- **Ética empresarial** – Integración de valores en la visión, misión y principios de una empresa;
- **Ambiente laboral** – Políticas y programas que promueven la integración de conceptos de responsabilidad social en el entorno interno de la empresa – e.g., tiempo libre, horarios flexibles, salud y seguridad, seguridad laboral y planes y beneficios para familias;
- **Medio ambiente** – Políticas y prácticas para manejar los impactos ambientales de la empresa, con énfasis en la eliminación de desechos, mayor eficiencia y productividad, minimización de emisiones. También se incluyen iniciativas que van más allá del cumplimiento de la ley e involucran un proceso de participación y diálogo con la comunidad sobre temas ambientales.
- **Marketing responsable** – Mejorar la relación entre la empresa y sus consumidores, incluyendo temas de marketing dirigido a niños, seguridad y confiabilidad de productos, y el impacto de los productos sobre el medio ambiente. El tema cubre acciones de la empresa para manufactura e integridad del producto, embalaje y etiquetado, marketing y publicidad, metodología de venta, precios y distribución.
- **Compromiso con la comunidad** – Acciones y prácticas de la empresa que mejoran el compromiso y contribución de la misma a la sociedad civil.

B. Red Regional del *World Business Council for Sustainable Development* (www.wbcsd.org)

El *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) [Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible] es una coalición de 165 compañías multinacionales comprometidas con la promoción del desarrollo sostenible, entendido como el liderazgo de negocios por medio de éxito financiero, manejo ambiental y responsabilidad social. Sus miembros representan más de 20 sectores de la economía mundial y provienen de más de 30 países.

El WBCSD cuenta con una red regional en 40 países alrededor del mundo. Esta red es un canal de comunicación para los distintos afiliados y permite ofrecer una perspectiva local sobre el desarrollo sostenible.

Afiliados de WBCSD en Latinoamérica:

- Argentina - Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) (www.ceads.org.ar)
- Brasil - Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS) (www.cebds.com)
- Colombia - Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) (www.cecodes.org.co)
- Costa Rica - Asociación de Empresarios para el Desarrollo (AED)
- Ecuador– Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEMDES)

- El Salvador – Consejo Empresarial Salvadoreño para el Desarrollo Sostenible (CEDES) (www.cedes.org.sv)
- Guatemala - Centro Para la Acción de la Responsabilidad Social y Empresarial en Guatemala (CentraRSE) (www.centrase.org)
- Honduras – Consejo Empresarial Hondureño para el Desarrollo Sostenible (CEHDES) (cnpml-honduras.org)
- México – CEDES Golfo de México (www.cedes-gm.org.mx)
- México - Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES) (www.cce.org.mx/cespedes)
- Perú – Perú 2021 (www.peru2021.org)
- Venezuela – Consejo empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible (CEVEDES)

Hasta hace poco los afiliados latinoamericanos se enfocaban principalmente hacia resultados financieros y manejo ambiental (eco-eficiencia), pero han variado el enfoque y ahora incluyen iniciativas sobre responsabilidad social corporativa.

Para incorporar la RSC en la agenda del WBCSD, la organización, en colaboración con ocho de sus afiliados, incluidos los Consejos de Argentina y Brasil, completó un estudio para identificar perspectivas locales de RSC. Los resultados del estudio demostraron que no existe una única definición de RSC. Como ejemplo, a continuación aparecen las definiciones de Argentina y Brasil respectivamente:

Argentina: RSC es la capacidad de las empresas para responder a los cambios sociales. Comienza desarrollando buenas relaciones con los vecinos. Las empresas deberían procurar un fuerte compromiso con: educación, derechos del trabajador, desarrollo de capacidades, salud y seguridad laboral. La RSC debe estimular el desarrollo económico de una comunidad.

Brasil: RSC es comprometerse y esforzarse para un mayor desarrollo económico de la comunidad, respetar a los trabajadores y desarrollar sus capacidades, proteger al ambiente y ayudar a crear un marco propicio donde los negocios éticos puedan prosperar.

C. Pacto mundial de las Naciones Unidas (*Global Compact*) **(www.unglobalcompact.org)**

En 1999 el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentó a la comunidad empresarial una propuesta de Pacto Mundial (*The Global Compact*) que incluye aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos, solicitando a los empresarios adoptar los principios que allí figuran y apoyar las políticas gubernamentales coherentes con esos mismos principios. Las empresas firmantes deben enviar un ejemplo anual de la aplicación de los principios en la práctica, e informar sobre las lecciones aprendidas.

Los nueve principios universales del Pacto Mundial en materia de derechos humanos, trabajo y medio ambiente se derivan de:

- La Declaración Universal de Derechos Humanos;
- La Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo;
- La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Los nueve principios son los siguientes:

Derechos humanos:

Principio No. 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia; y

Principio No. 2: Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.

Trabajo:

Principio No. 3: Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;

Principio No. 4: Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;

Principio No. 5: Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil; y

Principio No. 6: Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.

Medio ambiente:

Principio No. 7: Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales;

Principio No. 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental; y

Principio No. 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.

V. Iniciativas nacionales en América Latina

A. Argentina

El actual interés en la RSC que hoy se evidencia en Argentina surgió paralelamente a la crisis económica del 2001. Las extremas circunstancias económicas, y la incapacidad demostrada por el Gobierno para rescatar al país, resaltaron la importancia de la participación del sector empresarial en el proceso de revitalización. La crisis fue un catalizador para fomentar mayor conciencia social, pero aún no es evidente que la RSC sea parte integral de la estrategia de negocios. Actualmente, la RSC en Argentina está todavía muy allegada a la filantropía y a los programas comunitarios.

Las organizaciones en Argentina consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- La comunidad
- Los colaboradores (trabajo sin beneficios, trabajo adicional al tiempo anual estipulado, desempleo)

Organizaciones

Fundación del Tucumán (www.fundtuc.org) – Parte de la red Empresa, formada por veintinueve corporaciones articuladas por el sector social. Promueve una red de responsabilidad social que se centra particularmente en aliviar las emergencias que padece dicha provincia.

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) (www.iarse.org) – Ubicado en Córdoba. Su fortaleza reside en las instituciones académicas y en los foros.

El Centro para la Responsabilidad Social (www.interrupcion.net) – parte del Grupo Interrupción, agrupa a emprendedores que trabajan sobre la base de valores de Responsabilidad Social. Propone encarar los proyectos desde cuatro ejes diferentes: empresa, comunicación, cultura y política. Trabaja para difundir, promover y hacer sostenible una forma socialmente responsable de contribuir, participar, educar, invertir, producir y consumir.

Universidades – La IAE-Austral y el Instituto Universitario IDEA realizan investigaciones sobre RSC.

Sector empresarial

El concepto de la RSC en Argentina aún está en fase inicial. La integración estratégica de RSC en los modelos de negocio, o una clasificación formal en lo que respecta a las prácticas de RSC en sentido integral no existe aún. Clasificaciones de empresas como las que publica anualmente el Clarín (www.clarin.com), toma en consideración en sus criterios alrededor de 15% de puntos de clasificación según el desempeño ambiental y social.

B. Brasil

El papel y definición de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la sociedad brasileña ha variado en años recientes, aunque sus raíces pueden rastrearse hasta mediados de la década de 1960. El bienestar social ha sido parte integral de la naturaleza de las compañías brasileñas y la cultura de ONG debido a los muchos problemas sociales que enfrentó el país y a los que continúa haciéndoles frente. Hasta finales de los 90, la RSC en Brasil fue considerada básicamente como la responsabilidad de las compañías de implementar un programa que involucrara a la sociedad. Hoy día, la definición de RSC en Brasil se ha expandido y, según el Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS), la RSC implica que las compañías deben seguir lineamientos que consideren las expectativas y percepciones de los públicos interesados, y deben considerar las necesidades y opiniones de los consumidores, las comunidades, los trabajadores, otras organizaciones, etc.

En Brasil se consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- Educación – enfocada tanto a lo interno, proporcionando reembolsos estudiantiles a los empleados, por ejemplo, como a lo externo, desarrollando programas para beneficio educativo de otros.
- Responsabilidad ambiental – incrementando la presión tanto en lo legal como en la sociedad civil, para manejar los impactos ambientales.
- Involucramiento comunitario – enfocado en la pobreza y el trabajo voluntario de los empleados.
- Corrupción – comportamiento ilegal y no ético entre compañías y políticos corruptos que históricamente ha sido una fuente de desigualdad en el país.

Organizaciones

- Instituto ETHOS

Cuadro 1
FICHA DE ETHOS

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social (ETHOS), São Paulo, Brasil (www.ethos.org.br)	
Fecha fundación y fundadores	1998, por un grupo de empresarios
Membresía	<ul style="list-style-type: none"> • 780 empresas afiliadas.
Enfoque geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el país – oficina matriz en São Paulo
Objetivo general y temas de enfoque	Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y diseminación de qué compañías practican actualmente la RSC • Estimular trabajo conjunto entre compañías, ONG, agencias gubernamentales y otras organizaciones sociales • Influir las políticas públicas • Proporcionar asistencia técnica • Ser catalizador para mejorar la RSC en Brasil
Programas y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de indicadores ETHOS, que son utilizados por una compañía para completar un análisis de brecha de prácticas actuales. Proporcionar retroalimentación a las compañías. • Creación de guías para reportes de sostenibilidad basadas en GRI • Apoyo a conferencias e intercambios de información. Promover una exhibición anual de prácticas de RSC • Proporcionar una base de datos de las mejores prácticas de RSC
Redes / Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro de EMPRESA • Afiliado a: <ul style="list-style-type: none"> - WBCSD - Global Compact - AVINA - IFC - AccountAbility - SustainAbility - Ford Foundation - Kellogg Foundation

Fuente: Elaboración propia.

- **Instituto Brasileiro de Analises Sociais e Economicas (IBASE)** (www.ibase.org.br) – Creó una propuesta de auditoria social para que las instituciones analicen su desempeño.
- **Instituciones académicas** – Fundação Dom Cabral y Fundación Getúlio Vargas han desarrollado programas para investigación de nuevas estrategias de RSC.
- **Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)** (www.cebds.com) – Sector brasileño del WBCSD que ha empezado a incorporar en los proyectos el diálogo entre actores.
- **Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE)** (www.gife.org.br) – Asociación de fundaciones corporativas.
- **Gobierno brasileño**– Bajo la administración del Presidente Lula, la agenda de RSC ocupa un lugar preponderante. Se ha introducido la RSC en los contratos públicos, otorgando contratos de gobierno con base en el desempeño social y ambiental de las empresas, por ejemplo, y los representantes de la sociedad civil y la empresa responsable tienen gran espacio en las decisiones de gobierno.

- **Banco Brasileño de Desarrollo** – Se reducen tasas de interés a las compañías que hacen inversiones sociales internas (empleados) o externas, a las comunidades.

Sector empresarial

En Brasil se publicará próximamente un estudio que demuestra y clasifica las prácticas de RSC de las compañías. Las compañías brasileñas han hecho énfasis en la inversión social. Casi el 95% de compañías brasileñas con 500 o más empleados tienen proyectos comunitarios vigentes. La mayoría de estas compañías grandes también publican reportes anuales sobre desempeño social y ambiental. De los más de 500 reportes que se publican anualmente en Brasil, casi 100 se dedican a desempeño económico, ambiental y social y tres o más grupos de actores. La gran mayoría de los reportes cubren algunos aspectos de la RSC, como datos sobre recursos humanos o datos sobre proyectos ambientales.

No hay aún ningún estudio formal publicado, pero los expertos han identificado las compañías líderes en lo que respecta a RSC. Estas compañías pueden dividirse en tres categorías: aquellas que han integrado completamente la RSC en las decisiones de negocios, aquellas que hacen un enfoque ambiental y las que invierten en la comunidad. Una breve descripción de cada categoría se muestra a continuación, así como las compañías líderes de cada categoría.

1. Compañías que han integrado la RSC a los sistemas de administración y estrategia de negocios, publican reportes de sostenibilidad, han estructurado sistemas de participación de actores, muestran verdadero compromiso, han establecido y sofisticado sistemas de administración y demuestran verdadero liderazgo en cuanto a la RSC.

Cuadro 2

EMPRESAS QUE HAN INTEGRADO LA RSC A SU SISTEMA DE GESTIÓN

Empresa	Sector	Tamaño ³	Tipo de Capital	Ranking / 500 Mayores ⁴
Natura	Cosméticos	Grande	100% Brasileño	No está
Nestlé	Alimentos	Grande	100% Extranjero	130
Copesul	Petroquímicos	Grande	100% Brasileño	218

Fuente: Elaboración propia.

2. Compañías que hacen énfasis en el manejo ambiental. Estas compañías cuentan con certificaciones FSC e ISO 14001, publican reportes anuales y también desarrollan nuevos negocios amistosos con el ambiente. Estas compañías también parecen no hacer demasiado énfasis en la inversión social.

³ Definido por Ventas Brutas: Empresas Grandes (<50 millones – 1.000 millones); Empresas Medianas Grandes (<15 millones – 50 millones); Empresas Medianas Chicas (<1 millón– 15 millones); y Empresas Pequeñas (150 mil – 1 millón)

⁴ Ranking en la lista de 500 Mayores Empresas en Latinoamérica hecho por América Economía en julio 2003

Cuadro 3

EMPRESAS CON GESTIÓN AMBIENTAL

Empresa	Sector	Tamaño	Tipo de Capital	Ranking / 500 Mayores
Petrobras	Petróleo / gas	Grande	100% Brasileño	6
Electrobras	Electricidad	Grande	100% Extranjero	19
Vale Do Rio Doche	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% Brasileño	30
Odebrecht	Holding	Grande	100% Brasileño	37
Ipiranga Petroquímica	Petroquímicos	Grande	100% Brasileño	54
Arracruz Cellulose	Celulosa / Papel	Grande	Más de 50% Brasileño	314
Klabin	Celulosa / Papel	Grande	100% Brasileño	235
Suzano	Celulosa / Papel	Grande	100% Brasileño	308

Fuente: Elaboración propia.

3. Compañías que hacen énfasis en inversión comunitaria. Estas compañías se enfocan a proyectos sociales e implementan programas a través de sus fundaciones corporativas.

Cuadro 4

EMPRESAS CON LABOR COMUNITARIA

Empresa	Sector	Tamaño	Tipo de Capital	Ranking / los 500 Mayor
Telefónica	Telecomunicaciones	Grande	100% Extranjero	3
Telemar	Telecomunicaciones	Grande	100% Brasileño	45

Fuente: Elaboración propia.

Como mencionamos arriba ETHOS ha desarrollado los “Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial”. La cuarta versión fue creada como una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de empresa en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de responsabilidad social empresarial, a la planificación de estrategias, y al monitoreo del desempeño general de la empresa. Se trata de un instrumento de auto evaluación y aprendizaje, de uso esencialmente interno. También con el objetivo de suministrar a las empresas la posibilidad de un autodiagnóstico más preciso y profundo, el Instituto ETHOS viene desarrollando indicadores específicos, que abarcan dilemas y peculiaridades de cada sector empresarial.

El cuestionario de evaluación de la empresa está dividido en siete grandes temas:

- Valores y transparencia
- Público interno
- Medio ambiente
- Proveedores
- Consumidores y clientes
- Comunidad
- Gobierno y sociedad

Se evalúan estos temas por dos tipos de indicadores. El primer tipo permite evaluar el nivel actual de las prácticas de responsabilidad social en la empresa. El segundo tipo de indicadores está compuesto de cuestiones binarias (con respuestas sí o no) relacionadas al primer grupo. Además, contiene elementos de validación y profundización del nivel de responsabilidad social identificado

por la empresa y contribuye a entender cuáles prácticas deben ser incorporadas en la gestión de los negocios. El Instituto ETHOS desarrolló un software a través del cual la empresa podrá responder el cuestionario al ritmo que le sea conveniente y enviar sus respuestas vía Internet directamente a un sistema de procesamiento.

Véase abajo un resumen de los resultados del sistema para los años 2000 al 2002. Se nota una mejora en la mayoría de los temas.

Cuadro 5

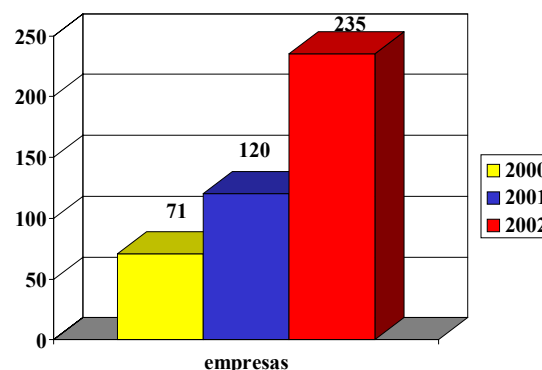
RESULTADOS DE LOS INDICADORES GENERALES ETHOS: 2000, 2001 Y 2002

	Benchmark			Empresas participantes			Mejor desempeño por tema		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Valores de transparencia	7,40	8,12	8,45	5,77	5,71	5,46	8,96	10,00	9,50
Público interno	7,36	8,15	7,74	5,39	5,79	5,37	8,12	9,16	8,88
Medio ambiente	7,58	8,52	8,87	3,56	5,16	5,18	10,00	10,00	10,00
Proveedores	7,28	8,12	8,06	5,37	5,21	4,93	8,75	9,99	9,99
Consumidores y clientes	8,72	9,08	8,99	7,06	7,29	6,89	10,00	10,00	10,00
Comunidades	8,92	8,98	9,33	5,73	5,94	5,66	10,00	10,00	10,00
Gobierno / Sociedad	7,50	8,79	8,56	5,61	6,20	5,94	9,37	9,99	10,00

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1

RESULTADOS DE LOS INDICADORES GENERALES ETHOS: 2000, 2001 Y 2002



Fuente: Elaboración propia.

ETHOS ha trabajado recientemente con varios sectores de negocios para publicar reportes sociales y ambientales anuales. Por ejemplo, el sector de distribución de energía ha producido un reporte sectorial. Este reporte crea un ranking entre las compañías y también constituye un hito.

C. Chile

Organizaciones

- Acción Empresarial

Cuadro 6

FICHA ACCIÓN EMPRESARIAL

Acción Empresarial, Santiago, Chile (http://www.accionempresarial.cl)	
Fundadores	<ul style="list-style-type: none"> • Confederación de la Producción y del Comercio • Business for Social Responsibility (EEUU)
Resumen de membresía	36 miembros (empresas nacionales y multinacionales)
Enfoque geográfico	Todo el país
Objetivo general y temas de enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Promover buenas prácticas de responsabilidad social en las empresas, a través del aprendizaje de las iniciativas impulsadas por compañías en distintas partes del mundo, el intercambio de experiencias entre las propias empresas y actividades de desarrollo, promoción e investigación. • Ética empresarial: incorporación de la responsabilidad social en la declaración de principios, misión y prácticas cotidianas de la empresa. • Calidad de vida laboral: mejoramiento de la calidad de vida de las personas que trabajan en la empresa o corporación. • Medio Ambiente: desarrollo económico de la empresa, compatible con el respeto y cuidado por el medio ambiente. • Compromiso con la comunidad: apoyo al desarrollo económico y social de la comunidad en la que la empresa está inserta. • Comercialización y marketing responsable: ética publicitaria, marketing solidario y comercialización responsable.
Programas y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de herramientas para apoyar la incorporación de la RSC en las empresas • Orientación en el desarrollo de iniciativas de RSC • Formación del sector empresarial y la comunidad • Difusión con medios de comunicación • Investigación • Información, a través de un centro especializado • Integración, realizando actividades conjuntas entre empresas, ONG y organismos gubernamentales e internacionales
Redes / Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro de EMPRESA • SOFOFA • AMCHAM • Confederación de la Producción y Comercio • Sernam • BSR • Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo Chile • Corporación Pro O'Higgins

Fuente: Elaboración propia.

Fundación ProHumana (www.prohumana.cl) – ONG fundada en 1998 con el objetivo de “promover una cultura de responsabilidad social en Chile” con actividades enfocadas en:

- Investigación y desarrollo del conocimiento;
- Sensibilización de actores en el tema de responsabilidad social;
- Promoción de espacios de diálogo y encuentro entre actores representativos de la diversidad;

- Constitución y coordinación de redes de cooperación;
- Aporte a la elaboración de propuestas legislativas y normativas; y
- Servicios de asesoría especializada.

ProHumana ha desarrollado una red virtual en Chile, llamada Plaza Nueva, para cubrir temas de responsabilidad social entre diferentes sectores. Plaza Nueva (www.plazanueva.org) tiene participantes del sector empresarial, academia, gobierno local y nacional, ONGs e individuos.

SOFOFA Responsabilidad Social / Federación Gremial de la Industria (www.sofofa.cl) – SOFOFA es una federación gremial sin fines de lucro que agrupa más de 2,500 empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno. Lanzó una nueva organización –SOFOFA Responsabilidad Social– para promover y difundir las buenas prácticas empresariales, desarrollando un marco ético y fomentando iniciativas voluntarias vinculadas con el bienestar de la sociedad.

Generación Empresarial (www.generacionempresarial.cl) – Esta organización sin fines lucro tiene como misión la difusión y promoción de valores fundamentales, principios éticos, el espíritu emprendedor y la responsabilidad social como fundamentos clave de las actividades empresariales. Hay 39 empresas asociadas a Generación Empresarial, y su ámbito de acción incluye ciclos de conferencias, encuentros empresariales, seminarios de actualidad, charlas en universidades, proyectos voluntarios y premiación.

Sector empresarial

En Chile existen tres fuentes de información de interés sobre los esfuerzos de empresas chilenas en el tema de RSC: 1) casos de estudios publicados en el sitio web de Acción Empresarial, 2) casos de estudios analizado por la Fundación ProHumana, y 3) un análisis hecho por la Fundación Avina.

1) **Acción Empresarial** en su sitio de web tiene varios casos de estudio sobre las prácticas en distintos temas de RSC de algunas empresas que operan en Chile. Hemos seleccionado algunos de estos casos:

Cuadro 7
CRITERIOS EMPRESARIALES

Ética empresarial	
Empresa	Resumen de la práctica
Laboratorios Bagó	Código de ética y valores definidos y aplicados en la selección de personal, aseguramiento de la calidad y la preocupación hacia las personas (prevención de riesgo, capacitación y promoción, y comunicación y satisfacción interna.)
Walt Disney	Código de conducta para los fabricantes que cuenten con licencia Walt Disney que incluye los estándares de OIT, el derecho de tener un lugar de trabajo seguro y saludable, compensaciones, y protección del medio ambiente.
Xerox Chile	Política de Ética de Negocios para empleados y subsidiarias que debe ser cumplido dentro y afuera de las instalaciones.
Calidad de vida laboral	
Empresa	Resumen de la práctica
Asociación Chilena de Seguridad (ACHS)	Aplicación de un Balance Social Interno como una herramienta para medir el clima laboral y orientar de las políticas de remuneraciones, evaluación de desempeño, etc. Además el Balance es una herramienta de comunicación interna y externa y es publicado anualmente en conjunto con el balance comercial.
AFP Summa Bansander	Políticas de recursos humanos para “mejorar la calidad de vida” de los empleados incluyendo políticas de puertas abiertas, evaluación de desempeño, reconocimiento por servicio al cliente, encuesta de clima laboral, capacitación y promoción interna.
Empresa Aritizia, SA	Programas de desarrollo y beneficios para trabajadores y sus familias: prevención de drogas y alcohol, nivelación de estudio, talleres de endeudamiento y multifondos, seguros, subsidio habitacional, etc.

Cuadro 7 (continuación)

Bank Boston	Cultivo de la capacidad “de emprender y de realizar” por medio de comunicación abierta, énfasis en la autonomía, creatividad y responsabilidad.
CMPC	Construcción de casas para los empleados; pagos mensuales para educación; programas de prevención de drogas y alcohol.
Compañía General de Electricidad	Sistema de participación por resultado; Mutual de Empleados; Balance Social Interno; prestamos habitacionales; fondo voluntario de solidaridad.
IBM	Opciones flexibles de trabajo – Trabajo tiempo parcial, permiso sin goce de sueldo, individualización del horario de trabajo.
Medio Ambiente	
Empresa	Resumen de la Práctica
ALCOA	Política de medioambiente, salud y seguridad.
CMPC	Política medioambiental corporativa.
Cristalerías de Chile	Reciclaje de vidrio.
Comercialización y Marketing Responsable	
Empresa	Resumen de la Práctica
Avon	Campana en contra del cáncer
Compromiso con la Comunidad	
Empresa	Resumen de la Práctica
AES Gener	Política de aporte a las comunidades donde se ubican sus instalaciones – educación, ciencia y cultura.
CCU	Campana publicitaria para consumo responsable.
CODELCO	Apoyo al desarrollo de las comunidades; protección del medio ambiente; capacitación y educación; comunicación con las comunidades entre otros.
Deutsche Bank	Participación / donaciones por los empleados.
Farmacia Ahumada	Recaudación de fondos para una fundación.

Fuente: Elaboración propia.

2) La *Fundación ProHumana* en 2002 realizó una investigación para conocer “el proceso que las empresas chilenas están recorriendo para incorporar en su lógica o planes de negocios la responsabilidad social en marco de ciudadanía corporativa.” (Teixidó 2002) Se aplicó la metodología de casos de estudio y se seleccionaron 12 empresas cuyas acciones rompieran con lo tradicional de la cultura empresarial chilena; cuyos proyectos sean un modelo de ejemplo; que generen movilización y un debate acerca de la responsabilidad social; y que sus acciones estén renovando campos tradicionales de la inversión social de las empresas. (www.plazanueva.org)

Las 12 empresas seleccionadas fueron:

- Asociación Chilena de Seguridad
- Banco Estado
- Banco Santander
- Cámara Chilena de la Construcción
- Coca-Cola Chile
- Compañía de Cervecerías Unidas
- Empresas CMPC S.A.
- Forestal Millalemu
- Minera Escondida
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)
- Telefónica CTC Chile

Entre las varias conclusiones que el estudio ofrece en cuanto a la aplicación de conceptos de responsabilidad social en la estrategia de gestión de la empresa, podemos resaltar:

- La responsabilidad social requiere requisitos tales como respeto al derecho sobre la propiedad, confianza, ausencia de corrupción, transparencia, responsabilidad gubernamental, educación, incentivos tributarios, equidad distributiva y protección del medio ambiente.
- Las empresas entrevistadas reconocen que el concepto de RSC está definido por las necesidades de cada empresa y por los requerimientos de la sociedad.
- La definición de cada empresa parece depender del sector o ámbito al cual esta adscribe (servicios, recursos naturales, etc.) y también el impacto que tiene la empresa en este ámbito.
- Existe una doble dimensión en la RSC – una dimensión externa dirigida a la población cercana y una dimensión interna dirigida a empleados, trabajadores y sus familias. La mayoría de las entrevistadas tienen énfasis en la dimensión externa en su discurso de RSC.
- Para algunas empresas la RSC queda explicitada en sus objetivos estratégicos, y para otras su práctica de donaciones las ha llevado a instalarla en su discurso.
- Hay tres niveles de desarrollo en cómo las empresas están incorporando RSC en su gestión:

Nivel 1 –Estrategia emergente– empresas que tienen acciones de RSC esporádicas;

Nivel 2 –Formalización estratégica– una estrategia implementada para organizar su sistema de donaciones; y

Nivel 3 –Estrategia formal– una empresa que alcanza una total internalización de la RSC en los valores y es parte fundamental del plan de negocios.

- Para las empresas en Nivel 3 se observó la adopción de tres tipos de acciones para implementar sus estrategias de RSC:

Acciones en la cadena de valor del negocio (proveedores, contratistas y clientes);

Políticas y prácticas de negocios básicas que afectan cada uno de los públicos interesados; e

Involucramiento con la comunidad – contribuciones a la sociedad en tiempo, dinero o conocimiento.

- Finalmente, se observó una ausencia de métodos de evaluación para conocer el impacto de los proyectos y programas implementados.

3) La **Fundación Avina** en agosto 2003 completó un “Catastro de Empresas en Chile con Reconocimiento Público en Temas Sociales y Ambientales” cuyo objetivo es “identificar a las empresas nacionales y multinacionales con presencia en Chile que presentan buenas prácticas en el plano ambiental y social.” (Figueroa y Berdichevsky, 2003) El catastro evaluó las empresas bajo los siguientes criterios:

a) Presencia de certificaciones externas que promueven estándares internacionales de desempeño o sistemas de gestión en el área ambiental, social y de seguridad, incluyendo los sistemas de:

- ISO 14001

- OHSAS 18001
- Forest Stewardship Council (FSC).

b) Haber recibido alguno de los reconocimientos que organismos públicos y privados entregan en el país, tendientes a distinguir a las empresas que se han destacado en algún aspecto de su comportamiento ambiental y social, incluyendo:

- Premio Nacional Medio Ambiente
- Premio Nacional de la Calidad
- Premio Carlos Vial Espantoso
- Premio Revista Certificación
- Premio Amcham
- Premio SOFOFA
- Buenas Practicas Laborales
- Great Place to Work (“Mejores Empresas para Trabajar”)
- Empresas Más Admiradas
- Premio Asquim

c) Haber firmado un pacto o acuerdo que apoya principios sociales y ambientales como el Global Compact, el Convenio Sobre la Biodiversidad y el Acuerdo de Bosque Nativo.

d) Tener membresía en organizaciones que promueven la responsabilidad social, incluyendo Acción Empresarial y Generación Empresarial.

e) Finalmente, la existencia de una fundación asociada a la empresa que opera en el país.

El análisis de catastro tiene las siguientes conclusiones:

El criterio seleccionado para calificar buen comportamiento ambiental y social se detectó principalmente en las grandes empresas (ventas de más de US\$2,3 millones por año). Se supone que esta característica se debe al costo de las certificaciones.

El sector forestal es líder de la concentración de certificaciones, seguido muy de cerca por el sector minería.

Véase abajo el “Cuadro de Honor” que muestra aquellas empresas que presentan un mayor número de los atributos analizados (Figueroa y Berdichevsky, 2003).

Cuadro 8

CUADRO DE HONOR - CATASTRO DE EMPRESAS

Empresa	ISO 14001	OSHAS 18001	FSC	Premio Nacional Medio Ambiente	Premio Nacional a la Calidad	Premio Carlos Vial Espantoso	Premio Revista Certificación	Premio Amcham	Premio SOFOFA	Buenas practicas laborales	GREAT PLACE TO WORK	EMPRESAS MAS ADMIRADAS	Premio ASIQUIM	Global Compact	Convenio sobre Biodiversidad	Acuerdo Bosque Nativo	Fundación	Reporte	Acción Empresarial	Generación Empresarial
Grupo Terranova																				
Minera Escondida Ltda.																				
Gerdau Aza S.A.																				
Vidrios Lirquen S.A.																				
Grupo Santander																				
Enaex S.A.																				
Sika S.A. Chile																				
Baxter Chile																				
Empresas CMPC																				
Shell Chile																				
Viña Santa Emiliana																				

Fuente: Avina 2003.

Cuadro 9

CUADRO DE HONOR - CATASTRO DE EMPRESAS

Empresa	Sector	Tipo de Capital
Grupo Terranova	Forestal	Más de 50% extranjero
Minera Escondida Ltda.	Minería	100% extranjero
Gerdau Aza S.A.	Minería	
Vidrios Lirquen	Manufactura vidrios	
Grupo Santander	Banco/Finanzas	
Enaex S.A.	Minería	Menos de 50% chileno
Sika S.A. Chile	Químicas	100% extranjero
Baxter Chile	Manufactura salud	100% extranjero
Empresas CMPC	Manufactura papel/celulosa	100% chileno (excepto 1,6%)
Shell Chile	Hidrocarburos	100% extranjero
Viña Santa Emiliana	Vinos/Agricultura	100% chileno

Fuente: Avina 2003.

Durante la Conferencia Internacional de Responsabilidad Empresarial en Chile, realizada en Agosto de 2003, la SOFOFA encuestó a 160 participantes (todos de sectores muy diversos) para determinar tendencias de RSC en Chile. Los resultados más significativos fueron:

- 67% de quienes contestaron consideran que la razón principal para que una empresa sea socialmente responsable se refiere a sus principios y ética.

- Los principales beneficios de la RSC son mayor compromiso y productividad de los empleados, y mejor imagen y reputación de la empresa.
- El mayor foco de los esfuerzos son las contribuciones sociales, culturales y educacionales. En segundo lugar, condiciones de trabajo y luego el comportamiento empresarial ético.
- Para lograr resultados en RSC es indispensable contar con el compromiso de la alta dirección de la empresa.

Es interesante resaltar en Chile el esfuerzo de Codelco, la empresa minera chilena, que es miembro del WBCSD y ha publicado reportes de sostenibilidad que siguen la GRI e incluso están siendo verificados externamente a partir del próximo año.

D. Guatemala

Organizaciones

Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, CentraRSE: busca generar una actitud de cambio en los empresarios para que implementen prácticas de responsabilidad social empresarial. CentraRSE está liderado por un grupo de empresarios y está apoyado en un equipo profesional que busca la incorporación de estas prácticas en todos los sectores productivos guatemaltecos. El objetivo de CentraRSE es formar un nuevo empresariado en Guatemala: consciente, proactivo y que decide el futuro de su negocio y de su país. CentraRSE fue creado en enero del 2003. Al impulsar la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, CentraRSE apoya el crecimiento competitivo de todas las empresas que operan en Guatemala, en los sectores de la industria, del comercio y de los servicios, desde la más pequeña y hasta la más grande.

Cuadro 10
FICHA DE CENTRARSE

CENTRARSE, Ciudad de Guatemala, Guatemala (www.CentraRSE.org)	
Fecha fundación y fundadores	Enero de 2003, por un grupo de empresarios
Resumen de membresía	16 miembros: empresas nacionales y multinacionales, fundaciones, y el Banco Mundial
Enfoque geográfico	Todo el país, empresas desde la más pequeña, hasta la más grande de todos los sectores productivos.
Objetivo general y temas de enfoque	Ser la institución en Guatemala que promueve el desarrollo y adopción de políticas y prácticas de responsabilidad social como un pilar fundamental de la estrategia de negocios de las empresas guatemaltecas.
Programas y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción – premios de RSC, organización de conferencias, publicaciones, página electrónica • Formación – talleres de sensibilización, cursos de capacitación, vinculaciones con academia • Herramientas – módulos de sensibilización, manuales de primeros pasos, indicadores de RSC, preparación de asistencia especializada • Investigación – casos de estudios de RSC en Guatemala, mejores prácticas internacionales, análisis de la situación del país en cuanto a RSC, análisis de tendencias. • Foros – promoción y organización de foros de intercambio de información, foro de ejecutivos de las empresas miembros de CentraRSE
Redes / Alianzas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miembro de Empresa 2. Representante del WBCSD

Fuente: Elaboración propia.

Sector Empresarial

CentraRSE ha detectado que las empresas en Guatemala buscan homogeneizar el concepto de RSC y contar con herramientas efectivas (Manual de Primeros Pasos, Módulos de Sensibilización de RSC, Indicadores de RSC, etc.) para definir la estrategia de RSC y lograr una implementación eficaz de estas prácticas.

Las empresas que están con CentraRSE están tomando el liderazgo en RSC. La mayoría tiene prácticas iniciales de RSC dentro de sus empresas, y ejecutan proyectos a lo externo de su organización.

El concepto de RSC que ha propuesto CentraRSE es el siguiente:

- Es una decisión estratégica que implica la constante aplicación de prácticas empresariales, que generan mayor productividad, lealtad del cliente y acceso a mercados;
- La implementación de la RSC parte del cumplimiento del régimen legal, logrando óptimas condiciones internas y concretándose en el aporte al desarrollo sostenible del país;
- Las prácticas de RSC pueden ser de carácter interno, como adaptación de valores y transparencia, e involucran a actores internos; y de carácter externo, que toman en cuenta a toda la cadena productiva (proveedores, consumidores y clientes), velan por el cumplimiento de respeto al medio ambiente e inciden en la comunidad y el Estado; y
- El impacto que genera la implementación de estas prácticas tiene una repercusión positiva y directa en el desarrollo del país.

Para la recopilación de casos exitosos de RSC en Guatemala se ha establecido una alianza con INCAE. Estos casos serán usados en las universidades y para promover el concepto, motivando a otras que lo implementen. Los casos se enfocan en los 7 temas identificados como RSC: Valores y Transparencia, Actores Internos, Proveedores, Consumidores y Clientes, Medio Ambiente, Comunidad y Estado, y en las dimensiones internas y externas.

Figura 2
MATRIZ DE CLASIFICACIÓN DE PRÁCTICAS DE RSE

Etapas / Medición							
Participación en Polít. de Estado							
Impacto en la Comunidad							
Proyección a la Familia							
Desarrollo de la Persona							
Cumplimiento Régimen Legal							
Temas Específicos	Valores y Transparencia	Actores a lo Interno	Proveedores	Consumidores / Clientes	Medio Ambiente	Comunidad	Estado

Fuente: CENTRARSE.

E. México

En México la RSC se inició como iniciativa filantrópica, pero en la década de los 90 varió sobre la reflexión de que la filantropía no es suficiente para promover avances sociales; es solo una parte de la RSC. El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) considera que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades y empleos y paga impuestos, desafía su creatividad para identificar los problemas que aquejan a su comunidad, y propone alternativas para su solución.

Para México se consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- Ética empresarial
- Calidad de vida (al interior de las empresas)
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medio ambiente

Organizaciones

Cuadro 11

FICHA DEL CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA (CEMEFI)

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) México DF. (www.cemefi.org)	
Fecha fundación y fundadores	1998, por un grupo de empresarios
Resumen de membresía	58 empresas y 32 fundaciones corporativas
Enfoque geográfico	Todo el país – oficina matriz en la Ciudad de México
Objetivo general y temas de enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque en la filantropía y la RSC; • Promover y estimular actitudes que los lleven a incrementar su trabajo voluntario y participación económica en causas que favorezcan el desarrollo de la comunidad; • Promover la inversión social de la empresa; • Fomentar el conocimiento que facilite la comprensión e impulso del sector filantrópico, sus formas de servicio, sus relaciones con otros sectores y su participación en el desarrollo nacional; • Mantener canales de comunicación y colaboración con el gobierno; y • Mostrar buenas prácticas de RSC.
Programas y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Ha creado el Índice de responsabilidad empresarial. Hacen análisis para las empresas y publican una lista anual de Empresas Socialmente Responsables; • Promueve la cultura de la ciudadanía individual y corporativa; • Realiza investigaciones sobre el sector no lucrativo en México; • Apoya la profesionalización de las organizaciones no lucrativas; • Ofrece información especializada sobre el tercer sector; • Apoya a las empresas en sus programas de inversión en la comunidad; • Vincula a las organizaciones no lucrativas con el entorno social, y • Edita publicaciones sobre el tercer sector.
Redes / Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro de EMPRESA • Afiliados: <ul style="list-style-type: none"> - Banco Interamericano de Desarrollo - Charles Stewart Mott Foundation - Ford Foundation - MacArthur Foundation - The David and Lucille Packard Foundation - W. K. Kellogg Foundation

Fuente: Elaboración propia.

AliaRSE (<http://mx.groups.yahoo.com/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial>) – Una alianza (foro por Internet) de 7 organizaciones, creada en 2002, que promueve un aspecto de la RSC. La meta es tener un mensaje para todos, buscar sinergias y homogenizar el lenguaje. Las siete organizaciones son:

- Administración por Valores (AVAL);
- Consejo Coordinador Empresarial (CCE);
- Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex);
- Confederación USEM;
- Impulsa
- El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).
- Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).

Sector empresarial

CEMEFI publica anualmente una distinción de las compañías que se comportan de forma socialmente responsable. Esta distinción se logra llenando un cuestionario y cumpliendo con criterios mínimos, y parece existir más interés en comunicar las mejores prácticas que ofrecer realmente un ranking de compañías.

A continuación aparece una tabla que contiene datos específicos de las compañías así como sus mejores prácticas de RSC.

Cuadro 12

EMPRESAS CON MEJORES PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Empresa	Sector	Tamaño ⁵	Tipo de Capital	Ranking / los 500 Mayor ⁶	Mejores Prácticas
Teléfonos de México	Telecomunicaciones	Grande	100% Mexicano	10	Tiene una fundación. Otorga becas universitarias. Enfoque en colaboradores, comunidad y RSC
Wal-Mart	Comercio	Grande	Más de 50% Mexicano	11	Tiene una fundación. Enfoque en los colaboradores y comunidades.
CEMEX	Cemento	Grande	100% Mexicano	16	Empresa ética, confiable. Enfoque en la comunidad.
Grupo Alfa	Conglomerado	Grande	100% Mexicano	21	RSC interno. Tiene alianzas con ONG
Grupo Bimbo	Alimentos	Grande	100% Mexicano	33	Desarrollo integral de las comunidades en las que operan llevando educación y bienestar. Mejorando el cuidado para los colaboradores.

Fuente: Elaboración propia.

⁵ Definido por Ventas Brutas: Empresas Grandes (<50 millones – 1.000 millones); Empresas Medianas Grandes (<15 millones – 50 millones); Empresas Medianas Chicas (<1 millón– 15 millones); y Empresas Pequeñas (150 mil – 1 millón)

⁶ Ranking en la lista de 500 Mayores Empresas en Latinoamérica hecho por América Economía en julio 2003

Es interesante resaltar que en México existe un esfuerzo por crear un estándar de RSC oficial, que enfoca en temas de integridad y responsabilidad en las relaciones con empleados, y gobernabilidad. Hay alguna resistencia a entender la RSC como una obligación, que se considera crearía más bien un negocio para consultores y certificadores. Otros consideran que esta iniciativa es incompleta, y que se posiciona como una competencia a las iniciativas del sector privado.

F. Panamá

Según CEDIS (Centro Empresarial de Inversión Social), las iniciativas de RSC entre las empresas en Panamá han sido hasta el momento una práctica de tipo asistencial, con acciones aisladas, no formales y esporádicas, con mayor enfoque en acciones particulares de filantropía y menos en RSC como una herramienta de negocio. Sin embargo, hay en la actualidad empresas que han empezado a mostrar interés en el tema y están iniciando algunas prácticas con aspectos relevantes a la RSC. Hay énfasis en acciones hacia el desarrollo de comunidad, con algunas instancias de enfoque en recursos humanos y el ámbito interno de la empresa. No existe mucho énfasis en acciones del medio ambiente, pero será interesante ver el desarrollo del tema en este país sobretodo por su posición en el Pacto Global.

Organizaciones

CEDIS, asociada a EMPRESA, ha venido liderando y promoviendo en los últimos años el tema de RSC. Cuando Panamá fue seleccionado entre 10 países al nivel mundial como país piloto para promover el Pacto Global, el Programa de Naciones Unidas (PNUD) identificó a CEDIS como aliado estratégico o brazo técnico para la promoción y ejecución del mismo.

Cuadro 13

FICHA DEL CENTRO EMPRESARIAL DE INVERSIÓN SOCIAL (CEDIS)

Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS), Ciudad de Panamá, Panamá (www.cedis.org.pa)	
Fecha fundado y fundadores	Enero 2000, por un grupo de empresarios
Resumen de membresía	No tiene membresía
Enfoque geográfico	Todo el país
Objetivo general y temas de enfoque	Contribuir al desarrollo económico y social de Panamá a través del fortalecimiento, la movilización y la articulación de los actores relevantes de la responsabilidad social empresarial: <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar una visión y actitud proactiva de prácticas de la RSC entre el sector privado; • Capacitar y fortalecer al sector empresarial en la relevancia de RSC como práctica estratégica de negocios y ventaja competitiva; y • Ofrecer una red de información y educación para el sector privado y la sociedad civil.
Programas y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría • Capacitación • Difusión • Información • Alianzas Estrategias • Investigación
Redes / Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro de EMPRESA • Afiliado de Global Compact

Fuente: Elaboración propia.

Sector empresarial

Como parte de su trabajo con PNUD, CEDIS recientemente completó un análisis de RSC en Panamá que está por lanzar en las próximas semanas. La información no estará disponible ante del lanzamiento oficial del reporte.

G. Perú

Organizaciones

En Perú existe una variedad de iniciativas sobre la RSC en el sector de ONG y academia. Las organizaciones claves incluyen PERU 2021, la Universidad del Pacífico y la Red de Responsabilidad Social.

- Perú 2021

Cuadro 14
FICHA PERÚ 2021

PERU 2021, Lima, Perú (www.peru2021.org)	
Fecha Fundación Fundadores	En 1994, por un grupo de empresarios
Resumen de Membresía	<ul style="list-style-type: none"> • 23 miembros del Patronato, empresas nacionales y multinacionales
Enfoque Geográfico	Todo el país – oficina matriz en Lima con capítulos en varias regiones
Objetivo General y Temas de Enfoque	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a más empresas en RSC y también a la comunidad académica y otras instituciones de la sociedad civil; • Asegurar el involucramiento de empresarios y empresas en proyectos sostenibles y ensanchar el número de empresarios con capacidad de liderar los proyectos; y • Promover proyectos relacionados a sostenibilidad en RSC. • Contribuir con el desarrollo de un proceso dinámico en el ámbito nacional para el logro de una visión compartida de largo plazo para el país.
Programas y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Simposios / eventos / conferencias en la promoción de RSC y una nueva cultura empresarial; • Premios / concursos en temas de RSC; • Grupo de trabajo de jóvenes; • Apoyo a temas específicos – Sistemas de Gestión Ambiental ISO14001, etc. • Proyectos en Educación • Difusión de una Visión Nacional compartida
Redes / Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro de EMPRESA • Representante del WBCSD • Afiliado de Global Compact • Miembro del BSR – Business for Social Responsibility (USA) • Convenio UNICEF

Fuente: Elaboración propia.

- **Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico** (www.up.edu.pe/ciup): Su propósito es apoyar cambios en las relaciones entre los empresarios nacionales y los universitarios para integrar conceptos y prácticas de responsabilidad social y de filantropía. Sus estrategias incluyen sensibilización de diferentes sectores, capacitación y formación, encuestas y estudios y difusión y premiación. Además, inició una Biblioteca de Temas de Responsabilidad Social para difundir estudios de caso e investigaciones de diversas personas e instituciones.

- **La Red de Responsabilidad Social:** La Red se formó en 2003 y está dedicada a “promover una cultura de responsabilidad social, en la cual se suman esfuerzos para construir un Perú próspero, pacífico y justo.” La red tiene 36 miembros del sector gobierno, sociedad civil y empresas privadas. El propósito de la red es compartir información entre los miembros sobre la responsabilidad social y sus prácticas.

Sector empresarial

Perú es el único país en donde encontramos un análisis detallado sobre el nivel de integración de políticas y prácticas de responsabilidad social en el sector privado: “Responsabilidad Social Empresarial: un Compromiso Necesario” (Benavides, 2001/2002). El análisis fue realizado por SASE (Seguimiento de Análisis y Evaluación para el Desarrollo), una firma consultora, en colaboración con el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico y PERU 2021. El objetivo del estudio fue “conocer tanto la opinión de los empresarios y ejecutivos sobre la responsabilidad social corporativa, así como los proyectos y actividades que realizan sus empresas para lograrla”.

La investigación fue realizada sobre una base de 75 empresas que accedieron a ser parte de un universo de 250 empresas propuestas. El estudio fue el cuarto en una serie similar de investigaciones y rindió las siguientes conclusiones:

- Se observó un número creciente de empresas (40%) que comprenden que la RSC es parte de la práctica gerencial de una empresa e implica tener políticas del entorno interno y externo articulado;
- Las empresas entrevistadas mencionaron dos tipos de valor agregado por sus esfuerzos de RSC: 1) mejor imagen institucional (72%), y 2) mayor identificación del trabajador (70%);
- 46% señaló que la falta de visión de la empresa y/o la falta de decisión de los directivos es el mayor obstáculo para tomar una actitud proactiva en cuanto a la RSC;
- Sin embargo, la mayoría de las empresas (60%) todavía no ha incorporado la RSC en la gestión integral de la empresa;
- Se observó un avance en los temas de medio ambiente, relación con proveedores y el uso responsable de la publicidad;
- Aunque los sectores de capital extranjero, como minería e hidrocarburos, manifiestan madurez en cuanto al tema de la RSC, el estudio mostró la incorporación de empresas peruanas – especialmente en el ranking de la RSC en el entorno externo donde 8 de las 10 empresas son peruanas;
- En cuanto a la RSC en el entorno interno, se observaron políticas bastantes desarrolladas y plena identificación del vínculo entre productividad del trabajador y acciones de RSC, y
- Finalmente, se encontró que 63% de las empresas difunde sus actividades de RSC a sus trabajadores, un 45% las difunde externamente, y un 25% no las difunde.

El estudio incluye tres “rankings” de las empresas entrevistadas:

1. Empresas con mayor puntuación en RSC:

- Sistematización de estrategias y políticas de RS;
- Acciones en el entorno interno, y

- Acciones en el entorno externo.
- 2. Empresas con mayor puntuación en el entorno externo (relación empresa – comunidad):**
- Acciones de la empresa en la comunidad en forma directa o a través de diferentes instituciones en diferentes áreas (educación, salud, deporte, medio ambiente, etc.), y
 - Política activa que promueve proyectos sostenibles.
- 3. Empresas con mayor puntuación en el entorno interno (relación empresas – trabajador):**
- Capacitación ofrecida a los trabajadores;
 - Comunicación interna;
 - Existencia de un código de conducta;
 - Salud y seguridad en el lugar de trabajo, y
 - Las actividades recreativas organizadas para los trabajadores y sus familias.

Cuadro 15
RANKING GENERAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA – PERÚ 2001

Orden	Empresa	Ranking	Ubicación	Sector	Tamaño ⁷	Tipo de Capital	Ranking / 500 Mayor ⁸
1	Corporación Backus	89%	Lima	Manufactura	Grande	Más de 50% peruano	---
2	BHP Tintaya SA	87%	Cusco	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
3	Barrick Misquichiles SA	84%	Ancash	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
4	Minera Yanacocha SRL	84%	Provincias	Minería / Hidrocarburos	Grande	Menos de 50% peruano	251
5	Compañía Minera Antamina SA	83%	Ancash	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	375
6	Cía. Minera Buenaventura SA	80%	Provincias	Minería / Hidrocarburos	Grande	Más de 50% peruano	---
7	Alicorp	78%	Lima	Manufactura	Grande	100% Peruano	383
8	Repsol YPF	72%	Lima	Minería / Hidrocarburos	Grande	Menos de 50% peruano	---
9	Proctor & Gamble	72%	Lima	Manufactura	Grande	100% extranjero	---
10	Amanco	72%	Lima	Manufactura	Mediana grande	Menos de 50% peruano	---
11	Damper Trujillo SAC	72%	Trujillo	Agropecuaria	Mediana chica	Menos de 50% peruano	---
12	Compañía Cervecera del Sur SA	71%	Cusco	Manufactura	Grande	100% peruano	---
13	Haug SA	71%	Callao	Manufactura	Mediana chica	100% peruano	---
14	Inca Tops SA	69%	Provincias	Manufactura	Mediana grande	100% peruano	---
15	Panificadora Bimbo	67%	Callao	Manufactura	Mediana chica	Menos de 50% peruano	---
16	Hochschild & Cía. Ltda. SA	65%	Arequipa	Minería / Hidrocarburos	Grande	Menos de 50% peruano	---
17	Embutidos Razzetto	65%	Trujillo	Manufactura	Mediana chica	100% peruano	---
18	Interbank	64%	Lima	Banca y Finanzas	Grande	Más de 50% peruano	---
19	Citibank	63%	Lima	Banca y Finanzas	Grande	100% extranjero	---
20	Agrokasa	63%	Ica	Agropecuaria	Mediana grande	Más de 50% peruano	---
21	Sandoval	62%	Callao	Servicios	Mediana grande	Más de 50% peruano	---
22	Ferreiros SA	62%	Lima	Comercio	Grande	Menos de 50% peruano	---
23	Agroindustrias Andinas SRL	61%	Cusco	Manufactura	Mediana chica	100% peruano	---
24	Textil San Cristóbal	61%	Ica	Manufactura	Mediana grande	100% peruano	---
25	Frank y Ricky SA	60%	Arequipa	Manufactura	Mediana grande	100% peruano	---

⁷ Definido por Ventas Brutas: Empresas Grandes (<50 millones – 1.000 millones); Empresas Medianas Grandes (<15 millones – 50 millones); Empresas Medianas Chicas (<1 millón– 15 millones); y Empresas Pequeñas (150 mil – 1 millón)

⁸ Ranking en la lista de 500 Mayores Empresas en Latinoamérica hecho por América Economía en julio 2003

RANKING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: ENTORNO INTERNO Y EXTERNO – PERÚ 2001

Entorno Interno							
Orden	Empresa	Ranking	Ubicación	Sector	Tamaño	Tipo de Capital	Ranking / 500 Mayor
Empresas Grandes							
1	BHP Tintaya SA	88.8%	Cuzco	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
2	Barrick Misquichilca	88.6%	Ancash	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
3	Corporación Backus	88.5%	Lima	Manufactura	Grande	Más de 50% peruano	---
Empresas Medianas Grandes							
1	Nextel Perú SA	86.4%	Lima	Telecomunicaciones	Mediana grande	100% extranjero	---
2	Amanco	85.3%	Lima	Manufactura	Mediana grande	Menos de 50% peruano	---
3	Bank Boston	80.8%	Lima	Banca y Finanzas	Mediana grande	100% extranjero	---
Empresas Medianas Chicas							
1	Haug SA	87.4%	Lima	Manufactura	Mediana chica	100% peruano	---
2	Panificadora Bimbo	82%	Lima	Manufactura	Mediana chica	Menos de 50% peruano	---
3	Damper Trujillo SAC	80.8%	Trujillo	Agroindustria	Mediana chica	Menos de 50% extranjero	---
Entorno Externo							
Empresas Mineras Hidrocarburos							
1	Cía. Minera Antamina SA	87.6%	Ancash	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	375
2	Minera Yanacocha SRL	86.4%	Provincias	Minería / Hidrocarburos	Grande	Menos de 50% peruano	251
3	BHP Tintaya SA	83.5%	Cuzco	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
4	Barrick Misquichilca SA	81.3%	Ancash	Minería / Hidrocarburos	Grande	100% extranjero	---
5	Cía. Minera Buenaventura SA	79%	Provincias	Minería / Hidrocarburos	Grande	Más de 50% peruano	---
Empresas no Mineras							
1	Corporación Backus SA	86.4%	Lima	Manufactura	Grande	Más de 50% peruano	--
2	Alicorp	74%	Lima	Manufactura	Grande	100% peruano	383
3	TIM Perú SAC	70.9%	Lima	Telecomunicaciones	Grande	100% extranjero	---
4	Compañía Cervecera del Sur SA	68.5%	Cuzco	Manufactura	Grande	100% peruano	---
5	Agrokasa	65.8%	Ica	Agropecuaria	Mediana grande	Más de 50% peruano	---
6	Inca Tops SA	63.6%	Arequipa	Manufactura	Mediana grande	100% peruano	---
7	Embutidos Razzetto	63.6%	Trujillo	Manufactura	Mediana chica	100% peruano	---
8	Radio Programas del Perú	63.5%	Lima	Servicios	Mediana grande	100% peruano	---
9	Damper Trujillo SAC	63.1%	Trujillo	Agroindustria	Mediana chica	Menos de 50% peruano	---
10	Interbank	63.1%	Lima	Banca y Finanzas	Grande	Más de 50% peruano	---

Fuente: Elaboración propia.

VI. Conclusiones

Es claro que la RSC es una tendencia que toma cada vez más fuerza en América Latina. Hay una gran diversidad de comprensiones sobre el alcance del tema, pero la responsabilidad de la empresa frente a la sociedad es un tema que aparece con frecuencia en el lenguaje de los empresarios y en la agenda de la sociedad. Sin embargo, las iniciativas que promueven el tema son primordialmente voluntarias, y no hay muchos indicios de que las consideraciones sobre la RSC hagan parte de la agenda estratégica de un número significativos de las empresas que operan en la América Latina.

Dado que la comprensión moderna de la RSC tiene su origen en Europa y los EEUU, la agenda no incluye aún los temas de interés local. Por ejemplo, el rol legítimo de la empresa frente a los Retos del Milenio o a la reducción de la pobreza no tiene la prioridad que en realidad representan en la región. Probablemente, la consolidación de una masa crítica de empresas trabajando en el tema ayude a que las empresas y organizaciones de la región propongan una agenda que refleje el énfasis de las necesidades de la América Latina.

Mientras los empresarios y organizaciones de la región no tengan la fuerza para proponer su propia agenda, los temas que surjan en Europa y los EEUU serán parte de la agenda local y tendrán la prioridad que sea definida en esos países.

Desde nuestro punto de vista, la acción más importante que esperamos ver en las empresas de la región es un esfuerzo serio para reconocer sus efectos sobre las personas y sus impactos sobre el medio ambiente, e identificar las acciones necesarias para maximizar los que sean positivos y evitar los negativos. En este proceso será

indispensable consultar a sus públicos interesados, establecer relaciones de beneficio mutuo, y cumplir sus compromisos. Y finalmente, esperaríamos ver un aumento significativo de los reportes públicos de los impactos sociales, ambientales y económicos de la acción de las empresas, que junto con la información adecuada sobre sus resultados financieros, nos permita seguir y evaluar su desempeño.

Empresas que cumplan la ley y se comprometan a manejar adecuadamente sus impactos sobre las personas y el ambiente serían el mejor aporte a la sostenibilidad de las sociedades latinoamericanas.

Bibliografía

- Acción Empresarial (2003), Información del Sitio Web (www.accionempresarial.cl) Comunicaciones personales, agosto / septiembre.
- Alianza para la Responsabilidad Social (AliaRSE) (2003), Información del Sitio de Web (<http://mx.groups.yahoo.com/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial>) Comunicaciones personales, septiembre.
- Benavides de Burga, Marcela y Guida de Gastelumendi (2001-2002), “Responsabilidad Social Empresarial: Un Compromiso Necesario”. Seguimiento Análisis y Evaluación para el Desarrollo (www.sase.com.pe)
- Business for Social Responsibility. Website Resources, Library, and Topic Overviews (www.bsr.org)
- Caux Round Table (1994), Principles for Business, Minnesota.
- CENTRARSE (2003), Información del Sitio de Web (www.CentraRSE.org) Comunicaciones personales, septiembre.
- Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS) (2003), Información del Sitio de Web (www.cedis.org.pa) Comunicaciones personales, septiembre.
- Centro Mexicano para la Filantropía (2003), Información del Sitio de Web (www.cemefi.org) Comunicaciones personales, septiembre.
- Centro para la Responsabilidad Social – Interrupción (2003), Información del Sitio de Web, (www.interrupcion.net) Comunicaciones personales, septiembre.
- Clarín - Periódico de Argentina. Información del Sitio de Web – (www.clarin.org)
- Codes of Corporate Conduct – An Expanded Review of their Contents (2000), Working Party of the Trade Committee, Paris, junio.
- Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work (1998), ILO, Ginebra, junio.
- EMPRESA (2003), Información del Sitio de Web, (www.empresa.org) Comunicaciones personales, septiembre.

- Ethical Trading Initiative. Website Resources, The ETI Base Code – (www.ethicaltrade.org)
- Figuroa, Mónica y Paola Berdichevsky (2003), “Catastro de Empresas en Chile con Reconocimiento Público en Temas Sociales y Ambientales.” Fundación Avina, agosto.
- Generación Empresarial. Información del Sitio de Web – (www.generacionempresarial.cl)
- Gilley, Bruce (2001), “*Sweating it Out*”, Far Eastern Economic Review, 10 de mayo.
- Global Sullivan Principles of Social Responsibility. Website Resources – (www.globalsullivanprinciples.org)
- International Labor Organization (1977), The Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, ILO, Ginebra, noviembre.
- Instituto Ethos (2003), Información del Sitio de Web (www.ethos.org.br) Comunicaciones personales, septiembre.
- Jeffcott, Bob and Lynda Yanz (2000), Codes of Conduct, Government Regulation and Worker Organizing, ETAG Discussion Paper, Maquila Solidarity Network, Toronto, febrero.
- Jenkins, Rhys (2001), “*Corporate Codes of Conduct – Self Regulation in a Global Economy*”, Technology, Business and Society, Programme Paper Number 2. United Nations Research Institute for Social Development, abril.
- La Red de Responsabilidad Social. Información del Sitio de Web (www.responsabilidadsocialperu.org)
- Oliviero, Melanie Beth. (2000), “*Corporate Social Responsibility, Socially Responsible Investing – Who is Responsible to Whom and for What?*”, Another Side – The Journal of the Michael Harrington Center for Democratic Values and Social Change, Volume 8, Number 1. Queen’s College New York. Fall.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (2000), Guidelines for Multinational Enterprises, Paris.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Principles of Corporate Governance. (<http://www.oecd.org/document/>).
- Pearson, Ruth and Gil Seyfang (2001), “*New Hope or False Dawn?*” Global Social Policy, Volume 1(1), Londres.
- PERU 2021 (2003), Información del Sitio de Web, (www.peru2021.org) Comunicaciones personales, agosto/septiembre.
- Prince of Wales Business Leadership Forum. Website Resources, CSR Themes (www.pwblf.org).
- Seyfang, Gil (1999), Private Sector Self-Regulation for Social Responsibility: Mapping Codes of Conduct, Working Paper No. 1, UK Department for International Development, Social Policy Division. Londres, diciembre
- SIGMA. Website Resources, SIGMA Guidelines and Research Themes, (www.projectsigma.org).
- Social Enterprise Knowledge Network (SEKN). *SOCIAL PARTNERING IN LATIN AMERICA: Lessons Drawn From Collaborations of Businesses and Civil Society Organizations*. James Austin, Ezequiel Reficco (Harvard Business School) Gerardo Lozano, Carlos Romero, Angel Maass (EGADE - Tec de Monterrey), Enrique Ogliastri, John Ickis, Felipe Pérez (INCAE), Mladen Koljatic, Mónica Silva (Pontificia Universidad Católica de Chile), Roberto Gutiérrez, Diana M. Trujillo, Iván Darío Lobo (Universidad de los Andes), Gabriel Berger, Mario Roitter (Universidad de San Andrés), Rosa Maria Fischer, Tania Casado, João Teixeira Pires, (Universidad de São Paulo).
- Social Venture Network (1996), Standards of Corporate Social Responsibility, San Francisco.
- SOFOFA. Información del Sitio de Web – (www.sofofa.cl).
- Taskforce on the Churches and Corporate Responsibility. Website Resources – (www.web.net/~tccr).
- Teixido, Soledad, Reinalina Chavarrí y Andrea Castro (2002), “*Responsabilidad Social: 12 casos empresariales en Chile*,” Ediciones ProHumana, Chile.
- Universidad del Pacífico, Lima, Perú. Información del Sitio de Web – (www.up.edu.pe).
- Utting, Peter (2002), Towards Corporate Social and Environmental Responsibility, South Letter 36, South Centre, Ginebra, marzo.
- Vickery, Tim (2001), “*Who’s Watching the Shop Floor?*”, The Christian Science Monitor. 30 de abril.
- World Business Council for Sustainable Development (2002), Corporate Social Responsibility – The WBCSD’s Journey, Ginebra.

Anexos

ANEXO 1 - Resumen de Estándares y Códigos de Conducta Internacionales

Estándares

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

Principios Globales Sullivan

El Reverendo León Sullivan desarrolló originalmente estos principios para manejar los temas étnicos en las compañías que operaban en África del Sur durante la era del apartheid, pero a finales de los 90 fueron ampliados para hacer énfasis en los derechos humanos, la justicia social y la creación de oportunidades económicas. Más de 350 empresas han adoptado estos principios, además de gobiernos y ONG. A los actores que los han suscrito se les solicita comprometerse a trabajar de acuerdo con ellos y presentar informes anuales para compartir sus experiencias. (*Origen: Los Estados Unidos*)

La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocio

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

Guías para Empresas Multinacionales (OECD)

Estas guías (Guidelines for Multinational Enterprises), actualizadas en el año 2000 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), constituyen recomendaciones de los gobiernos a las empresas sobre cómo operar de manera responsable en el ámbito laboral y ambiental, y cubren temas como soborno, la protección de los intereses del consumidor, la ciencia y la tecnología, y las reglas para una sana competencia. (*Origen: Internacional - Europa*)

Principios Fundamentales y Derecho al Trabajo (OIT)

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

Las siguientes organizaciones ofrecen estándares y procesos enfocados en el tema de consulta con públicos interesados, reportes de sostenibilidad y procesos de planificación:

- **AA1000 y AA1000S - AccountAbility**

Elaborado por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética, el sistema AA1000 empezó con una propuesta de procesos normalizados para la vinculación y la consulta a públicos interesados. En marzo del 2003 el mismo Instituto lanzó el documento AA1000S con “Estándares de

Confiabilidad” (Assurance Standard), cuyo objetivo es establecer los elementos que deben llenar los informes corporativos (y los procesos para elaborarlos) para merecer la credibilidad pública. También están preparando un equipo de auditores sociales capacitados para monitorear y evaluar el comportamiento social de una empresa. El AA1000 es el único sistema totalmente orientado a procesos, lo cual está en total armonía con los principios de la responsabilidad social corporativa. (*Origen: Reino Unido*)

- **SIGMA: Directrices Integradas para la Gestión de Sostenibilidad** (Sustainability: Integrated Guidelines for Management)

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

Códigos de Conducta

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

SA8000

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

Iniciativa de Comercio Ético

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

Indicadores

La GRI propone una serie de indicadores que las compañías pueden utilizar para evaluar sus avances en material de responsabilidad social corporativa aplicable a cualquier empresa u otra organización en el mundo.

Iniciativa de Reporte Global (GRI)

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

ANEXO 2 - Membresía de la red EMPRESA (países incluidos en este estudio)

ARGENTINA – Membresía de Fundación del Tucumán

	Miembro*	Sector - Código CIU *3	Tipo de Capital*	Lugar en los 500 Mayores **
1	A.T.I.C.A.N.A	Enseñanza	Nacional	
2	Aeropuerto Argentina 2000	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
3	Agro Avance	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
4	Agro Rapelli SRL	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
5	Antonio Luquin S.A.	Comercio	Nacional	
6	Arcor	Industrias Manufactureras	Nacional	268
7	Aval	Intermediación Financiera	Nacional	
8	Azucarera Justiniano Frías	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
9	Banca Nazionale del Lavoro	Intermediación Financiera	Extranjero	
10	Banco de Galicia y Bs.	Intermediación Financiera	Extranjero	
11	Banco del Tucumán	Intermediación Financiera	Nacional	
12	Banco Empresario de Tucumán	Intermediación Financiera	Nacional	
13	Bank Boston S.A.	Intermediación Financiera	Extranjero	
14	Barbieri y Cía.	Comercio	Nacional	
15	Bercovich	Construcción	Nacional	
16	Bodegas y Viñedos Rubino Hnos.	Alimentos y Bebidas	Nacional	
17	Castillo	Comercio	Nacional	
18	Censys s.a.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
19	Centro Radiológico Méndez Collado	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
20	Cervecería y Maltería Quilmes	Alimentos y Bebidas	Extranjero	
21	Cía de Circuitos Cerrados S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
22	Cía. Azucarera Concepción	Alimentos y Bebidas	Nacional	

23	Citibank S.A.	Intermediación Financiera	Extranjero	
24	Citrícola San Miguel	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Extranjero	
25	Citrusvil S.A.	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
26	Cofaral	Comercio	Nacional	
27	Consolidar AFJP	Intermediación Financiera	Extranjero	
28	Corresnoa Correo Privado	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
29	Credimas S.A.	Intermediación Financiera	Nacional	
30	Diario El Siglo	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
31	Disco S.A.	Comercio	Extranjero	
32	Edet S.A.	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Extranjero	
33	El Mangrullo Seguridad & Serv.	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
34	Embotelladora del Interior	Industrias Manufactureras	Nacional	
35	Empresa Flores S.A.	Otras Actividades de Servicio Comunitarios, Sociales y Personales	Nacional	
36	Estudio Cazzola-Fiorito & Asoc.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
37	Estudio Colombres Garmendia & Asoc.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
38	Estudio Laham & Asoc.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
39	Estudio Marchese-Grandi-Mesón & Asoc.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
40	Estudio Monmany & Asoc.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
41	Expreso Bisonte SRL	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
42	Expreso San José S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
43	Factor	Comercio	Nacional	
44	Flash Correo Privado	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
45	Gasnor S.A.	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Extranjero	
46	Grafa	Industrias Manufactureras	Extranjero	
47	Grand Hotel del Tucumán	Hoteles y Restaurantes	Nacional	
48	Guardianes	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
49	Helpa SRL	Construcción	Nacional	
50	Hotel Carlos V	Hoteles y Restaurantes	Nacional	
51	HSBC Bank Argentina S.A.	Intermediación Financiera	Extranjero	
52	La Buenos Aires Cía. de Seguros S.A.	Intermediación Financiera	Extranjero	
53	La Gaceta S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
54	Legumbres	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
55	Lloyds Bank Ltda.	Intermediación Financiera	Extranjero	
56	Mantenimientos y Serv. La luz SRL	Comercio	Nacional	
57	Minera Alumbreira Ltda.	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	147
58	Nuevo Banco Suquia S.A.	Intermediación Financiera	Nacional	

59	Oscar Barbieri	Comercio	Nacional	
60	Osde	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
61	Printer SRL (papelería)	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
62	Refinor	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
63	Sanatorio 9 de Julio S.A.	Otras Actividades de Servicio Comunitarios, Sociales y Personales	Nacional	
64	Scania Argentina	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
65	Seda	Comercio	Mixto	
66	Siemens S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
67	SOS San Bernardo S.A.	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
68	Telecom Argentina S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	163
69	Telefónica de Argentina S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	209
70	Tensolite	Construcción	Nacional	
71	Terminal del Tucumán	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
72	Transporte 9 de Julio S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
73	Transporte La Sevillanita	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
74	Transportadora de Gas del Norte	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Nacional	
75	Trasur S.A.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
76	Zeramico SRL	Comercio	Nacional	
77	Zurich-Eagle Star International Life	Intermediación Financiera	Extranjero	

Fuente: *Fundación del Tucumán, ** América Economía, 2003.

BRASIL – Membresía de ETHOS *

MEMBRESÍA	
Total	780
% empresas multinacionales	16
% empresas nacionales	84
Sectores a los que pertenecen los miembros de ETHOS	%
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	37.66
Industrias Manufactureras	15.61
Otras Actividades de Servicio Comunitarios, Sociales y Personales	9.58
Comercio	7.87
Enseñanza	5.91
Explotación de Minas y Canteras	5.38
Intermediación Financiera	4.59
Servicios Sociales y de Salud	4.07
Construcción	2.89
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	2.49
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	2.23
Suministro de Electricidad, Gas y Agua	1.71

* Fuente: - ETHOS, 2003.

CHILE – Membresía de Acción Empresarial

	Miembro *	Sector – Código CIU *	Tipo de Capital *	Lugar en los 500 Mayores **
1	AES-Gener	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Extranjero	347
2	Angloamerican Chile	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
3	Asociación Chilena de Seguridad	Intermediación Financiera	Nacional	
4	Banco Santander Santiago	Intermediación Financiera	Extranjero	
5	Bellsouth	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
6	Caja de Compensación Los Andes	Intermediación Financiera	Nacional	
7	Compañía Cervecería Unidas	Alimentos y Bebidas	Nacional	361
8	Chiletabacos	Industrias Manufactureras	Extranjero	
9	Codigas (Lipigas)	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Nacional	
10	Colbun	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Nacional	
11	Corpora Tres Montes	Industrias Manufactureras	Mixto	
12	Drake Beam Morin (DBM)	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
13	Deutsche Bank	Intermediación Financiera	Extranjero	
14	Empresas Interamericana	Intermediación Financiera	Extranjero	
15	Enersis	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Extranjero	42
16	Escuela de Administración / Univ. Católica	Academia	--	
17	Ferrada Nehme Abogados	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
18	Ford	Industrias Manufactureras	Extranjero	
19	Gerdau Aza	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
20	Hewlett Packard	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
21	Masisa	Industrias Manufactureras	Extranjero	
22	McCann Erickson	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
23	McDonald's	Hoteles y Restaurantes	Extranjero	
24	Merck Sharp & Dohme	Industrias Manufactureras	Extranjero	
25	Natura Cosméticos	Industrias Manufactureras	Extranjero	
26	People & Partners	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
27	Pimasa	Explotación de Minas y Canteras	Nacional	
28	PMC Marketing & Communications	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
29	Pricewaterhousecoopers	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
30	Principal	Intermediación Financiera	Mixto	
31	Proctor & Gamble	Industrias Manufactureras	Extranjero	
32	Sodexo	Hoteles y Restaurantes	Mixto	
33	Target Ddb	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
34	Terranova	Industrias Manufactureras	Extranjero	

35	Urquidi & Riesco Abogados	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
36	Unisys	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
37	Walt Disney	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
38	Zegers Ddb	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	

Fuente: * Acción Empresarial, ** América Economía, 2003.

GUATEMALA – Membresía de CENTRARSE

	Miembro*	Sector – Código CIU *	Tipo de Capital *	Lugar en los 500 Mayores **
1	Amanco	Industrias Manufactureras	Extranjero	
2	Arista	Comercio	Extranjero	
3	Aseguradora General	Intermediación Financiera	Nacional	
4	Avícola Villalobos	Comercio	Nacional	
5	Bancafé	Intermediación Financiera	Nacional	
6	Bell South	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
7	Cabcorp	Industrias Manufactureras	Nacional	
8	Calzado Coban	Industrias Manufactureras	Nacional	
9	Cementos Progreso	Explotación de Minas y Canteras	Nacional	
10	Cemusda	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
11	CODACA - Hino	Comercio	Nacional	
12	Finca Candelaria	Comercio	Nacional	
13	GENTRAC – Caterpillar	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Nacional	
14	GPS - Logistics	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
15	Ingenio La Unión y los Tarros	Industrias Manufactureras	Nacional	
16	Ingenio Pantaleón	Industrias Manufactureras	Nacional	
17	Ingenio San Diego	Industrias Manufactureras	Nacional	
18	Kimberly Clark	Industrias Manufactureras	Extranjero	
19	KORAMSA	Industrias Manufactureras	Nacional	
20	KPMG	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
21	Microsoft	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
22	Pollo Campero	Hoteles y Restaurantes	Nacional	
23	Montana Exploradora	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
24	Pan Europa	Alimentos y Bebidas	Nacional	

Fuente: * CENTRARSE, ** América Economía, 2003.

MÉXICO – Membresía de CEMEFI

	Miembro*	Sector - Código CIU *	Tipo de Capital*	Lugar en los 500 Mayores **
1	A.P.I. de Coatzacoalcos, S.A. de C.V.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
2	ADO y Empresas Coordinadas, S.A. de C.V.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
3	Aerolíneas Ejecutivas, S.A. de C.V.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
4	Aerovías de México, S.A. de C.V.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
5	Alquimia, D.S.C. Promotora Xel - ha, Parque Garrafón	Hoteles y Restaurantes	Nacional	
6	American Express C.O. Company (México), S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Extranjero	
7	Banamex (Citigroup)	Intermediación Financiera	Extranjero	
8	British American Tobacco Mexico	Industrias Manufactureras	Extranjero	188
9	Cemex	Industrias Manufactureras	Nacional	16
10	Clínica Médica Sur	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
11	Compañía Mexicana de Aviación	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	154
12	Deloitte Consulting	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
13	Diconsa	Administración Pública y Defensa; Planes de Seguridad Social de Afiliación Obligatoria	Nacional	311
14	Domecq	Alimentos y Bebidas	Extranjero	
15	Expansión, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Nacional	
16	Financiera Independencia	Intermediación Financiera	Nacional	
17	Fincomun, Servicios Financieros Comunitarios, S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Nacional	
18	Fomento Queretano	Industrias Manufactureras	Nacional	
19	Ford Motor Company México	Industrias Manufactureras	Extranjero	27
20	Galaz Yamazaki Ruiz Urquiza, S.C.	Holding	Nacional	
21	GE Internacional México	Industrias Manufactureras	Extranjero	36
22	Grupo Alfa	Holding	Nacional	21
23	Grupo Apasco	Industrias Manufactureras	Extranjero	
24	Grupo Bimbo, S. A. de C.V.	Alimentos y Bebidas	Nacional	33
25	Grupo de Tráfico y Comercio Internacional	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
26	Grupo Empresarial Ángeles, S. A. de C.V.	Holding	Nacional	173
27	Grupo Empresarial Olmeca, S.A. de C. V.	Holding	Nacional	
28	Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A.	Holding	Extranjero	
29	Grupo IUSA	Holding	Nacional	211
30	Grupo Nacional Provincial	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
31	Grupo Telmex	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
32	Hérez	Alimentos y Bebidas	Nacional	388
33	Hewlett Packard de México, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Extranjero	31

34	Hipotecaria Crédito y Casa, S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Nacional	
35	Hipotecaria Su Casita, S. A. de C. V.	Intermediación Financiera	Nacional	
36	ICA	Construcción	Nacional	437
37	Industrias Peñoles	Explotación de Minas y Canteras	Nacional	174
38	Inmobiliaria Parque Reforma, S.A. de C.V.	Construcción	Nacional	
39	Interprotección, Agente de Seguros y Fianzas, S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Nacional	
40	J.P. Morgan Grupo Financiero, S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Extranjero	
41	Janssen Cilag, S. A. de C. V.	Industrias Manufactureras	Extranjero	
42	Johnson & Jonson	Industrias Manufactureras	Extranjero	
43	José Cuervo	Alimentos y Bebidas	Nacional	457
44	Jugos del Valle, S.A. de C.V.	Alimentos y Bebidas	Nacional	432
45	Lafón y Asociados S.C.	Intermediación Financiera	Nacional	
46	Lincosa	Industrias Manufactureras	Nacional	440
47	Manpower, S.A. de C.V.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
48	Marke, S. A. de C.V.	Comercio	Nacional	
49	Mc Donald's de México, S.A. de C.V.	Comercio al por Mayor y al Menor; Reparación de Vehículos Automotores, Motocicletas, Efectos Personales y Enseres Domésticos	Extranjero	
50	Merck Sharp & Dhome de México	Industrias Manufactureras	Extranjero	385
51	Metlife Seguros, S.A. de C.V.	Intermediación Financiera	Nacional	
52	Mexicana de Aviación	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
53	Novartis Farmacéutica, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Nacional	363
54	Office Coffee Services, S. A. de C. V.	Comercio	Nacional	
55	Parque Garrafón	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
56	Pfizer, S. A. de C. V.	Industrias Manufactureras	Extranjero	
57	Phillips Mexicana, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Nacional	85
58	Promotora Xel-Ha	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
59	Purina	Industrias Manufactureras	Extranjero	
60	S.C. Jonson & Son, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Mixto	
61	Sabritas, S. de R.L. de C.V.	Alimentos y Bebidas	Nacional	
62	San Luis Corporación, S. A. de C.V.	Comercio	Nacional	391
63	Segunda Mano, S. A. de C. V.	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
64	Servicios Corporativos Philip Morris	Comercio al por Mayor y al Menor; Reparación de Vehículos Automotores, Motocicletas, Efectos Personales y Enseres Domésticos	Extranjero	129
65	Shell México, S.A. de C.V.	Suministro de Electricidad, Gas y Agua	Nacional	
66	Supermercados Internacionales H.E.B.	Comercio	Nacional	
67	Teléfonos de México	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	10
68	The Coca Cola Export Corporation Suc. México	Alimentos y Bebidas	Extranjero	48
69	Tubos de Acero de México, S.A.	Industrias Manufactureras	Extranjero	264

de C.V. (TAMSA)

70	Unilever de México, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Nacional	167
71	Universal Productora, S.A. de C.V.	Industrias Manufactureras	Extranjero	
72	Wal-Mart de México, S.A. de C.V.	Comercio	Nacional	11
73	Zimat Golin Harris, S.A. de C.V.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler		

Fuente: * CEMEFI, ** América Economía, 2003.

PERÚ – Membresía de PERÚ 2021

	Miembro*	Sector – Código CIU *	Tipo de Capital *	Lugar en los 500 Mayores **
1	Alicorp	Industrias Manufactureras	Nacional	383
2	Amanco	Industrias Manufactureras	Extranjero	
3	Grupo Apoyo	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
4	Backus & Johnston	Holding	Extranjero	
5	Drake Beam Morin del Perú	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
6	Empresa Periodista Nacional	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
7	Grupo Ferreyros	Construcción	Extranjero	
8	Nissan Maquinarias	Industrias Manufactureras	Mixto	
9	Nextel de Perú	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
10	Qualitas de Perú	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
11	Repsol YPF	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
12	Xerox	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
13	Minera Yanacocha	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	251
14	Kraft Foods	Alimentos y Bebidas	Extranjero	
15	BHP Billiton Tintaya	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
16	Compañía Minera Antamina	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	375
17	Aguaytia Energy del Perú	Explotación de Minas y Canteras	Extranjero	
18	TIM Perú	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Extranjero	
19	Coca Cola	Industrias Manufactureras	Extranjero	
20	La Viga	Construcción	Nacional	
21	Ernst & Young	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
22	Profuturo	Intermediación Financiera	Mixto	

Fuente: * PERU 2021, ** América Economía, 2003.

ANEXO 3 - Membresía de la red EMPRESA (países no incluidos en este estudio)

EL SALVADOR – Membresía de FUNDEMAS

	Miembro *	Sector *	Tipo de Capital *	Lugar en los 500 Mayores **
1	AGRISAL	Holding	Nacional	
2	Amanco	Industrias Manufactureras	Extranjero	
3	América Industrial Park	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
4	Aval Card	Intermediación Financiera	Mixto	
5	Banco Agrícola	Intermediación Financiera	Nacional	
6	Banco Cuscatlan	Intermediación Financiera	Nacional	
7	Banco Uno	Intermediación Financiera	Mixto	
8	COMISA	Holding	Mixto	
9	CTE S.A. de CV	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Mixto	
10	EMBOSALVA (Coca Cola bottler)	Industrias Manufactureras	Mixto	
11	Funes y Asociados	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
12	GBM del Salvador	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
13	Industrias Cristal de Centro América (Grupo Agrisal)	Industrias Manufactureras	Nacional	
14	INSINCA	Industrias Manufactureras	Mixto	
15	La Constancia	Industrias Manufactureras	Mixto	
17	Microsoft	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Mixto	
18	Fundación CESSA	Fundación		
19	Tabaclera de El Salvador	Industrias Manufactureras	Nacional	

Fuente: * - FUNDEMAS, ** América Economía, 2003.

URUGUAY – Membresía de DERES

	Miembro *	Sector *	Tipo de Capital *	Lugar en los 500 Mayores**
1	ABAL Hnos.	Industrias Manufactureras	Mixto	
2	ABN Amro Bank	Intermediación Financiera	Extranjero	
3	Luncheon Ticket (Grupo Acccr)	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
4	Algorta, S.A.	Industrias Manufactureras	Nacional	
5	Aluminio de Uruguay, S.A.	Industrias Manufactureras	Nacional	
6	ANTEL	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	343
7	Banco Santander Uruguay	Intermediación Financiera	Extranjero	
8	BUXIS	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
9	Canal 10 Saeta TV	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
10	Citrícola Salteña S.A.	Alimentos y Bebidas	Nacional	
11	Cristalpet S.A.	Industrias Manufactureras	Nacional	
12	Diageo Uruguay	Industrias Manufactureras	Extranjero	
13	El Espectador	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
14	El Observador	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
15	El País	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
16	Equipos Mori	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
17	Fanapel	Industrias Manufactureras	Nacional	
18	Gerdau Laisa	Industrias Manufactureras	Extranjero	
19	IBM del Uruguay S.A.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
20	KPMG Ltda.	Actividades Inmobiliarias Empresariales y de Alquiler	Nacional	
21	Manpower	Actividades Inmobiliarias Empresariales y de Alquiler	Extranjero	
22	Montevideo Refrescos S.A. (Coca Cola)	Alimentos y Bebidas	Extranjero	
23	OCA S.A.	Intermediación Financiera	Nacional	
24	Portones Shopping	Comercio	Mixto	
25	PricewaterhouseCoopers Ltda.	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
26	Punto Ogilvy	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	
27	Radisson Montevideo Victoria Plaza Hotel	Hoteles y Restaurantes	Extranjero	
28	SACEEM	Construcción	Mixto	
29	SAMAN	Industrias Manufactureras	Nacional	
30	Setiembre FM	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
31	Shell Uruguay S.A.	Industrias Manufactureras	Extranjero	
32	SUAT S.C.	Servicios Sociales y de Salud	Nacional	
33	Supermercados Disco	Comercio	Mixto	
34	TEA Deloitte & Touche	Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	Nacional	

35	TECHINT (Cía. Técnica Internacional)	Construcción	Extranjero	
36	Terminal Tres Cruces	Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	Nacional	
37	Teyma S.A.	Construcción	Mixto	
38	Universidad Católica del Uruguay	Enseñanza	Nacional	

Fuente: * DERES, ** América Economía, 2003.

ANEXO 4 - Membresía de la red regional del WBCSD (países incluidos en este estudio)

Notas: A - La representación del WBCSD en Guatemala y Perú es la organización afiliada a EMPRESA (pp. 56, 59)

B - Membresía de la red regional del WBCSD de países no incluidos en este estudio, se puede encontrar en www.wbcsd.org

ARGENTINA – Membresía de CEADS

	Miembro*	Miembro de la red EMPRESA
1	Acindar	
2	Aeropuertos Argentina 2000	sí
3	Aguas Argentinas	
4	Aguas Danone de Argentina	
5	Amanco	
6	Arcor	sí
7	Capsa	
8	CLIBA	
9	Construcciones Civiles	
10	DOW	
11	DUPONT	
12	Edenor	
13	Ford	
14	Garovaglio & Zorraquín	
15	GasNatural	
16	Grupo Minetti	
17	Loma Negra	
18	Masisa	
19	Metro Gas	
20	Minera Alumbreira	sí
21	Monsanto	
22	Pan American Energy	
23	Papel Prensa	
24	Petrobras	
25	Pirelli	
26	Pluspetro	
27	Repsol YPF	
28	SAFEGE	
29	SGS	
30	Solvay / Indupa	
31	Techint	
32	Tetra Pak	
33	TGS	
34	Transportadora de Gas del Norte	sí
35	Unilever	
36	Zurich	sí

Fuente: *www.ceads.org.ar

BRASIL – Membresía de CEBDS

	Miembro*
1	3M
2	ABB
3	Alcoa
4	Amanco
5	Aracruz Celulose
6	Banco do Nordeste do Brasil
7	Bayer
8	BP
9	Braskem
10	Bridgestone Firestone
11	Comgas
12	Companhia Siderurgica de Tubarao
13	Companhia Siderurgica Nacional
14	Copel
15	Copersucar
16	Copesul
17	Cosipa
18	Dannemann, Siemsen, Bigler e Ipanema Moreira
19	Degussa Brasil
20	Du Pont
21	Electrobras Termonuclear
22	Empresas Petroleo Ipiranga
23	FIRJAN
24	Furnas
25	GDK Energía
26	Gerdau
27	GlaxoSmithKline
28	Grupo Tristao
29	Grupo Votarantim
30	Holcim - Brasil
31	ICF Consulting
32	Lorentzen Empreendimentos
33	Michelin
34	Nestlé Brasil
35	NM Engenharia
36	Organizacoes Globo
37	Petrobras
38	Pirelli
39	Plantar
40	Real Café Soluvel do Brasil
41	Shell Brasil
42	Siemens
43	Solvay do Brasil
44	Souza Cruz
45	Syngenta

46	UNICA
47	USIMINAS
48	Vale do Rio Doce
49	Varig
50	Vega do Sul
51	Volkswagen do Brasil
52	White Martins
53	Xerox de Brasil

Fuente: * www.cebds.com

EL SALVADOR – Membresía de CEDES

	Miembro*	Miembro de la red EMPRESA
1	Arturo Tona, S.A. de C.V	
2	Avícola Salvadoreña	
3	Banco Agrícola, S.A.	sí
4	Banco de Comercio de El Salvador, S.A.	
5	Banco Hipotecario de El Salvador	
6	Bocadeli, S.A.	
7	British American Tobacco	
8	Cajas y Bolsas, S.A.	
9	Castañeda Gutiérrez y Asociados	
10	Cemento de El Salvador	
11	Corporación de Restaurantes y Hoteles	
12	Credomatic de El Salvador	
13	Cristiani Burkard, S.A. de C.V.	
14	Destilería Salvadoreña, S.A.	
15	El Diario de Hoy	
16	Esso Standard Oil, S.A. Ltd.	
17	Fertica, S.A.	
18	Fessic, S.A. de C.V.	
19	Freund, S.A. de C.V.	
20	Fundación Sigma	
21	Grupo Ecomillennium	
22	Grupo Freund	
23	Grupotaca	
24	Harisa, S.A.	
25	Homarca, S.A. de C.V.	
26	Industrias Consolidadas	
27	Industrias La Constancia	
28	Industrias Unisola, S.A.	
29	Insinca, S.A.	sí
30	Inversiones Roble	
31	La Casa Castro	
32	La Despensa S.A. de C.V.	
33	La Prensa Gráfica	
34	Lusal, S.A. de C.V.	
35	Molinos de El Salvador	
36	Normandia, S.A. de C.V.	
37	Panades S.A. de C.V.	
38	Proyectos de Ingeniería	
39	Shell El Salvador, S.A.	
40	Sherwin Williams, C.A.	
41	Tabacalera de El Salvador	
42	Teopan, S.A de C.V.	
43	Textufil, S.A. de C.V.	

44	Toto, S.A. de C.V.
45	Utopía, S.A. de C.V
46	Xerox El Salvador

Fuente: * www.cedes.org.sv

MÉXICO – Membresía de CESPEDES

	Miembro*	Miembro de la red EMPRESA
1	Grupo Alfa	sí
2	Apasco	sí
3	Cementos Chihuahua	
4	Cemex	sí
5	Du Pont	
6	ExxonMobil	
7	Ford	sí
8	Grupo Bimbo	sí
9	Grupo Domos	
10	Grupo Imsa	
11	Industrias Peñoles	sí
12	Industrias Vinícolas Pedro Domecq	
13	Kimberly Clark	
14	Pemex	
15	Pulsar Internacional	
16	Savia	
17	Smurfit Carton y Papel	
18	Tetra Pak	

Fuente: * www.cce.org.mx

MÉXICO – Membresía de CEDES (golfo de México)

	Miembro*	Miembro de la red EMPRESA
1	Armstrong Wood Products	
2	Baker Botts LLP	
3	Cielo Wind Power	
4	Conoco	
5	Dow Chemical	
6	MeadWestvaco	
7	Shell Chemicals	sí
8	Temple-Inland	
9	Thompson & Knight LLP	
10	TXU	
11	URS	

Fuente: * www.wbcds.org



NACIONES UNIDAS

Serie

CEPAL

medio ambiente y desarrollo

Números publicados

1. Las reformas del sector energético en América Latina y el Caribe (LC/L.1020), abril de 1997. E-mail: fsanchez@eclac.cl, haltomonte@eclac.cl
2. Private participation in the provision of water services. Alternative means for private participation in the provision of water services (LC/L.1024), mayo de 1997. E-mail: ajoravlev@eclac.cl
3. Management procedures for sustainable development (applicable to municipalities, micro region and river basins) (LC/L.1053), agosto de 1997. E-mail: adourojeanni@eclac.cl, rsalgado@eclac.cl
4. El Acuerdo de las Naciones Unidas sobre pesca en alta mar: una perspectiva regional a dos años de su firma (LC/L.1069), septiembre de 1997. E-mail: rsalgado@eclac.cl
5. Litigios pesqueros en América Latina (LC/L.1094), febrero de 1998. E-mail: rsalgado@eclac.cl
6. Prices, property and markets in water allocation (LC/L.1097), febrero de 1998. E-mail: tlee@eclac.cl, ajouralev@eclac.cl. Los precios, la propiedad y los mercados en la asignación del agua (LC/L.1097), octubre de 1998. E-mail: tlee@eclac.cl, ajouralev@eclac.cl
7. Sustainable development of human settlements: Achievements and challenges in housing and urban policy in Latin America and the Caribbean (LC/L.1106), March 1998. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](#)
Desarrollo sustentable de los asentamientos humanos: Logros y desafíos de las políticas habitacionales y urbanas de América Latina y el Caribe (LC/L.1106), octubre de 1998. dsimioni@eclac.cl [www](#)
8. Hacia un cambio de los patrones de producción: Segunda Reunión Regional para la Aplicación del Convenio de Basilea en América Latina y el Caribe (LC/L.1116 y LC/L.1116 Add/1), vols. I y II, en edición. E-mail: cartigas@eclac.cl, rsalgados@eclac.cl
9. La industria del gas natural y las modalidades de regulación en América Latina, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1121), abril de 1998. E-mail fsanchez@eclac.cl [www](#)
10. Guía para la formulación de los marcos regulatorios, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1142), agosto de 1998. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)
11. Panorama minero de América Latina: la inversión en la década de los noventa, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1148), octubre de 1998. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)
12. Las reformas energéticas y el uso eficiente de la energía en el Perú, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1159), noviembre de 1998. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)
13. Financiamiento y regulación de las fuentes de energía nuevas y renovables: el caso de la geotermia (LC/L.1162) diciembre de 1998. E-mail: mcoviello@eclac.cl [www](#)
14. Las debilidades del marco regulatorio eléctrico en materia de los derechos del consumidor. Identificación de problemas y recomendaciones de política, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1164), enero de 1999. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)
15. Primer Diálogo Europa-América Latina para la Promoción del Uso Eficiente de la Energía, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1187), marzo de 1999. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)
16. Lineamientos para la regulación del uso eficiente de la energía en Argentina, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1189), marzo de 1999. E-mail: fsanchez@eclac.cl [www](#)

17. Marco legal e institucional para promover el uso eficiente de la energía en Venezuela, Proyecto CEPAL/Comisión Europea “Promoción del uso eficiente de la energía en América Latina” (LC/L.1202), abril de 1999. E-mail: fsanchez@eclac.cl www
18. Políticas e instituciones para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe, José Antonio Ocampo (LC/L.1260-P), N° de venta: S.99.II.G.37 (US\$ 10.00), septiembre de 1999. E-mail: jocampo@eclac.cl www
19. Impactos ambientales de los cambios en la estructura exportadora en nueve países de América Latina y el Caribe: 1980-1995, Marianne Schaper (LC/L.1241/Rev.1-P), N° de venta: S.99.II.G.44 (US\$ 10.00), octubre de 2000. E-mail: mschaper@eclac.cl www
20. Marcos regulatorios e institucionales ambientales de América Latina y el Caribe en el contexto del proceso de reformas macroeconómicas: 1980-1990, Guillermo Acuña (LC/L.1311-P), N° de venta: S.99.II.G.26 (US\$ 10.00), diciembre de 1999. E-mail: gacuna@eclac.cl www
21. Consensos urbanos. Aportes del Plan de Acción Regional de América Latina y el Caribe sobre Asentamientos Humanos, Joan Mac Donald y Daniela Simioni (LC/L.1330-P), N° de venta: S.00.II.G.38 (US\$ 10.00), diciembre de 1999. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
Urban consensus. Contributions from the Latin America and the Caribbean Regional Plan of Action on Human Settlements, Joan Mac Donald y Daniela Simioni (LC/L.1330-P), Sales N°: E.00.II.G.38 (US\$ 10.00), June 2000. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
22. Contaminación industrial en los países latinoamericanos pre y post reformas económicas, Claudia Schatan (LC/L.1331-P), N° de venta: S.00.II.G.46 (US\$ 10.00), diciembre de 1999. E-mail: mschaper@eclac.cl www
23. Trade liberation and industrial pollution in Brazil, Claudio Ferraz and Carlos E.F. Young (LC/L.1332-P), Sales N°: E.00.II.G.47 (US\$ 10.00), diciembre de 1999. E-mail: mschaper@eclac.cl www
24. Reformas estructurales y composición de las emisiones contaminantes industriales. Resultados para México, Fidel Aroche Reyes (LC/L.1333-P), N° de venta: S.00.II.G.42 (US\$ 10.00), mayo de 2000. E-mail: mschaper@eclac.cl www
25. El impacto del programa de estabilización y las reformas estructurales sobre el desempeño ambiental de la minería de cobre en el Perú: 1990-1997, Alberto Pascó-Font (LC/L.1334-P), N° de venta: S.00.II.G.43, (US\$ 10.00), mayo de 2000. E-mail: mschaper@eclac.cl www
26. Servicios urbanos y equidad en América Latina. Un panorama con base en algunos casos, Pedro Pérez (LC/L.1320-P), N° de venta: S.00.II.G.95 (US\$ 10.00), septiembre de 2000. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
27. Pobreza en América Latina: Nuevos escenarios y desafíos de políticas para el hábitat urbano, Camilo Arraigada (LC/L.1429-P), N° de venta: S.00.II.G.107, (US\$ 10.00), octubre de 2000. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
28. Informalidad y segregación urbana en América Latina. Una aproximación, Nora Clichevsky (LC/L.1430-P), N° de venta: S.99.II.G.109 (US\$ 10.00), octubre de 2000. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
29. Lugares o flujos centrales: los centros históricos urbanos, Fernando Carrión (LC/L.1465-P), N° de venta: S.01.II.G.6 (US\$ 10.00), diciembre de 2000. E-mail: rjordan@eclac.cl www
30. Indicadores de gestión urbana. Los observatorios urbano-territoriales para el desarrollo sostenible. Manizales, Colombia, Luz Stella Velásquez (LC/L.1483-P), N° de venta: S.01.II.G.24 (US\$ 10.00), enero de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl www
31. Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental en América Latina y el Caribe: desafíos y factores condicionantes, Jean Acquatella (LC/L.1488-P), N° de venta: S.01.II.G.28 (US\$ 10.00), enero de 2001. E-mail: jacquatella@eclac.cl www
32. Contaminación atmosférica y conciencia ciudadana. El caso de la ciudad de Santiago, Cecilia Dooner, Constanza Parra y Cecilia Montero (LC/L.1532-P), N° de venta: S.01.II.G.77 (US\$ 10.00), abril de 2001. E-mail: dsimioni@eclac.cl www
33. Gestión urbana: plan de descentralización del municipio de Quilmes, Buenos Aires, Argentina, Eduardo Reese (LC/L.1533-P), N° de venta: S.01.II.G.78 (US\$ 10.00), abril de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl www
34. Gestión urbana y gobierno de áreas metropolitanas, Alfredo Rodríguez y Enrique Oviedo (LC/L.1534-P), N° de venta: S.01.II.G.79 (US\$ 10.00), mayo de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl www

35. Gestión urbana: recuperación del centro de San Salvador, El Salvador. Proyecto Calle Arce, Jaime Barba y Alma Córdoba (LC/L.1537-P), N° de venta: S.01.II.G.81 (US\$ 10.00), mayo de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
36. Consciência dos cidadãos o poluição atmosférica na região metropolitana de São Paulo - RMSP, Pedro Roberto Jacobi y Laura Valente de Macedo (LC/L.1543-P), N° de venta: S.01.II.G.84 (US\$ 10.00), mayo de 2001. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
37. Environmental values, valuation methods, and natural damage assessment, Cesare Dosi (LC/L.1552-P), Sales N°: E.01.II.G.93 (US\$ 10.00), June 2001. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
38. Fundamentos económicos de mecanismos de flexibilidad para la reducción internacional de emisiones en el marco de la Convención de cambio Climático (UNFCCC), Jean Acquatella (LC/L.1556-P), N° de venta: S.01.II.G.101 (US\$ 10.00), julio de 2001. E-mail: jacquatella@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
39. Fundamentos territoriales y biorregionales de la planificación, Roberto Guimarães (LC/L.1562-P), N° de venta: S.01.II.G.108 (US\$ 10.00), julio de 2001. E-mail: rguimaraes@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
40. La gestión local, su administración, desafíos y opciones para el fortalecimiento productivo municipal en Caranavi, Departamento de La Paz, Bolivia, Jorge Salinas (LC/L.1577-P), N° de venta: S.01.II.G.119 (US\$ 10.00), agosto de 2001. E-mail: jsalinas@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
41. Evaluación ambiental de los acuerdos comerciales: un análisis necesario, Carlos de Miguel y Georgina Núñez (LC/L.1580-P), N° de venta: S.01.II.G.123 (US\$ 10.00), agosto de 2001. E-mail: cdemiguel@eclac.cl y gnunez@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
42. Nuevas experiencias de concentración público-privada: las corporaciones para el desarrollo local, Constanza Parra y Cecilia Dooner (LC/L.1581-P), N° de venta: S.01.II.G.124 (US\$ 10.00), agosto de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
43. Organismos genéticamente modificados: su impacto socioeconómico en la agricultura de los países de la Comunidad Andina, Mercosur y Chile, Marianne Schaper y Soledad Parada (LC/L.1638-P), N° de venta: S.01.II.G.176 (US\$ 10.00), noviembre de 2001. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
44. Dinámica de valorización del suelo en el área metropolitana del Gran Santiago y desafíos del financiamiento urbano, Camilo Arriagada Luco y Daniela Simioni (LC/L.1646-P), N° de venta: S.01.II.G.185 (US\$ 10.00), noviembre de 2001. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
45. El ordenamiento territorial como opción de políticas urbanas y regionales en América Latina y el Caribe, Pedro Felipe Montes Lira (LC/L.1647-P), N° de venta: S.01.II.G.186, (US\$ 10.00), diciembre de 2001. E-mail: rjordan@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
46. Evolución del comercio y de las inversiones extranjeras e industrias ambientalmente sensibles: Comunidad Andina, Mercosur y Chile (1990-1999), Marianne Schaper y Valerie Onffroy de Vèrez (LC/L.1676-P), N° de venta: S.01.II.G.212 (US\$ 10.00), diciembre de 2001. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
47. Aplicación del principio contaminador-pagador en América Latina. Evaluación de la efectividad ambiental y eficiencia económica de la tasa por contaminación hídrica en el sector industrial colombiano, Luis Fernando Castro, Juan Carlos Caicedo, Andrea Jaramillo y Liana Morera (LC/L.1691-P), N° de venta: S.02.II.G.15, (US\$ 10.00), febrero de 2002. E-mail: jacquatella@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
48. Las nuevas funciones urbanas: gestión para la ciudad sostenible (varios autores) (LC/L.1692-P), N° de venta: S.02.II.G.32 (US\$ 10.00), abril de 2002. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
49. Pobreza y políticas urbano-ambientales en Argentina, Nora Clichevsky (LC/L.1720-P), N° de venta: S.02.II.G.31 (US\$ 10.00), abril de 2002. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
50. Políticas públicas para la reducción de la vulnerabilidad frente a los desastres naturales, Jorge Enrique Vargas (LC/L.1723-P), N° de venta: S.02.II.G.34 (US\$ 10.00), abril de 2002. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
51. Uso de instrumentos económicos para la gestión ambiental en Costa Rica, Jeffrey Orozco B. y Keynor Ruiz M. (LC/L.1735-P), N° de venta: S.02.II.G.45 (US\$ 10.00), junio de 2002. E-mail: jacquatella@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
52. Gasto, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en Argentina, Daniel Chudnovsky y Andrés López (LC/L.1758-P), N° de venta: S.02.II.G.70 (US\$ 10.00), octubre de 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)
53. Gasto, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en Costa Rica, Gerardo Barrantes (LC/L.1760-P), N° de venta: S.02.II.G.74 (US\$ 10.00), octubre de 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](http://www.eclac.cl)

54. Gasto, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en Colombia, Francisco Alberto Galán y Francisco Javier Canal (LC/L.1788-P), Sales N°: S.02.II.G.102 (US\$ 10.00), noviembre de 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](#)
55. Gasto, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en México, Gustavo Merino y Ramiro Tovar (LC/L.1809-P) N° de venta: S.02.II.G.102 (US\$ 10.00), noviembre de 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](#)
56. Expenditures, Investment and Financing for Sustainable Development in Trinidad and Tobago, Desmond Dougall and Wayne Huggins (LC/L.1795-P), Sales N°: E.02.II.G.107 (US\$ 10.00), November, 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](#)
57. Gasto, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en Chile, Francisco Brzovic (LC/L.1796-P), N° de venta: S.02.II.G.108 (US\$ 10.00), noviembre de 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](#)
58. Expenditures, Investment and Financing for Sustainable Development in Trinidad and Tobago, Desmond Dougall and Wayne Huggins (LC/L.1795-P), Sales N°: E.02.II.G.107 (US\$ 10.00), November, 2002. E-mail: cdemiguel@eclac.cl [www](#)
59. La dimensión espacial en las políticas de superación de la pobreza urbana, Rubén Kaztman (LC/L.1790-P) N° de venta: S.02.II.G.104 (US\$ 10.00), mayo de 2003. E-mail: dsimioni@eclac.cl [www](#)
60. Estudio de caso: Cuba. Aplicación de Instrumentos económicos en la política y la gestión ambiental, Raúl J. Garrido Vázquez (LC/L.1791-P), N° de venta: S.02.II.G.105 (US\$ 10.00), mayo de 2003. E-mail: jacquatella@eclac.cl [www](#)
61. Necesidades de bienes y servicios ambientales en las micro y pequeñas empresas: el caso mexicano, Lilia Domínguez Villalobos (LC/L.1792-P), N° de venta: S.02.II.G.106 (US\$ 10.00), mayo de 2003. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](#)
62. Gestión municipal para la superación de la pobreza: estrategias e instrumentos de intervención en el ámbito del empleo, a partir de la experiencia chilena, Daniel González Vukusich (LC/L.1802-P), N° de venta: S.02.II.G.115 (US\$ 10.00), abril de 2003. E-mail: rjordan@eclac.cl [www](#)
63. Necesidades de bienes y servicios para el mejoramiento ambiental de las pyme en Chile. Identificación de factores críticos y diagnóstico del sector, José Leal (LC/L.1851-P), N° de venta: S.03.II.G.15 (US\$ 10.00), marzo de 2003. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](#)
64. A systems approach to sustainability and sustainable development, Gilberto Gallopín (LC/L.1864-P), Sales N°: E.03.II.G.35 (US\$ 10.00), March, 2003. E-mail: ggallopin@eclac.cl [www](#)
Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico, Gilberto Gallopín (LC/L.1864-P), N° de venta: S.03.II.G.35 (US\$ 10.00), mayo de 2003. E-mail: ggallopin@eclac.cl [www](#)
65. Necesidades de bienes y servicios ambientales de las pyme en Colombia: identificación y diagnóstico Bart van Hoof (LC/L.1940-P), N° de venta: S.03.II.G.98 (US\$ 10.00), agosto, 2003. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](#)
66. Gestión urbana para el desarrollo sostenible de ciudades intermedias en el departamento de La Paz, Bolivia, Edgar Benavides, Nelson Manzano y Nelson Mendoza (LC/L.1961-P), N° de venta: S.03.II.G.118 (US\$ 10.00), agosto de 2003. E-mail: rjordan@eclac.cl [www](#)
67. Tierra de sombras: desafíos de la sustentabilidad y del desarrollo territorial y local ante la globalización corporativa, Roberto P. Guimarães (LC/L.1965-P), N° de venta: S.03.II.G.124 (US\$ 10.00), septiembre de 2003. [www](#)
68. Análisis de la oferta de bienes y servicios ambientales para abastecer las necesidades de las pyme en Chile. Base de datos y evaluación de potencialidades, José Leal (LC/L.1967-P), N° de venta: S.03.II.G.127 (US\$ 10.00), septiembre de 2003. [www](#)
69. Servicios públicos urbanos y gestión local en América Latina y El Caribe: problemas, metodologías y políticas, Ivonne Antúnez y Sergio Galilea O. (LC/L.1968-P), N° de venta: S.03.II.G.128 (US\$ 10.00), septiembre de 2003. [www](#)
70. Necesidades de bienes y servicios ambientales de las pyme en Colombia: oferta y oportunidades de desarrollo, Bart van Hoof (LC/L.1971-P), N° de venta: S.03.II.G.129 (US\$ 10.00), septiembre de 2003. [www](#)
71. Beneficios y costos de políticas públicas ambientales en la gestión de residuos sólidos: Chile y países seleccionados, José Concha Góngora (LC/L.1992-P), N° de venta: S.02.II.G.154 (US\$ 10.00), octubre de 2003. rguimaraes@eclac.cl [www](#)
72. La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible, Georgina Núñez (LC/L.2004-P), N° de venta: S.02.II.G.165 (US\$ 10.00), noviembre de 2003. gnunez@eclac.cl [www](#)

73. Elementos claves y perspectivas prácticas en la gestión urbana actual, Francisco Sagredo Cáceres y Horacio Maximiliano Carbonetti (LC/L.2015-P), N° de venta: S.03.II.G.176 (US\$ 10.00), noviembre de 2003. rjordan@eclac.cl [www](#)
74. Análisis comparativo de las necesidades ambientales de las pyme en Chile, Colombia y México, Ursula Araya (LC/L.2016-P), N° de venta: S.03.II.G.177 (US\$ 10.00), noviembre de 2003. mschaper@eclac.cl [www](#)
75. Pobreza y acceso al suelo urbano. Algunas interrogantes sobre las políticas de regularización en América Latina, Nora Clichevsky (LC/L.2025-P), N° de venta: S.03.II.G.189 (US\$ 10.00), noviembre de 2003. [www](#)
76. Integración, coherencia y coordinación de políticas públicas sectoriales (reflexiones para el caso de las políticas fiscal y ambiental), Juan Carlos Lerda, Jean Acquatella y José Javier Gómez (LC/L.2026-P), N° de venta: S.03.II.G.190 (US\$ 10.00), diciembre de 2003. [www](#)
77. Demanda y oferta de bienes y servicios ambientales por parte de la pyme: el caso argentino, Martina Chidiak (LC/L.2034-P), N° de venta: S.03.II.G.198 (US\$ 10.00), diciembre de 2003. [www](#)
78. Cláusulas ambientales y de inversión extranjera directa en los tratados de libre comercio suscritos por México y Chile, Mauricio Rodas (LC/L.2038-P), N° de venta: S.03.II.G.204 (US\$ 10.00), diciembre de 2003. [www](#)
79. Oferta de bienes y servicios ambientales para satisfacer las necesidades de micro y pequeñas empresas: el caso mexicano, David Romo (LC/L.2065-P), N° de venta: S.04.II.G.8 (US\$ 10.00), enero de 2004. [www](#)
80. Desafíos y propuestas para la implementación más efectiva de instrumentos económicos en la gestión de América Latina y el Caribe: el caso de Perú, Raúl A. Tolmos (LC/L.2073-P), N° de venta: S.04.II.G.16 (US\$ 10.00), febrero de 2004. [www](#)
81. Desafíos y propuestas para la implementación más efectiva de instrumentos económicos en la gestión de América Latina y el Caribe: el caso de Argentina, Eduardo Beaumont Roveda (LC/L.2074-P), N° de venta: S.04.II.G.17 (US\$ 10.00), febrero de 2004. [www](#)
82. Microcrédito y gestión de servicios ambientales urbanos: casos de gestión de residuos sólidos en Argentina, Martina Chidiak y Néstor Bercovich (LC/L.2084-P), N° de venta: S.04.II.G.23 (US\$ 10.00), marzo de 2004. E-mail: mschaper@eclac.cl [www](#)
83. El mercado de carbono en América Latina y el Caribe: balance y perspectivas, Lorenzo Eguren C. (LC/L.2085-P), N° de venta: S.04.II.G.24 (US\$ 10.00), marzo de 2004. E-mail: jacquatella@eclac.cl [www](#)
84. Technological evaluation of biotechnology capability in Amazon institutions, Marília Coutinho (LC/L.2086-P), N° de venta: S.04.II.G.25 (US\$ 10.00), marzo, 2004. E-mail: jgomez@eclac.cl [www](#)
85. Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, María Emilia Correa, Sharon Flynn y Alon Amit (LC/L.2104-P), N° de venta: S.04.II.G.42 (US\$ 10.00), abril de 2004. E-mail: gnunez@eclac.cl [www](#)

- El lector interesado en adquirir números anteriores de esta serie puede solicitarlos dirigiendo su correspondencia a la Unidad de Distribución, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile, Fax (562) 210 2069, correo electrónico: publications@eclac.cl.

[www](#) Disponible también en Internet: <http://www.cepal.org/> o <http://www.eclac.org>

Nombre:.....

Actividad:.....

Dirección:.....

Código postal, ciudad, país:.....

Tel.:Fax:E.mail:.....