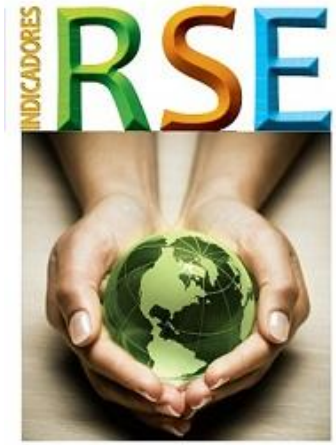
ACDE
ASOCIACION CRISTIANA
DE DIRIGENTES DE EMPRESA

UNIAPAC en URUGUAY

DERES
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

13a. Edición – 2015



Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)

Comisión de RSE de ACDE

Apoyo académico

Universidad Católica del Uruguay 30 años

INDICE

PRÓLOGO	Página 3.
Capítulo 1: Orientaciones para la lectura del informe	Página 4
Capítulo 2: Perfil del Universo	Página 7
Capítulo 3: Indicadores generales sobre gestión de la RSE	Página 11
Capitulo 4: Evaluación en cada indicador	Página 14
Capítulo 5: Análisis comparativos	Página 35
Capítulo 6: Informe privado de la empresa	Página 38

PRÓLOGO

Presentamos aquí los resultados de la 13º edición del IRSE, que también es la tercera desde que en 2013 se reformuló el cuestionario para alinearlo con las orientaciones de la guía ISO 26.000. Queremos aprovechar este informe para aportar algunas ideas acerca de cómo potenciar el uso de esta herramienta mediante su conexión con esta guía.

Como toda herramienta, el IRSE tiene varias limitaciones, entre las que destaca el hecho de que es un cuestionario estandarizado que no contempla las características específicas de cada empresa. Estas características refieren al tipo de empresa, giro y tamaño; pero también a la forma como cada empresa concibe su RSE (no debemos olvidar que no existe una RSE universal). Esta es la razón por la que entre las respuestas se incluye la opción NO APLICA. En función de esta situación entendemos necesario que cada empresa adapte el IRSE a sus peculiaridades; es decir, que suprima indicadores que no aplican e incorpore indicadores que no se encuentran en el cuestionario.

La fuente de inspiración para identificar otros indicadores es la guía ISO 26.000. Pero esta guía es un documento muy complejo, en el que las responsabilidades de las empresas no son fácilmente identificables. Por esta razón resulta necesario "aprender a navegar" dentro de ella. En ese sentido, el nuevo diseño del IRSE lo convierte en un instrumento útil para interpretar los contenidos de la ISO 26.000, porque los resultados se presentan organizados por stakeholder y, dentro de cada stakeholder, en base a áreas temáticas que coinciden las materias fundamentales y asuntos en que la ISO 26.000 clasifica las responsabilidades de las empresas. Es decir, es fácil conectar el IRSE con la guía ISO 26.000.

Esta guía tiene como dificultad adicional el hecho de que las responsabilidades no se encuentran organizadas en listados estructurados, ni redactadas en forma más o menos consistente. Esto dificulta la identificación y comprensión de cada una de las responsabilidades incluidas en ella. En cambio, los indicadores del IRSE son claros y fáciles de comprender. Como todos estos indicadores tienen una contrapartida en la ISO 26.000, es posible ubicarlos en este documento. Y, por diferencia, descubrir las responsabilidades incluidas en la ISO 26.000 que no están contempladas en el IRSE. De esta forma el IRSE ayuda a identificar y considerar responsabilidades no incluidas en su cuestionario estandarizado.

Tal como hemos señalado en otras oportunidades, el IRSE se puede utilizar para múltiples fines que complementan a la evaluación en sí misma. Entre estos fines se encuentra el ayudar a las empresas a conocer los impactos de sus actividades y a definir sus responsabilidades. Pero para alcanzar este fin no alcanza con el IRSE. Es imprescindible conocer la ISO 26.000 y sus orientaciones. En ese sentido, creemos que existe una importante sinergia entre ambos instrumentos. Esta es la razón por la cual creemos que las empresas que ya acumularon experiencia en la aplicación del IRSE (y en la interpretación de sus resultados) están en inmejorables condiciones para sacar provecho de la ISO 26.000.

CAPÍTULO 1: ORIENTACIONES PARA LA LECTURA DEL INFORME

A continuación se presenta una breve descripción de los contenidos de cada uno de los capítulos de este informe y se aportan algunas explicaciones, que serán de utilidad para la lectura e interpretación de la información incluida en cada uno de ellos.

Perfil de las empresas participantes. Para describir este perfil, en el capítulo 2 se presenta la distribución porcentual de las empresas en función de seis variables clasificatorias: tipo de empresa (privada, estatal, asociación civil, etc.), el giro (industrial, servicios, comercio y agro); el tamaño (medido en función del número de integrantes); el origen del capital (internacional, nacional o mixto), el tipo de capital (abierto o cerrado) y el mercado principal al que se dirige la empresa (externo, todo el Uruguay, sólo Montevideo, etc.). Las tres primeras variables se utilizan más adelante para realizar un análisis del desempeño entre distintos segmentos de empresas.

Indicadores generales sobre gestión de la RSE. En el capítulo 3 se presentan los resultados de la información que se completó en el punto IV del formulario, titulado "*Información relacionada con las prácticas de RSE".* Las respuestas posibles eran SI o NO (es decir, aplica o no aplica la práctica). En las gráficas que ilustran las respuestas se representa únicamente el porcentaje de empresas que aplican cada práctica. Por otra parte, las 11 prácticas están divididas en cuatro categorías temáticas: 1) incorporación de la RSE a la estrategia de la empresas; 2) gestión de la RSE; 3) documentos relacionados con la RSE (código de ética, reporte social) y 4) involucramiento con la comunidad y voluntariado corporativo.

Importancia de los stakeholders. En el capítulo 3, la gráfica 3.5 se resumen las respuestas a la tabla del punto V: *"importancia relativa de los stakeholders*". En esta tabla se pide ordenar los stakeholders del primero al octavo. Para los cálculos se asignaron ocho puntos al stakeholder nombrado en primer lugar, siete al segundo, etc. Luego se calculó el puntaje medio obtenido por cada stakeholder entre el total de empresas. La gráfica representa esos promedios.

Evaluación de cada indicador. En el capítulo 4 se presentan la evaluación registrada en cada uno de los 109 indicadores que forman parte del formulario. Esta información se presenta de la siguiente manera:

1) Está organizada en ocho partes, que se corresponden con la división del formulario en función de las prácticas hacia los ocho stakeholders.

2) Los indicadores correspondientes a cada stakeholder están agrupados en función de áreas temáticas. En la mayor parte de los casos, estas categorías corresponden a "asuntos" temáticos presentes en la Guía de RSE ISO 26.000. A modo de ejemplo, los 28 indicadores sobre la relación con los trabajadores están agrupados en cinco áreas temáticas: 1) trabajo y relaciones laborales; 2) condiciones de trabajo y protección social; 3) diálogo social; 4) salud y seguridad ocupacional y 5) desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

3) Los indicadores refieren a PRÁCTICAS y se evalúan en función de la existencia de ACCIONES y/o de POLÍTICAS referidas a ellas. Para evaluar cada práctica se utilizan seis categorías de respuesta, cada una de las cuales constituye un NIVEL DE AVANCE superior al anterior. Esas categorías son:

	NA	No aplica a la empresa
	A	No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLÍTICA.
	B	Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLÍTICA que las incluya.
	C	Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLÍTICA sobre el tema.
	D	Tenemos una POLÍTICA y comenzamos a alinear las ACCIONES, para que sean consistentes con la misma.
	E	Tenemos una POLÍTICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES.
	F	Tenemos una POLÍTICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa.

4) Las respuestas con las evaluaciones de cada indicador son presentadas mediante una distribución de porcentajes. A los efectos de simplificar la lectura e interpretación de las gráficas, las seis posibles respuestas (de la A a la F) se agruparon en tres: a) **no tiene políticas** (A, B y C), b) **tiene políticas** (D y E) y c) **tiene políticas integradas a la estrategia**. Las dos tablas siguiente presentan el ejemplo del indicador TRAB 22 "Facilitar el adecuado equilibrio entre vida laboral y familiar". Los resultados de este indicador están representados en la gráfica 4.5.

Nº	INDICADOR	NA	A	B	C	D	E	F	Total
TRAB22	Facilitar el adecuado balance entre vida laboral y familiar de sus trabajadores.	0%	2%	13%	25%	11%	21%	29%	100%

Nº	INDICADOR	NA	No tiene políticas	Tiene políticas	Tiene políticas integradas a estrategia	Total
TRAB22	Facilitar el adecuado balance entre vida laboral y familiar de sus trabajadores.	0%	39%	32%	29%	100%

El promedio como medida de resumen para hacer comparaciones. A los efectos hacer comparaciones de resultados (entre stakeholders, entre segmentos de empresas, etc.) es necesario contar con medidas de resumen, ya que las distribuciones porcentuales de varios indicadores no se pueden promediar. Desde el punto de vista estadístico, la variable utilizada en el formulario para evaluar cada uno de los 109 indicadores es una variable ORDINAL y NO NUMÉRICA. No obstante ello, se optó por emplear la "media" o promedio simple de cada distribución. Para el cálculo de la media se asignó a la categoría A el valor 1, a la categoría B el valor 2 y así sucesivamente hasta llegar a la categoría F, a la que se asignó el valor 6. Al aplicar este criterio fue posible obtener una medida de resumen para cada stakeholder. Así, por ejemplo (ver gráfica 5.1) los once indicadores correspondientes a ACCIONISTAS obtuvieron un promedio de 5,3 y los 29 correspondientes a los TRABAJADORES promedian un 4.7.

Resultados individuales. En el capítulo 6 se presentan los resultados de cada empresa, que son privados y confidenciales. Por lo tanto este capítulo es diferente en cada informe. El desempeño de cada empresa se presenta de tres formas diferentes:

1) Distribución de indicadores. En primer lugar se incluye una gráfica en la cual se establece el porcentaje de los 109 indicadores en función de si la empresa: a) no cuenta con políticas, b) cuenta con políticas, c) cuenta con políticas integradas a la estrategia y d) no aplica. También incluye una gráfica en la que se presenta esta misma distribución al interior de los indicadores correspondientes a cada stakeholder.

2) Tablas de resultados por indicador. En el capítulo 6 se incluyen tablas con la distribución de respuestas (de la A a la F) obtenidas en cada indicador. En estas tablas se marca con color gris la categoría en que se ubicó la empresa.

3) Comparación con empresas del mismo segmento. El capítulo 6 culmina con gráficas que comparan el desempeño de la empresa en cada indicador, con el de empresas de su mismo tamaño y giro. En este caso se utiliza otra medida de tendencia central: la mediana. Este valor indica la categoría (desde la A hasta la F) en que se ubica el 50% de las empresas.

Aclaración sobre el total de empresas consideradas en las estadísticas generales. Los cálculos de este informe están hechos sobre las 56 empresas que entregaron la información en fecha. Dado que finalmente participaron 61 empresas, es probable que alguno resultados presentarían cambios si se las incluyera.

CAPÍTULO 2: PERFIL DEL UNIVERSO (*)

1. PERFIL GENERAL

En este capítulo se describen las principales características del universo de las empresas que participaron en esta edición del IRSE. Este universo se caracteriza por:

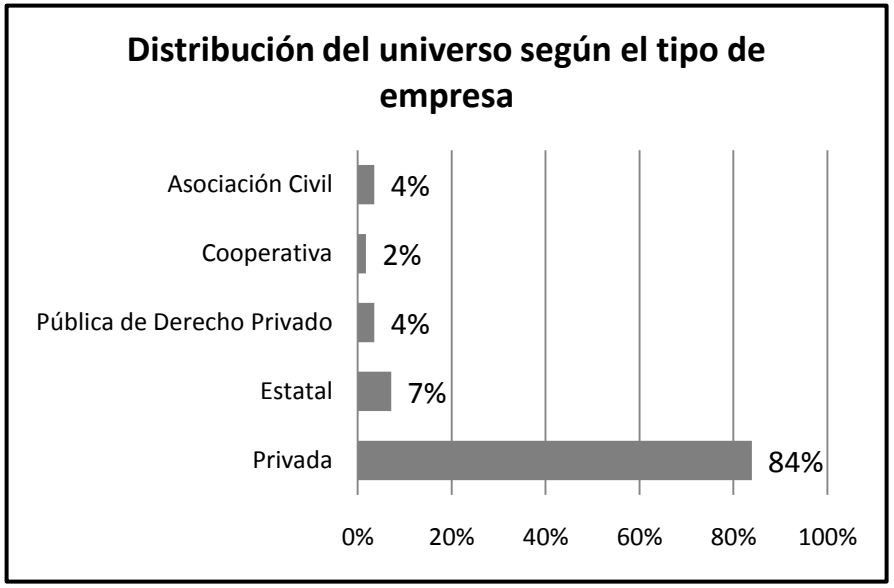
a) Un amplio predominio de las empresas privadas (84%).

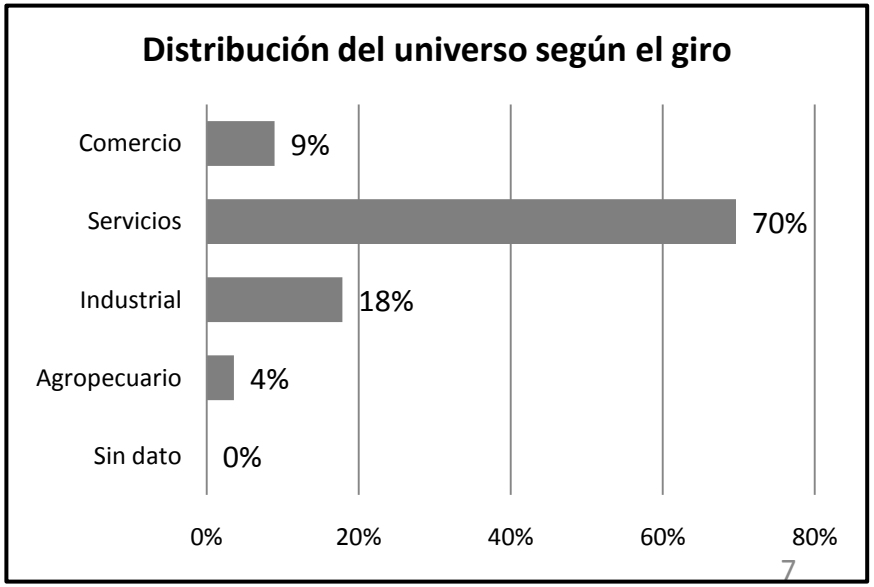
b) Algo menos de los dos tercios son empresas de servicios y el resto se divide entre empresas industriales (18%), del sector comercio (9%) y del agro (4%).

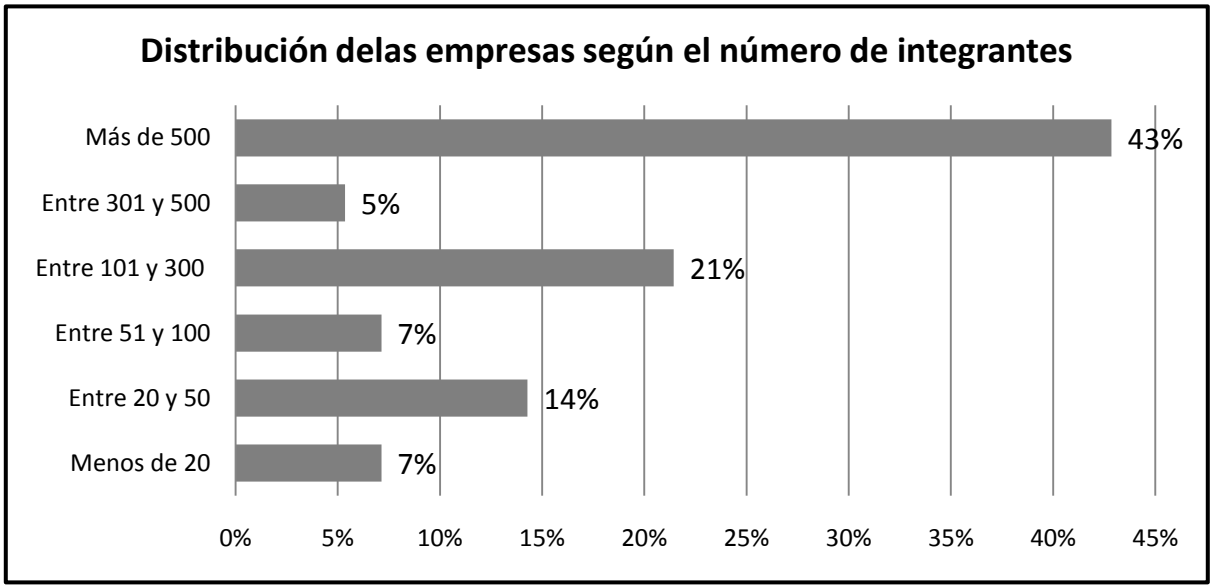
c) Existe dispersión en materia de tamaños. El 21% son PyMEs (según el criterio usado en Uruguay: hasta 50 integrantes), el 7% tienen entre 50 y 100 integrantes, el 26% son grandes de tamaño medio (100 a 500 empleados) y el 43% tiene más de 500 integrantes.

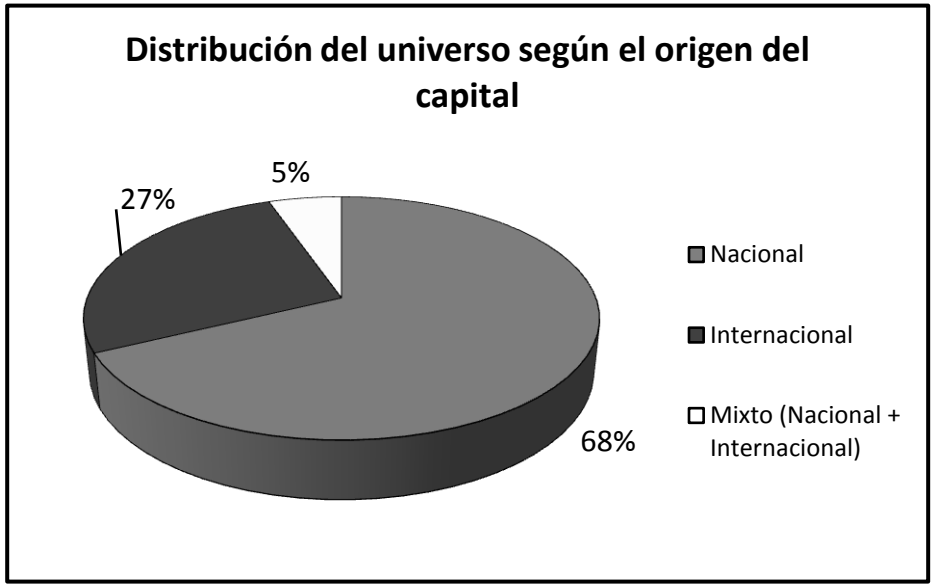
d) El 68% son empresas nacionales, el 27% son internacionales, mientras que solamente el 5% son empresas de capitales mixtos.

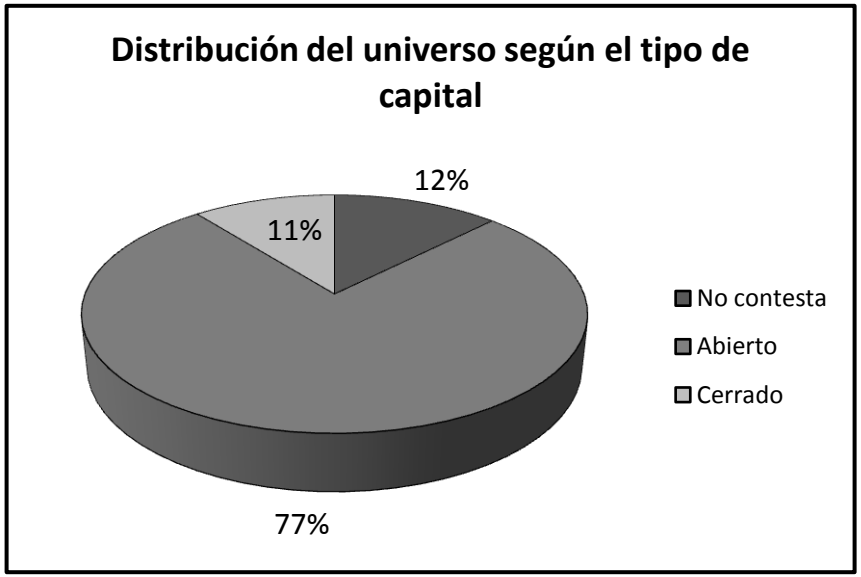
e) El 77% de las empresas son de capital cerrado.






Distribución delas empresas según el número de integrantes
Más de 500
Entre 301 y 500
Entre 101 y 300
Entre 51 y 100
Entre 20 y 50
Menos de 20
43%
5%
21%
7%
14%
7%
0%
5%
10%
15%
20%
25%
30%
35%
40%
45%


Distribución del universo según el origen del capital
27%
5%
68%
Nacional
Internacional
Mixto (Nacional + Internacional)


Distribución del universo según el tipo de capital
12%
11%
77%
No contesta
Abierto
Cerrado

3. EMPRESAS PARTICIPANTES

1	ADA S.A.	15	CARLE & ANDRIOLI – Cdores Públicos	29	ESTUDIO BONOMI S.R.L.
2	ADMINISTRACION NACIONAL DE CORREOS	16	CARRASCO LAWN TENNIS	30	ESTUDIO M
3	ADVICE	17	CEMENTOS ARTIGAS S.A.	31	FERNÁNDEZ & ROMAY
4	AGRO EMPRESA FORESTAL	18	CIA. CIBELES S.A.	32	GERDAU
5	ANCAP	19	CIRCULO CATOLICO DE OBREROS DEL URUGUAY	33	GRAMON BAGO DE URUGUAY S.A.
6	ANTEL	20	CITA S.A.	34	GRUPO BIMBO
7	ASOCIACIÓN NACIONAL DE AFILIADOS (ANDA)	21	CITRICOLA SALTEÑA S.A	35	GRUPO TRANSAMERICAN
8	AUTOMOVIL CLUB DEL URUGUAY	22	COMPAÑIA COOPERATIVA DE SEGUROS SURCO	36	GUÍA PRÁCTICA DEL ADMINISTRADOR
9	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	23	CONSULTORIO DR. SARTORI	37	HRU S.A.
10	BANCO ITAÚ	24	COT S.A.	38	IBM DEL URUGUAY S.A.
11	BIC URUGUAY S.A.	25	CUTCSA	39	INGENER S.A.
12	BILPA S.A.	26	DE LARROBLA & ASOCIADOS	40	KPMG
13	CAMEC	27	EFICE S.A.	41	LABORATORIO TECNOLOGICO DEL URUGUAY
14	CAMPIGLIA CONSTRUCCIONES	28	ESTABLECIMIENTO JUANICO S.A.	42	LIMPORT SERVICIO INTEGRAL

43	Mc DONALD´S URUGUAY	58	SIEMBRASUR S.A.		
44	MEDILAB	59	SuntentaRSE		
45	MOVISTAR	60	TAYM S.A. – Sucursal Uruguay		
46	Mr. BRICOLAGE	61	TERMINAL SHOPPING TRES CRUCES		
47	NORTE CONSTRUCCIONES S.A.	62	TEYMA URUGUAY S.A.		
48	OROFINO S.A.	63	UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL URUGUAY		
49	OSE	64	UTE		
50	PRECODATA S.A.	65	ZONAMERICA		
51	PRONTO!				
52	REPÚBLICA AFAP				
53	SACEEM				
54	SANATORIO SEMM – MAUTONE				
55	SC JOHNSON & SON DE URUGUAY S.A.				
56	SECOM				
57	SEMM				

CAPÍTULO 3: INDICADORES GENERALES SOBRE LA GESTIÓN DE LA RSE

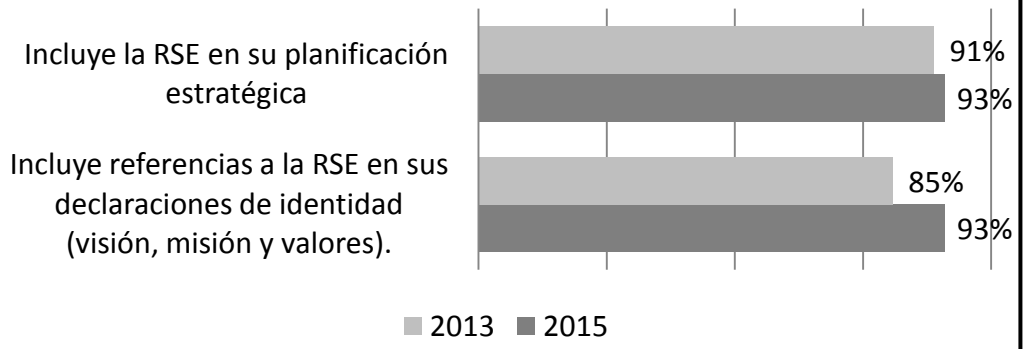
El formulario incluye cuatro grupo de indicadores que permiten tener un panorama general de la forma como cada empresa gestiona su RSE.

En las gráficas se presenta la información sobre estos indicadores y se la compara con la registrada en 2013, cuando se aplicó por primera vez el nuevo formulario del IRSE. *En casi todos los casos se registró un leve incremento de respuestas positivas.*

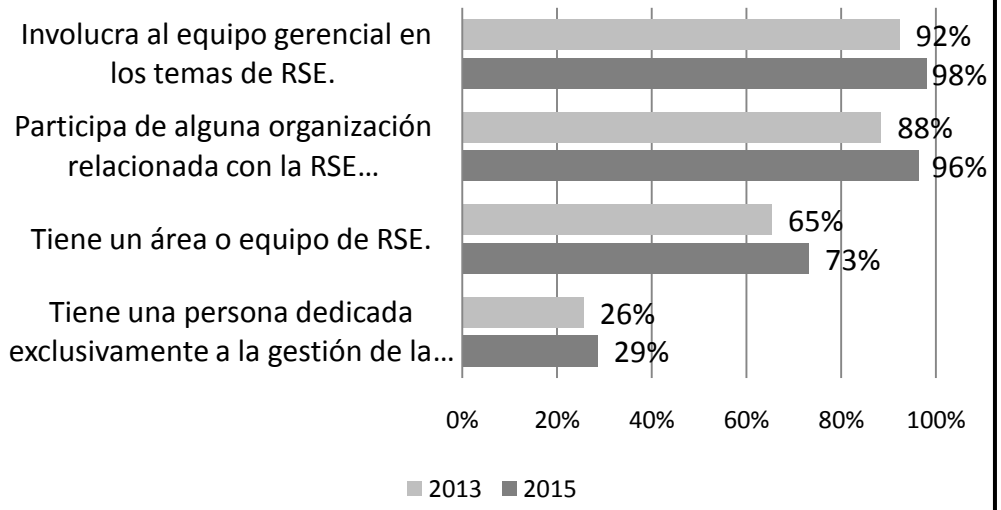
La RSE en la estrategia. La primera gráfica permite observar que la casi totalidad de las empresas incluyen referencias a la RSE en sus definiciones de identidad (visión, misión y valores) y la incluyen en su planificación estratégica. También puede allí observarse que en ambos indicadores se registró un leve incremento entre 2013 y 2015.

La gestión de la RSE. La casi totalidad de las empresas (98%) involucra al equipo gerencial en los temas de RSE; el 73% de ellas han creado áreas o equipos de RSE y el 29% posee una persona dedicada exclusivamente al tema. Además, el 96% participa en alguna organización que promueve la RSE

Gráfica 3.1 Indicadores sobre incorporación de la RSE a la estrategia



Gráfica 3.2 Indicadores específicos sobre gestión de la RSE



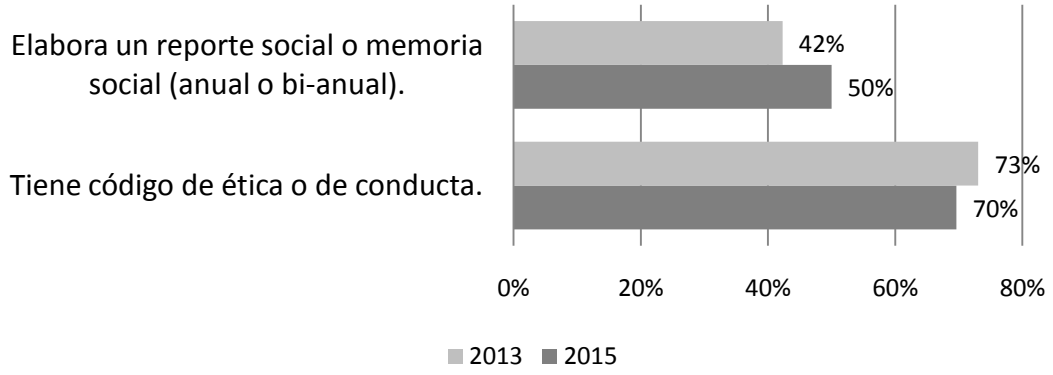
Documentos relacionados con la RSE. En la gráfica 3.3 se observa que algo menos de las tres cuartas partes de las empresas cuenta con un código de ética y que la mitad elabora reportes en los que comunica o rinde cuentas sobre su RSE.

Involucramiento con la comunidad. La Guía ISO 26.000 propone que la RSE hacia la comunidad trascienda las actividades meramente asistencialistas de carácter puntual y que, entre otras cosas, se canalice la inversión social de las empresas hacia el fortalecimiento de las organizaciones sociales y de la comunidad. Una forma de hacerlo consiste en establecer relaciones de colaboración permanentes con este tipo de instituciones. El 91% de las empresas establece este tipo de relaciones.

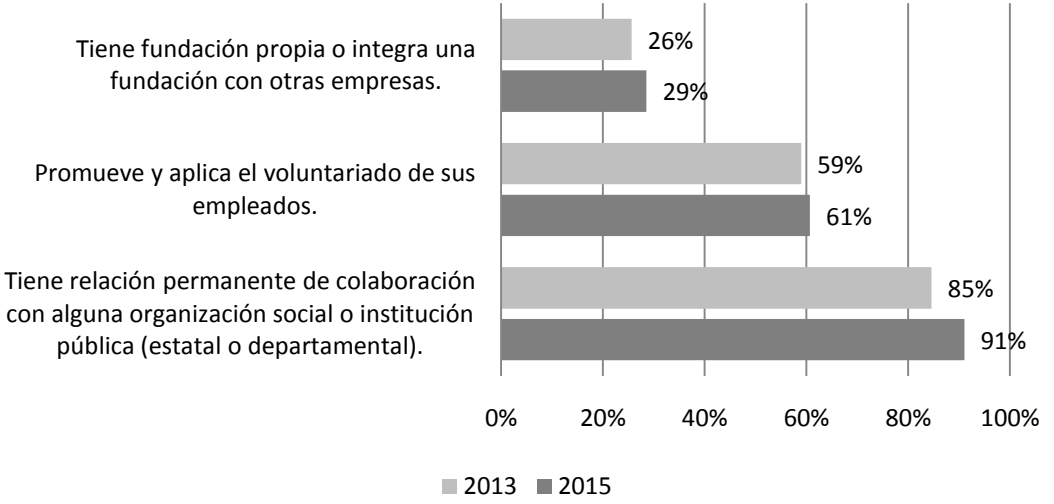
Voluntariado corporativo. Está ampliamente demostrado que el voluntariado corporativo genera beneficios para los voluntarios, las organizaciones en cuyo apoyo se materializa y para las propias empresas. El 61% de las empresas lo promueve y aplica.

Fundaciones. Algo más de la cuarta parte de las empresas tiene fundación propia o integra en una fundación con otras empresas.

Gráfica 3.3 Indicadores sobre documentos relacionados con la RSE



Gráfica 3.4 Indicadores sobre involucramiento con la comunidad y voluntariado corporativo



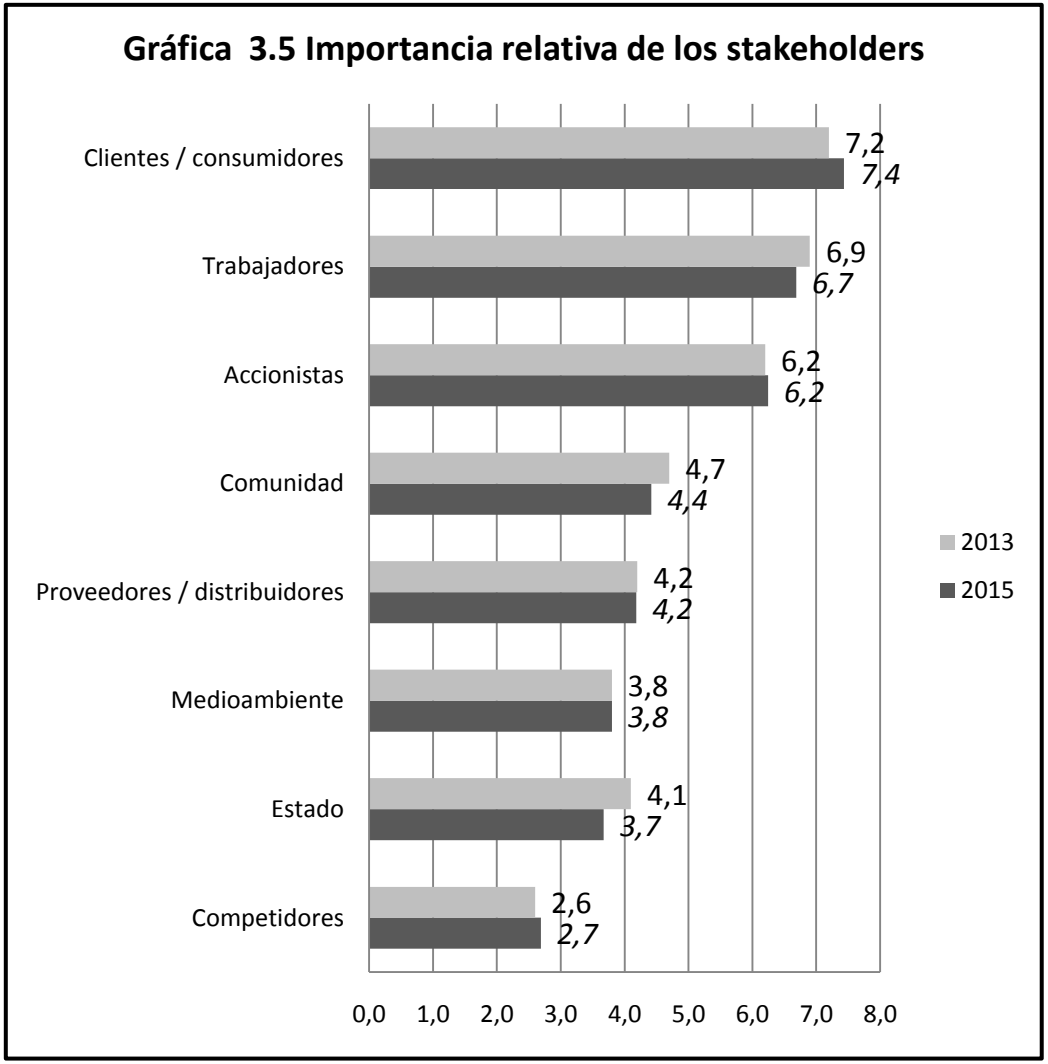
Importancia de los stakeholders.

Cada empresa indicó la importancia relativa que asigna a cada uno de los ocho stakeholders incluidos en el formulario de autoevaluación. Para ello asignó 8 puntos al más importante, 7 al segundo y así en forma sucesiva hasta el menos importante, al que se asignó un solo punto.

A los efectos de presentar los resultados en forma sencilla se calculó el puntaje medio obtenido por cada stakeholder.

En la gráfica 3.5 se presentan los resultados obtenidos en 2015 y 2013. Allí se observa que, en opinión de quienes completaron el formulario en ambas mediciones, los clientes y los trabajadores son los stakeholders más importantes, aunque la distancia a favor de los clientes se incrementó. Algo por debajo de ellos, se encuentran los accionistas.

En el otro extremo, el medioambiente y los competidores son los menos importantes. Apenas un poco mejor están el Estado y los proveedores/ distribuidores. La Comunidad se ubica en cuarto lugar, pero bastante por debajo de los tres primeros.



CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN EN CADA INDICADOR

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se presenta un resumen de los resultados generales de la evaluación. Estos resultados se desagregan por stakeholder. Dentro de cada stakeholder, los indicadores se agrupan en función de categorías temáticas. En algunos casos esas categorías coinciden con la división en materias y asuntos propuestos en la ISO 26.000.

Las respuestas se agregan en tres categorías, a los efectos de simplificar la presentación de los datos. La primera agrega las respuestas A, B y C. Las empresas ubicadas aquí son las que no realizan acciones en la práctica considerada en el indicador o si lo hacen, no tienen políticas que las orienten. La segunda agrega las empresas que tienen políticas, tanto las que recién comenzaron a alinear sus acciones en torno a las mismas (D), como las que ya lo han hecho (E). Finalmente, la tercera categoría incluye a las empresas que poseen políticas sobre este tema y las han alineado con su estrategia (F).

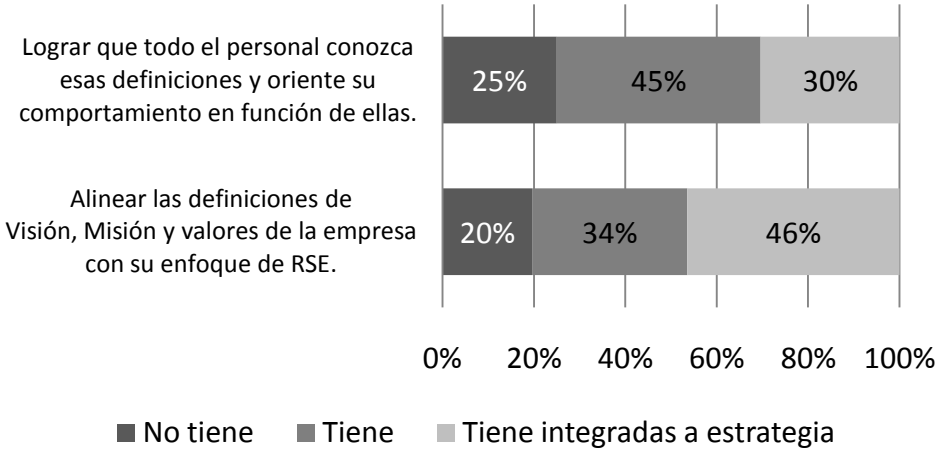
I. ACCIONISTAS

1. Desarrollo de la RSE en la empresa. Una de las principales responsabilidades hacia los accionistas es la introducción de la RSE en la empresa. **La gráfica 4.1** muestra que el 80% de las empresas cuenta con políticas destinadas a alinear las definiciones de visión, misión y valores con su enfoque de RSE y, además que el 75% de las empresas tiene políticas dirigidas a asegurar que todo el personal conozca e incorpore esas definiciones a su práctica cotidiana.

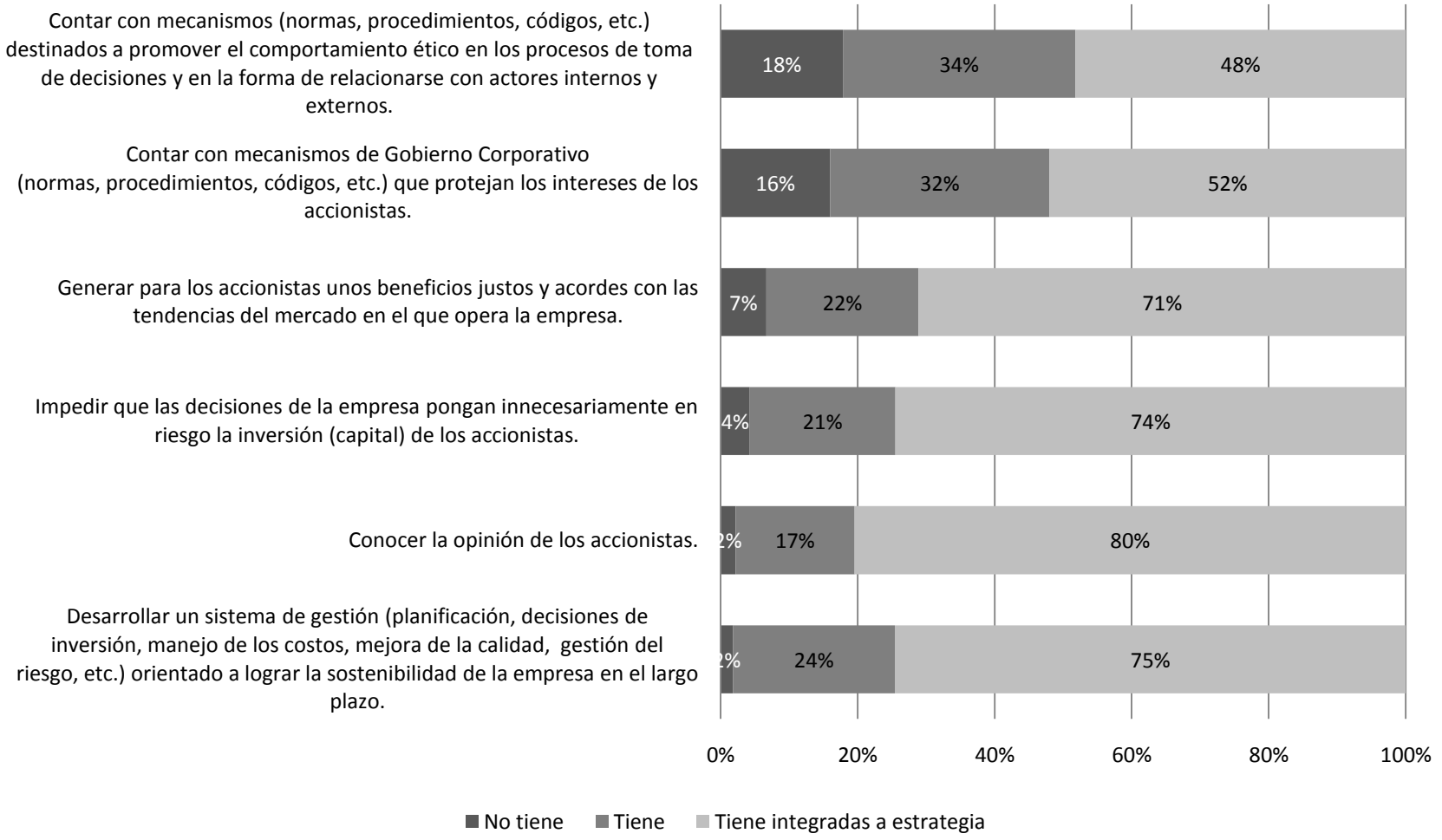
2. Gestión responsable. Una responsabilidad básica de los administradores hacia los accionistas es la gestión responsable de su patrimonio. El IRSE evalúa esta gestión mediante seis indicadores. En la gráfica 4.2 se observa que la gestión responsable está fuertemente incorporada a las políticas y la estrategia. El menor avance se registra en los dos indicadores relativos a la creación de mecanismos para promover el comportamiento ético y proteger los intereses de los accionistas.

3. Comportamiento ético. La RSE depende del comportamiento ético de las personas que integran la empresa. En este tema existe un grado levemente mayor aún de incorporación a la estrategia. El mayor rezago relativo se registra en las prácticas relacionadas con el manejo de los conflictos de interés y con evitar los abusos destinados a obtener ventajas particulares.

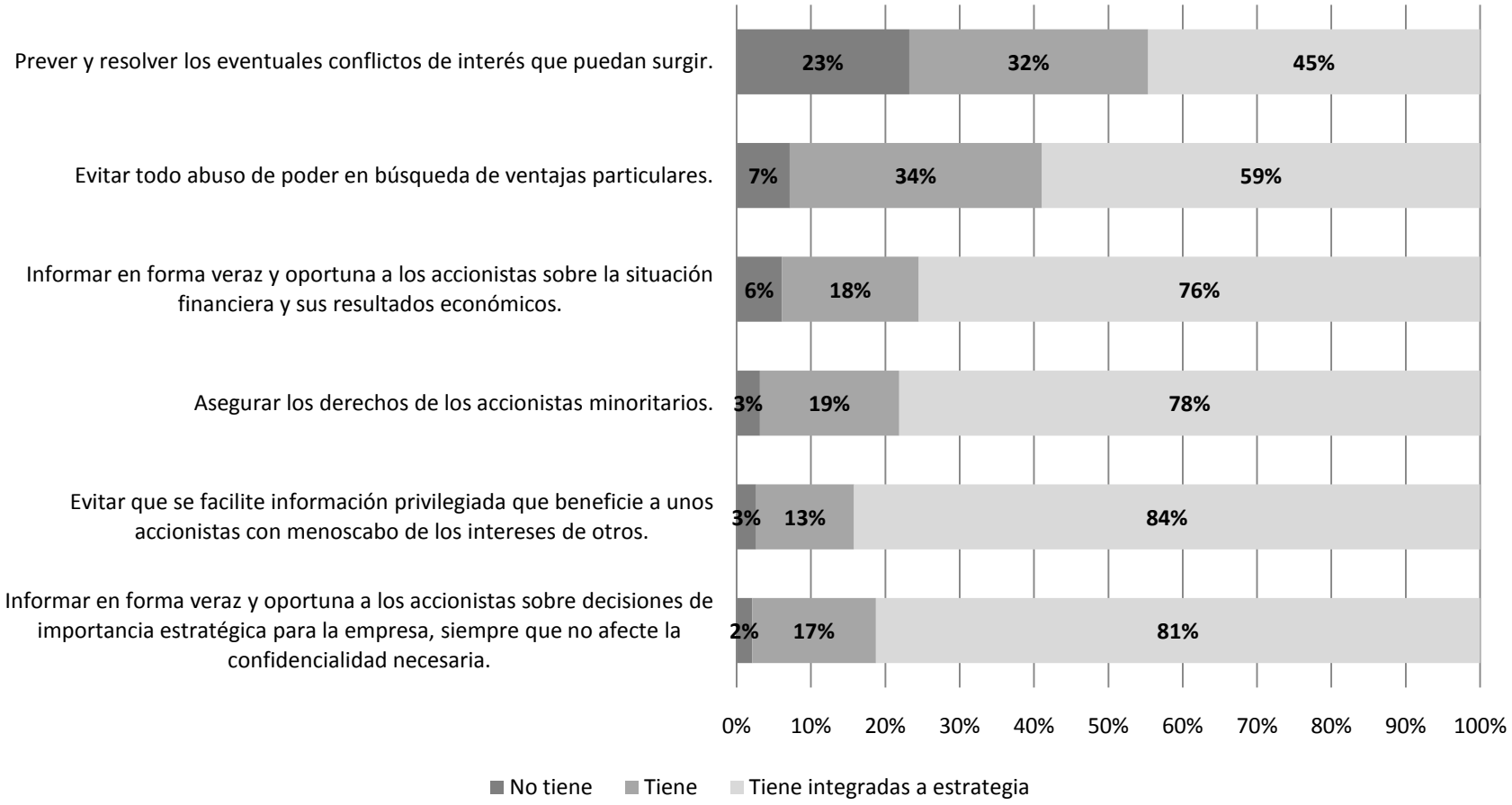
Gráfica 4.1 Desarrollo de la RSE en la empresa



Gráfica 4.2 Gestión responsable



Gráfica 4.3 Comportamiento ético



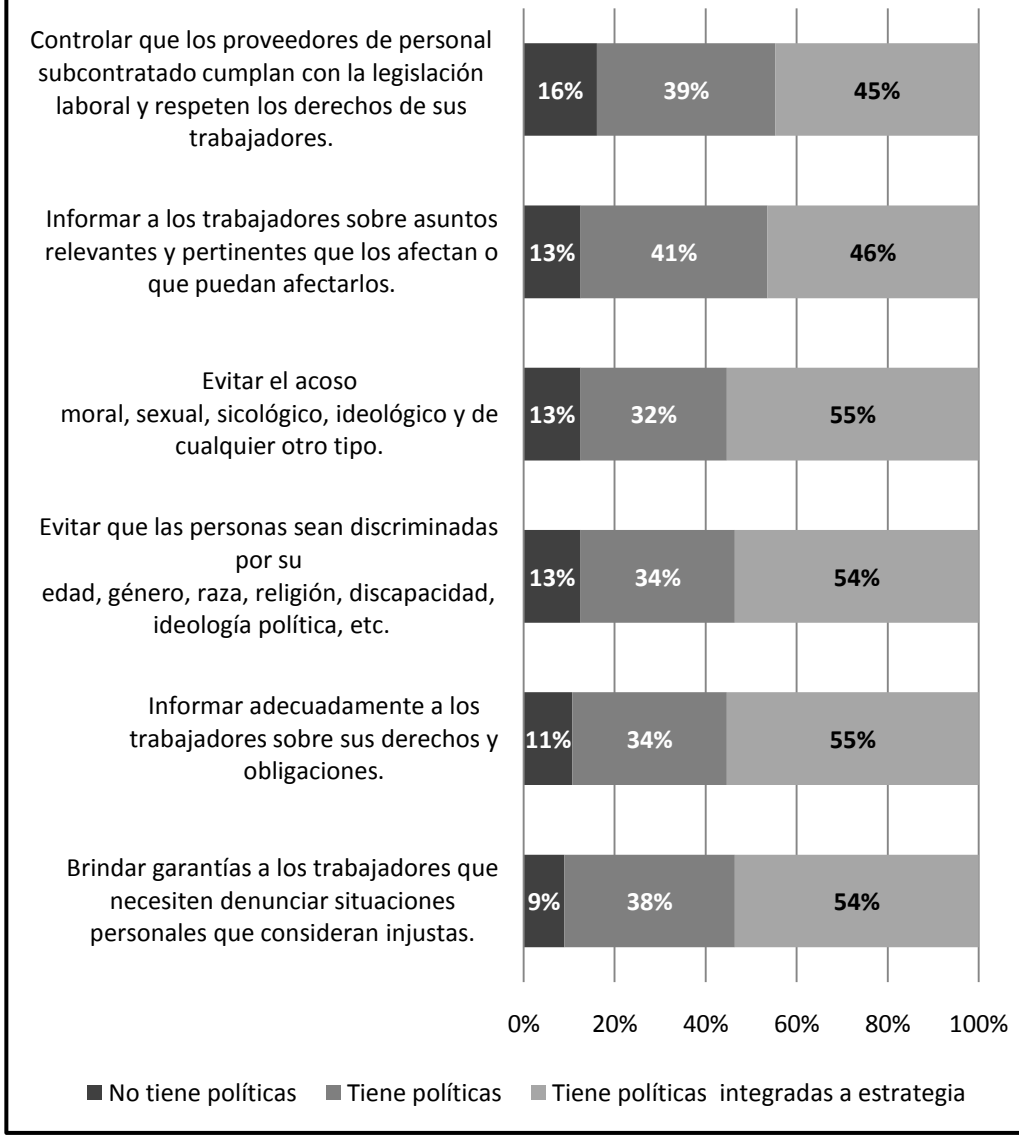
II. TRABAJADORES

Los indicadores referidos a la relación con los trabajadores fueron organizados en cinco áreas temáticas, que corresponden con los cinco ASUNTOS en los que la norma ISO 26.000 divide el tema PRÁCTICAS LABORALES.

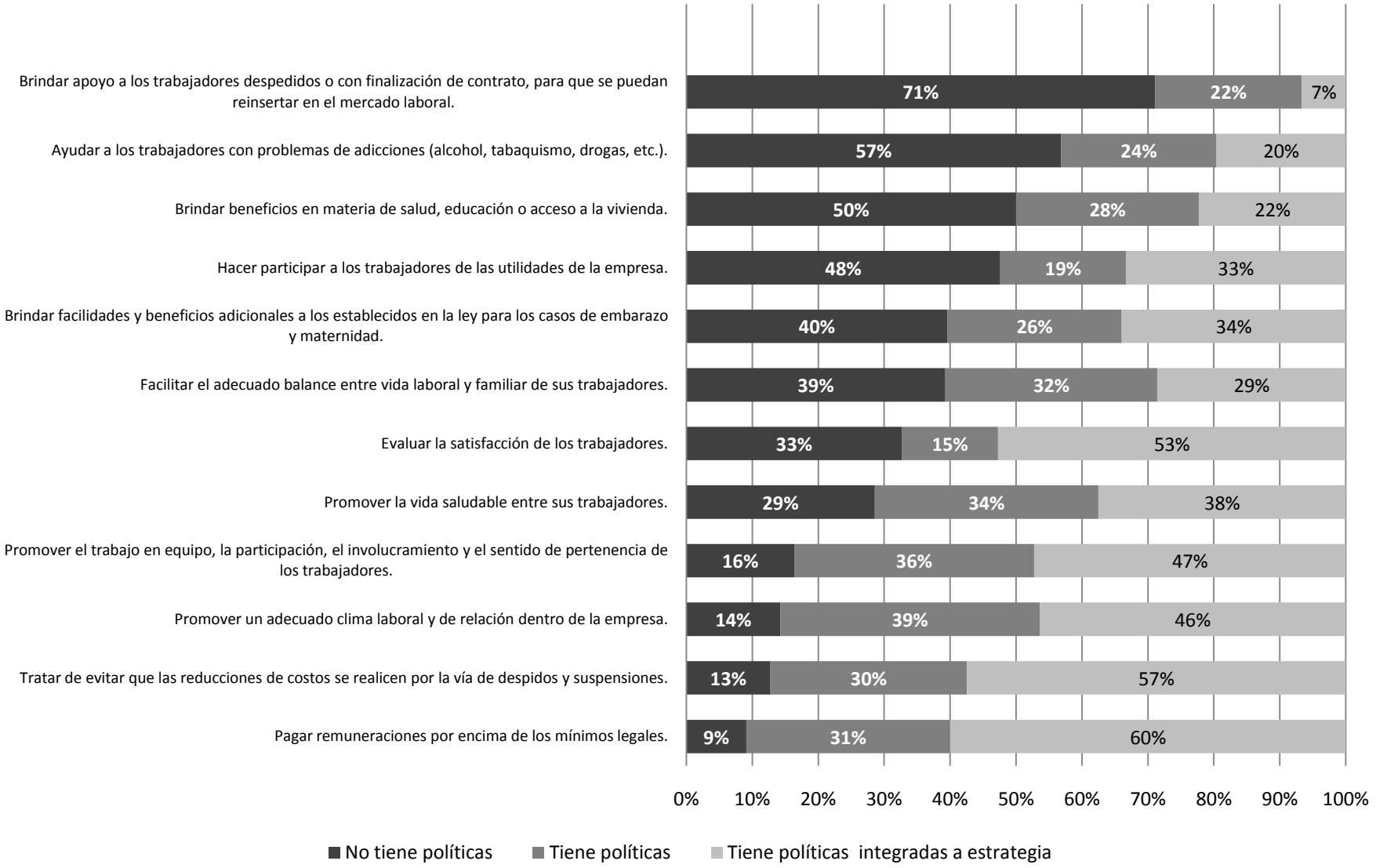
1. Trabajo y relaciones laborales. Los seis indicadores agrupados en esta categoría presentan resultados similares. En todos ellos la amplia mayoría de las empresas poseen políticas que orientan las prácticas, ocurriendo que entre el 45% y el 55% de las empresas las han integrado a su estrategia. En general, las empresas participantes han desarrollado instrumentos para evitar el acoso y la discriminación de todo tipo, se preocupan por informar a los trabajadores sobre sus derechos, obligaciones y asuntos relevantes que los afectan.

2. Condiciones de trabajo y protección social. En esta área los resultados son bastante diferentes entre los indicadores que la componen. Al igual que en 2014, se observa que las prácticas relacionadas con las remuneraciones, la estabilidad laboral y el clima laboral se encuentran bastante integradas a la estrategia. En un nivel intermedio se encuentran las prácticas relacionadas con la vida laboral y la satisfacción con el trabajo. El menor desarrollo de políticas se observa en un conjunto de prácticas que han comenzado a promoverse en el marco del discurso específico sobre la RSE: proveer determinados beneficios, brindar apoyo a los trabajadores para la resolución de problemas personales como las adicciones o la reinserción laboral.

Gráfica 4.4 Trabajo y Relaciones Laborales



Gráfica 4.5 Condiciones de trabajo y protección social

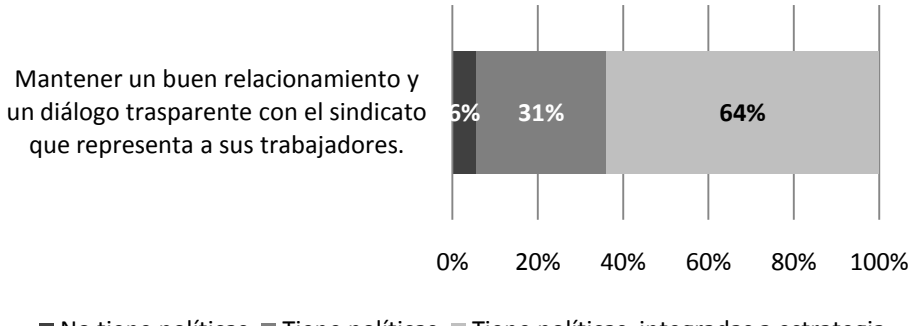


3. Diálogo social. En esta área se incluyó un indicador que considera la existencia de políticas orientadas a mantener un buen relacionamiento con el sindicato que representa a los trabajadores de la empresa. El 95% considera que tiene políticas que orientan sus prácticas en este tema, ocurriendo que la amplia mayoría de éstas (64%) tiene integradas esas políticas a su estrategia.

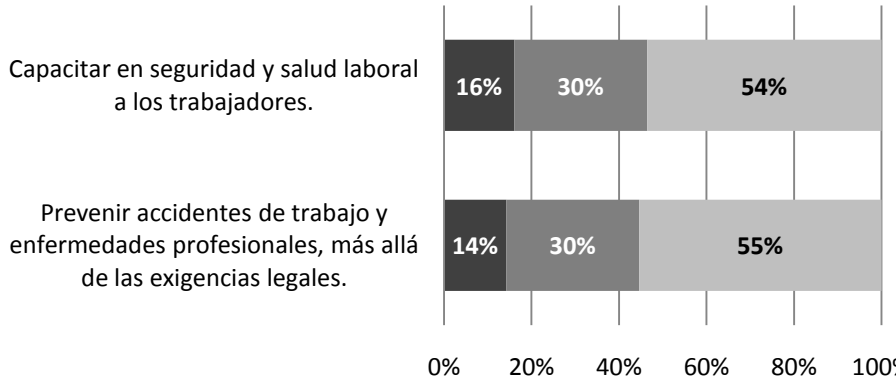
4. Salud y seguridad ocupacional. El 84% de las empresas tiene políticas destinadas a capacitar en seguridad y salud laboral y el 86% las tiene para prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales más allá de las exigencias legales.

5. Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. La casi totalidad de las empresas posee políticas dirigidas ofrecer estabilidad laboral a sus trabajadores (el 72% las tiene incorporadas a la estrategia). En cada uno de los tres indicadores sobre capacitación y formación más del 80% de las empresas dice poseer políticas específicas.

Gráfica 4.6 Diálogo Social

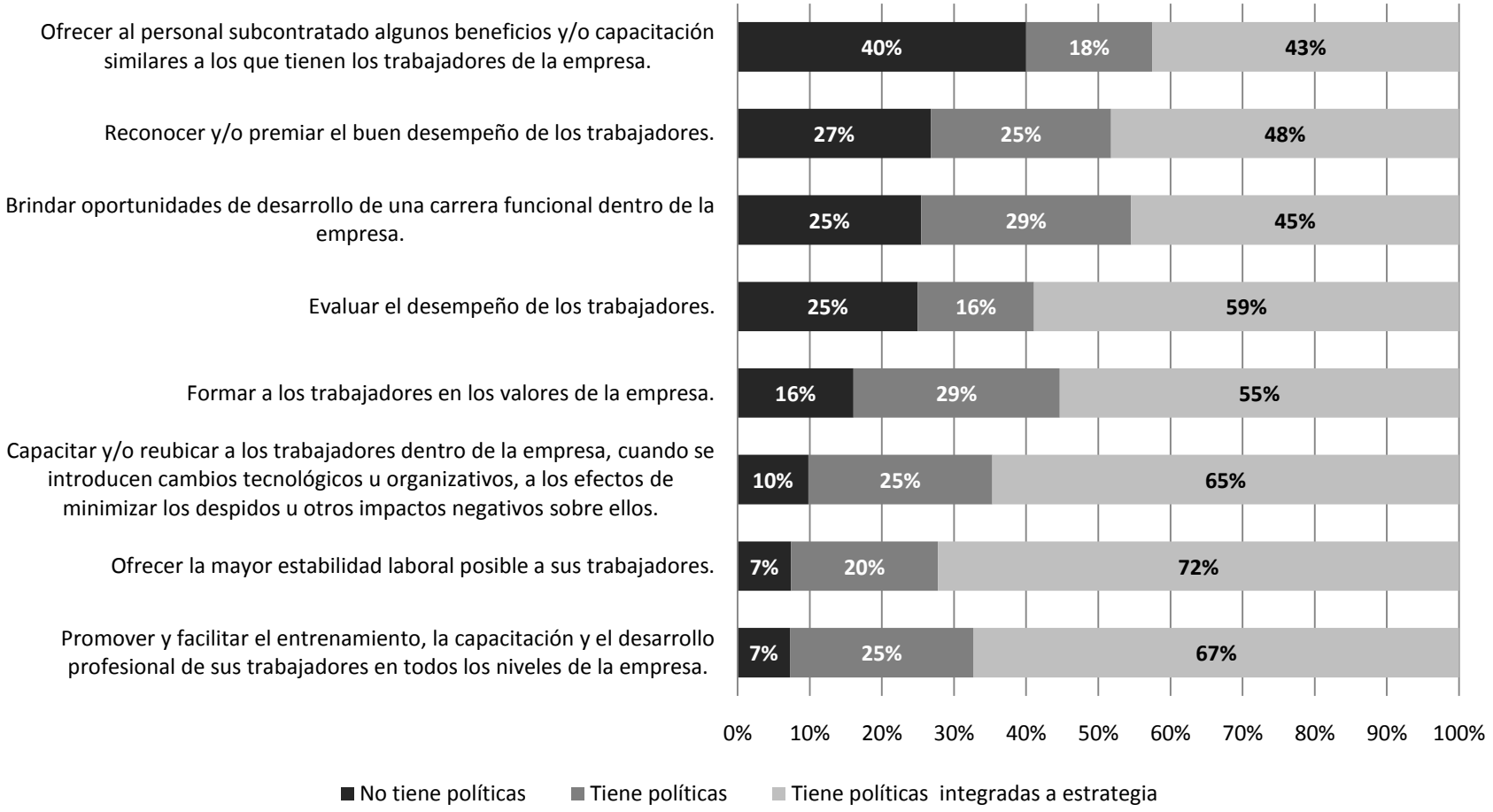


Gráfica 4.7 Salud y seguridad ocupacional



En un nivel intermedio se encuentran los indicadores relacionados con el desempeño y el ofrecer oportunidades para el desarrollo de una carrera profesional (tres cuartas partes tienen políticas a tal fin). En donde la encuesta revela menor desarrollo es en materia de ofrecer al personal sub-contratado algunos de los beneficios que se otorgan a los empleados: el 40% no realiza nada o no tiene políticas.

Gráfico 4.8 Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo



III. PROVEEDORES

Los indicadores relacionados con los proveedores fueron agrupados en tres áreas temáticas. Los dos primeros se corresponden con dos de los ASUNTOS en que la ISO 26.000 divide la materia fundamental PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN. El tercero refiere en general al respeto de los derechos de los proveedores

1. Anticorrupción. El formulario incluye dos indicadores relacionadas con este tema: la prohibición y sanción de toda forma de soborno y actuación ética y transparente en los procesos de contratación de proveedores. En el primero, la absoluta mayoría de las empresas tiene políticas incluidas en la estrategia, mientras que en el segundo tan solo la mitad las tiene. En este indicador, el 16% no tiene políticas

2. Promoción de la RSE en la cadena de valor. Una forma de promover el desarrollo de la RSE consiste en privilegiar la contratación de proveedores que actúan en forma ética y socialmente responsable. En este indicador se observa un importante rezago relativo, ya que la tercera parte de las empresas no tiene políticas en la materia.

Gráfico 4.9 Anticorrupción

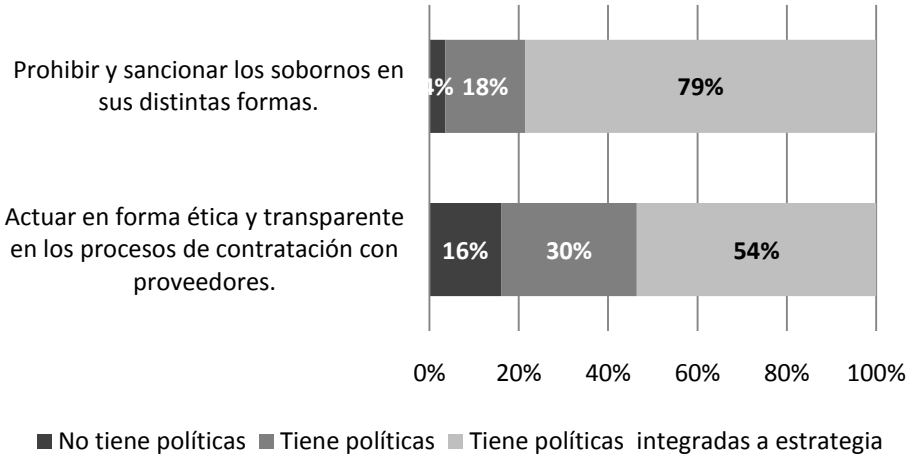
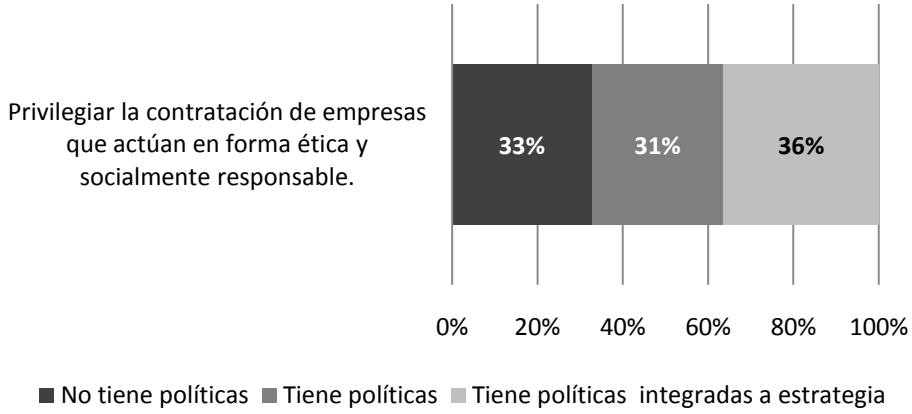


Gráfico 4.10 Promover la RSE en la cadena de valor



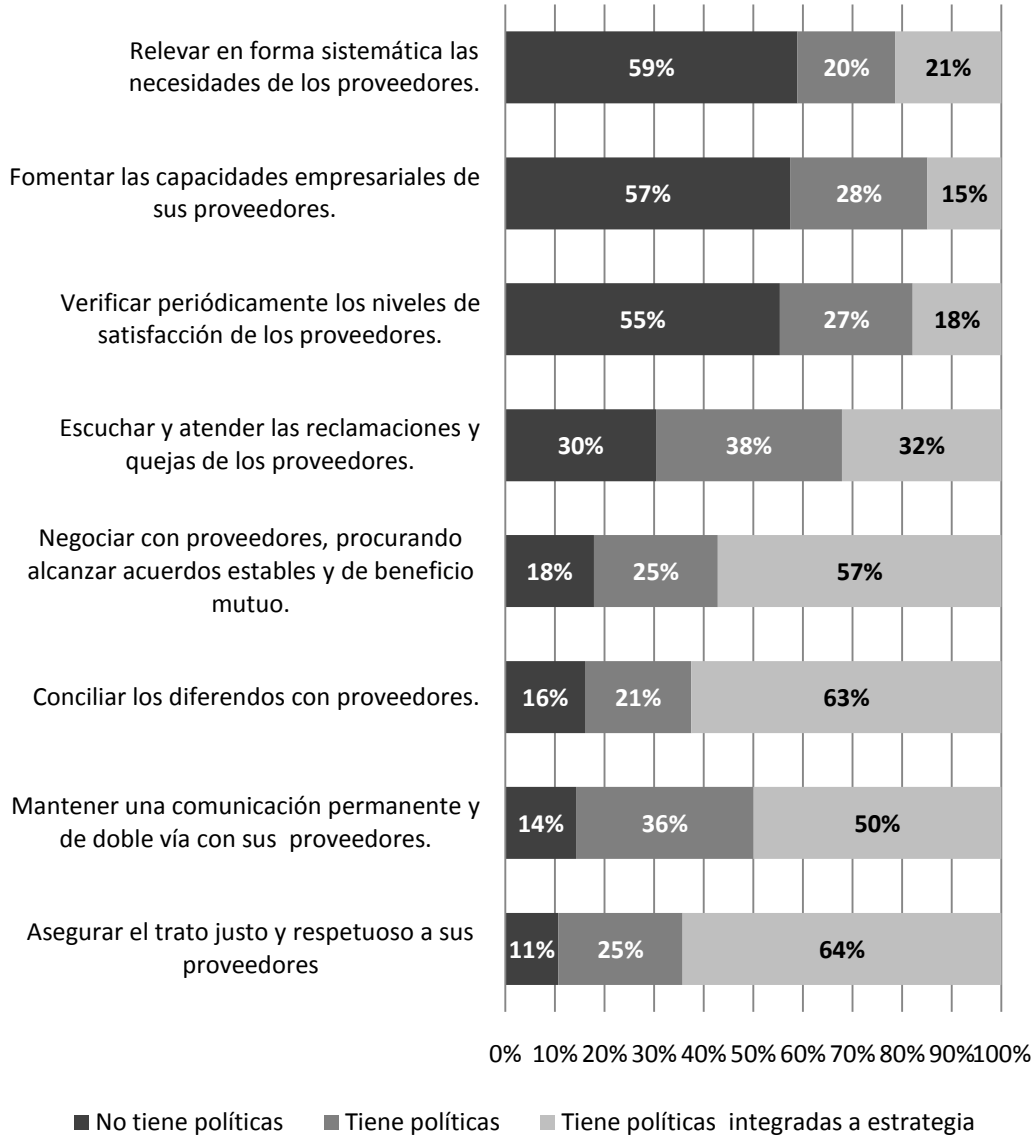
3. Respetar los derechos de los proveedores. En esta área temática se agrupan ocho de los indicadores que refieren a los proveedores. Los niveles mejores de avance se concentran en los indicadores que evalúan la forma como se gestiona la relación comercial con ellos: trato justo, comunicación permanente, conciliación de diferendos y negociación.

En el resto de los indicadores se observa un importante porcentaje de empresas que no cuentan con políticas para gestionarlos.

El 30% de las empresas no cuenta con políticas para escuchar y atender las quejas de los proveedores. Pero aún es el desempeño en dos aspectos críticos para la actuación responsable: relevar las necesidades de los proveedores (59% no tiene políticas) y verificar su satisfacción (55% no tiene política).

Finalmente, importa señalar que tan solo el 15% de las empresas incluye en su estrategia el fomento de las capacidades de sus proveedores, contra el 57% que no cuenta con políticas.

Gráfico 4.11 Respetar los derechos de los proveedores



IV. CLIENTES Y CONSUMIDORES

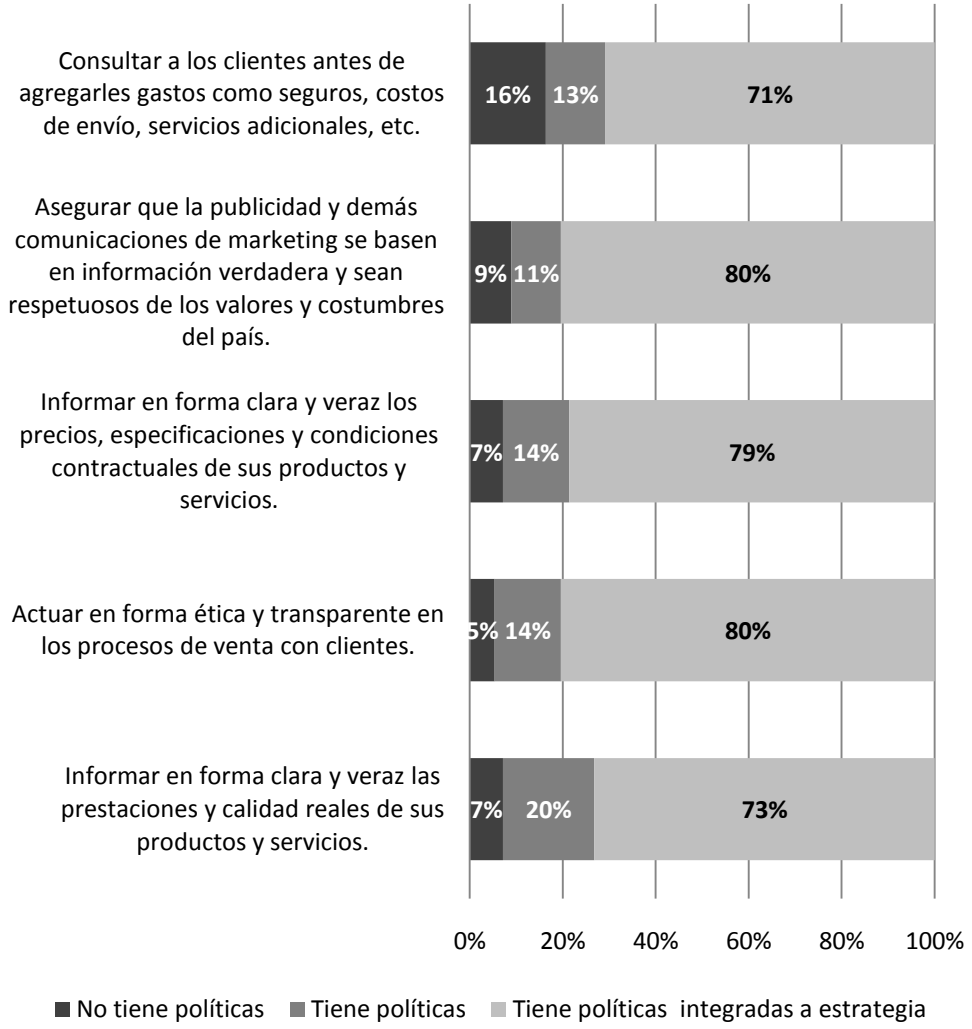
Los indicadores correspondientes a la relación con los clientes y consumidores fueron divididos en función de cuatro de los seis asuntos en que la ISO 26.000 divide la RSE hacia los consumidores. Importa señalar que el porcentaje de empresas que posee políticas supera el 84% en todos los indicadores.

1. Prácticas justas de marketing, información y contratación. De acuerdo con las respuestas recibidas, la absoluta mayoría de las empresas posee políticas integradas a su estrategia tendientes a actuar responsablemente en los procesos de venta, comunicaciones de marketing, información sobre precios, prestaciones y condiciones.

El tema que presenta menor desarrollo relativo es la consulta a los clientes antes de agregarles gastos adicionales. Pero, de todas formas las empresas que no tienen políticas en este tema son solo el 16%.

En síntesis, en este asunto las empresas autoevaluadas muestran un importante grado de avance en la gestión de su RSE.

Gráfica 4.12 Prácticas justas de marketing, información y contratación

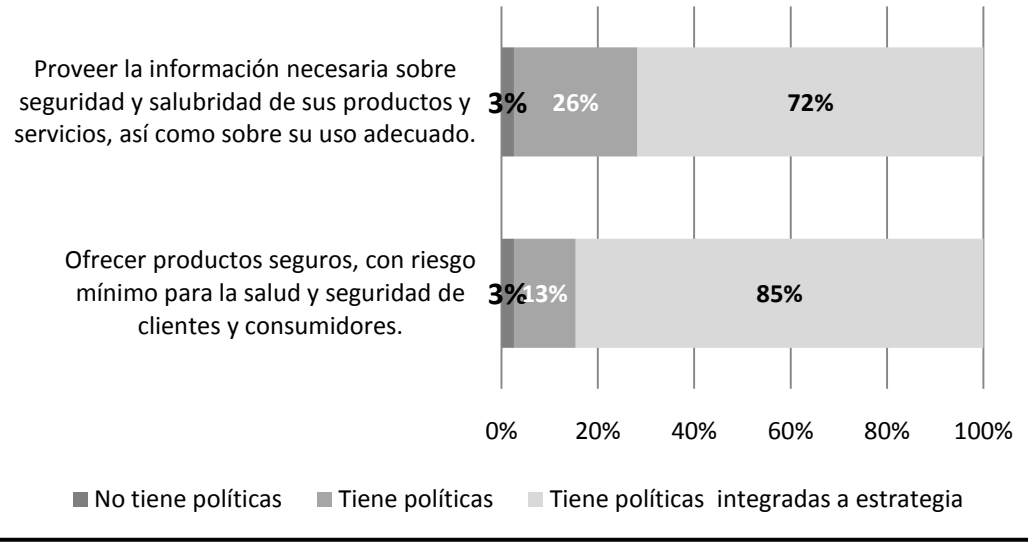


2. Protección de la salud y seguridad de los consumidores. Sobre este asunto el formulario incluye dos indicadores. Uno de ellos refiere a las prácticas destinadas a garantizar la seguridad de los productos y el otro alude a las prácticas que tienen como cometido la provisión de información sobre los riesgos asociados a los productos y a su uso. En la gráfica 4.13 se observa casi el 100% de las empresas posee políticas y que la mayoría de ellas tiene estas políticas integradas a su estrategia.

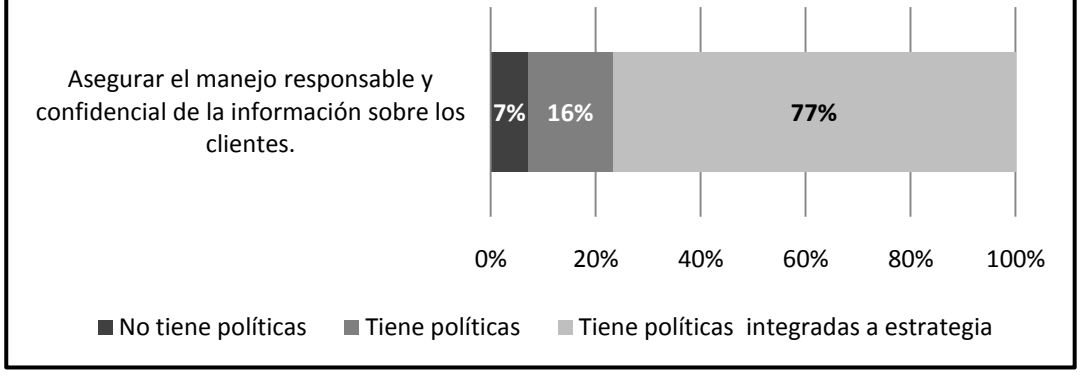
3. Protección de la privacidad de los datos de los clientes. Sobre este asunto existe legislación que las empresas deben cumplir. Por esa razón, la RSE consiste en agregar un plus a la aplicación fría de esa legislación.

El hecho de que el 93% de las empresas cuente con políticas para "asegurar el manejo responsable y confidencial de la información sobre los clientes", sugiere que desarrollan mecanismos y emprenden acciones que van más allá del estricto cumplimiento de la ley.

Gráfica 4.13 Protección de la salud y la seguridad de los consumidores

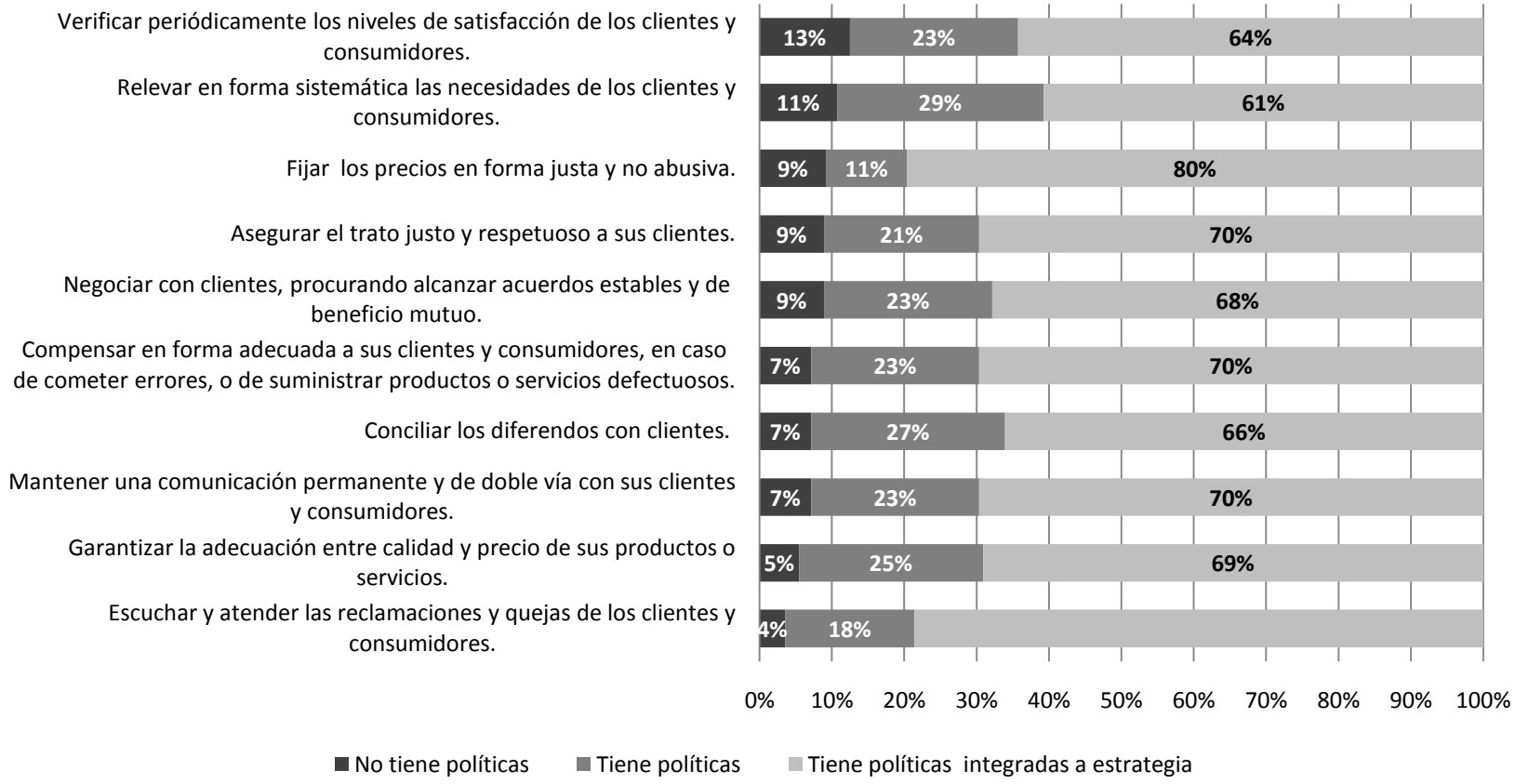


Gráfica 4.14 Protección y privacidad de los datos de los consumidores



4. Servicios de atención a clientes, apoyo y resolución de quejas y controversias. El formulario incluye 10 indicadores sobre este asunto. Con pequeñas diferencias, en todos ellos predomina ampliamente la existencia de políticas integradas a la estrategia. Algo similar a lo ocurrido con los proveedores, los indicadores con pero evaluación relativa son los que refieren al conocimiento de las necesidades y la satisfacción del stakeholder.

Gráfica 4.15 Servicios de atención a clientes, apoyo, resolución de quejas y controversias



V. COMPETIDORES

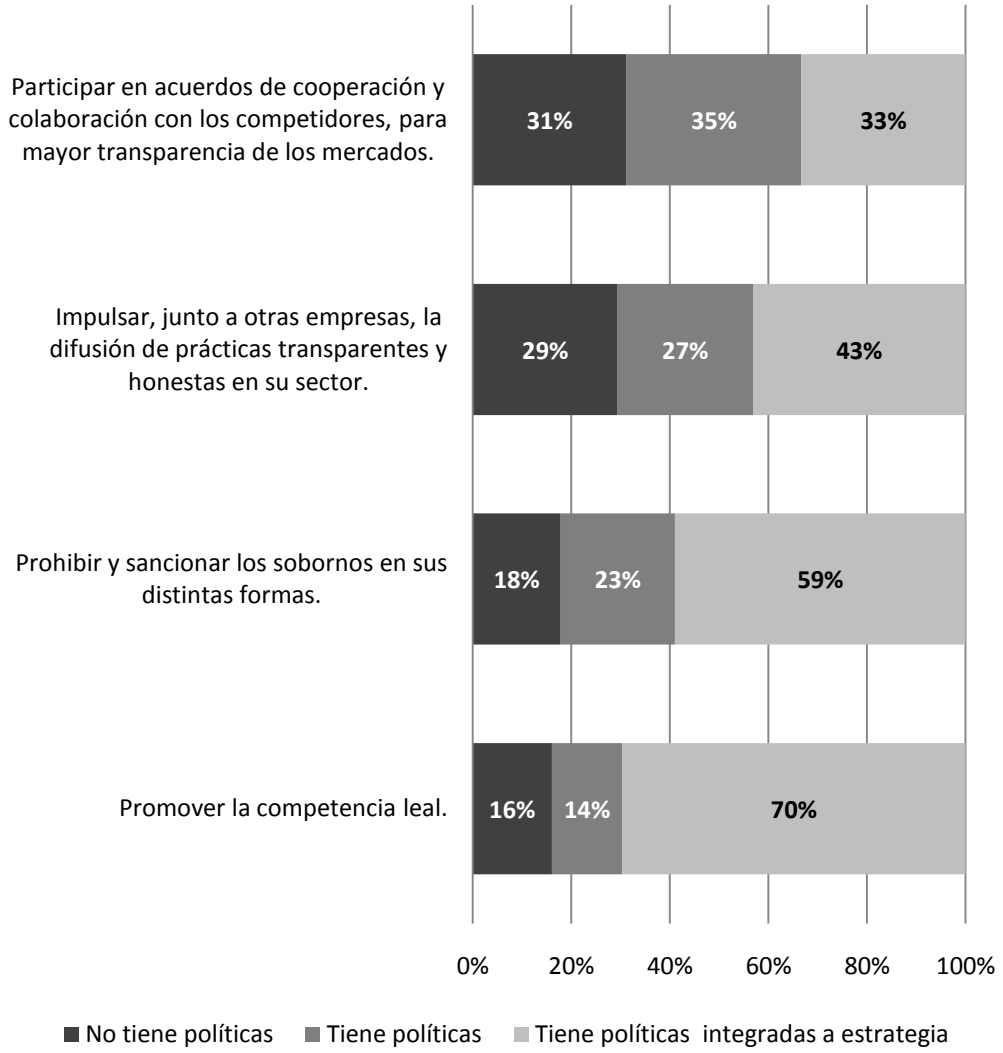
En la guía ISO 26.000 las responsabilidades hacia los competidores se ubican principalmente en la materia fundamental PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN. En el formulario del IRSE se incluyen cuatro indicadores que evalúan esas responsabilidades.

Tal como puede observarse en la gráfica 4.16 se registran niveles diferentes de avance entre esos indicadores. El mayor avance se registra en las prácticas destinadas a promover la competencia leal y eliminar los sobornos. En ambos casos, más del 80% de las empresas cuenta con políticas.

Las empresas participantes se encuentran divididas en tercios, materia de la participación en acuerdos de cooperación para generar una mayor transparencia en los mercados. La tercera parte no tiene políticas al respecto.

La situación es levemente diferente en materia de prácticas dirigidas a mejorar la trasparencia y honestidad en el sector. En este caso, en un extremo el 29% no tiene políticas y en el otro, el 41% tiene políticas integradas a la estrategia.

Grafica 4.16 Competidores



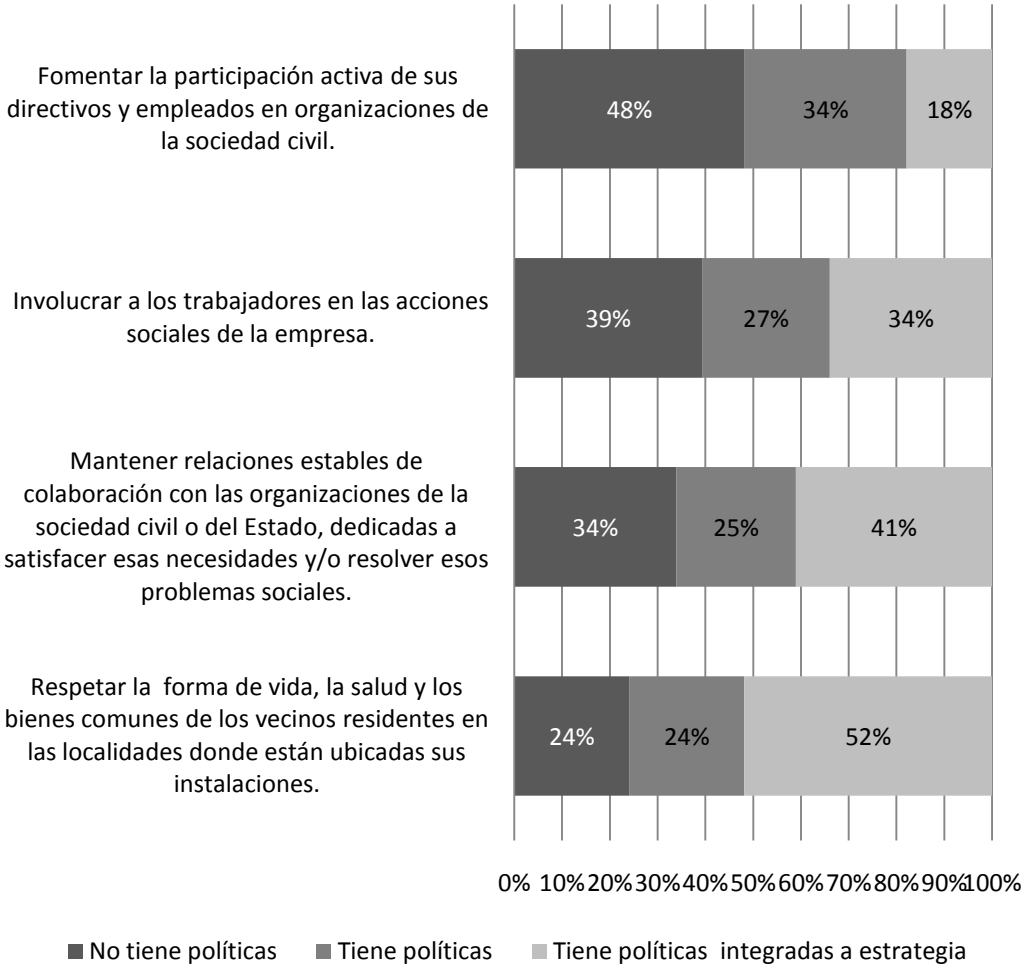
VI. COMUNIDAD

1. Participación activa en la comunidad. La norma ISO 26.000 insiste en que la RSE hacia la comunidad debe poner foco en: 1) acciones que contribuyan al desarrollo institucional de las organizaciones sociales (OSC) y su autonomía económica, más que invertir en actividades de corte asistencialista que generan dependencia Y 2) deben involucrarse directamente en comunidad. La gráfica muestra que en los dos indicadores sobre la forma como la empresa se relaciona con las organizaciones sociales existe un rezago importante en materia de RSE. El 48% no tiene políticas destinadas a promover la participación de los integrantes de la empresa en OSC, mientras que el 34% no las tiene para orientar la relación con ellas.

De igual forma, el 39% no involucra a sus empleados en las acciones sociales.

Donde mayoritariamente existen políticas integradas a la estrategia es en el comportamiento ligado al respeto a los vecinos : 76% las tiene, aunque solamente la mitad las ha incorporado a la estrategia.

Gráfica 4.17 Indicadores sobre Participación activa en la comunidad



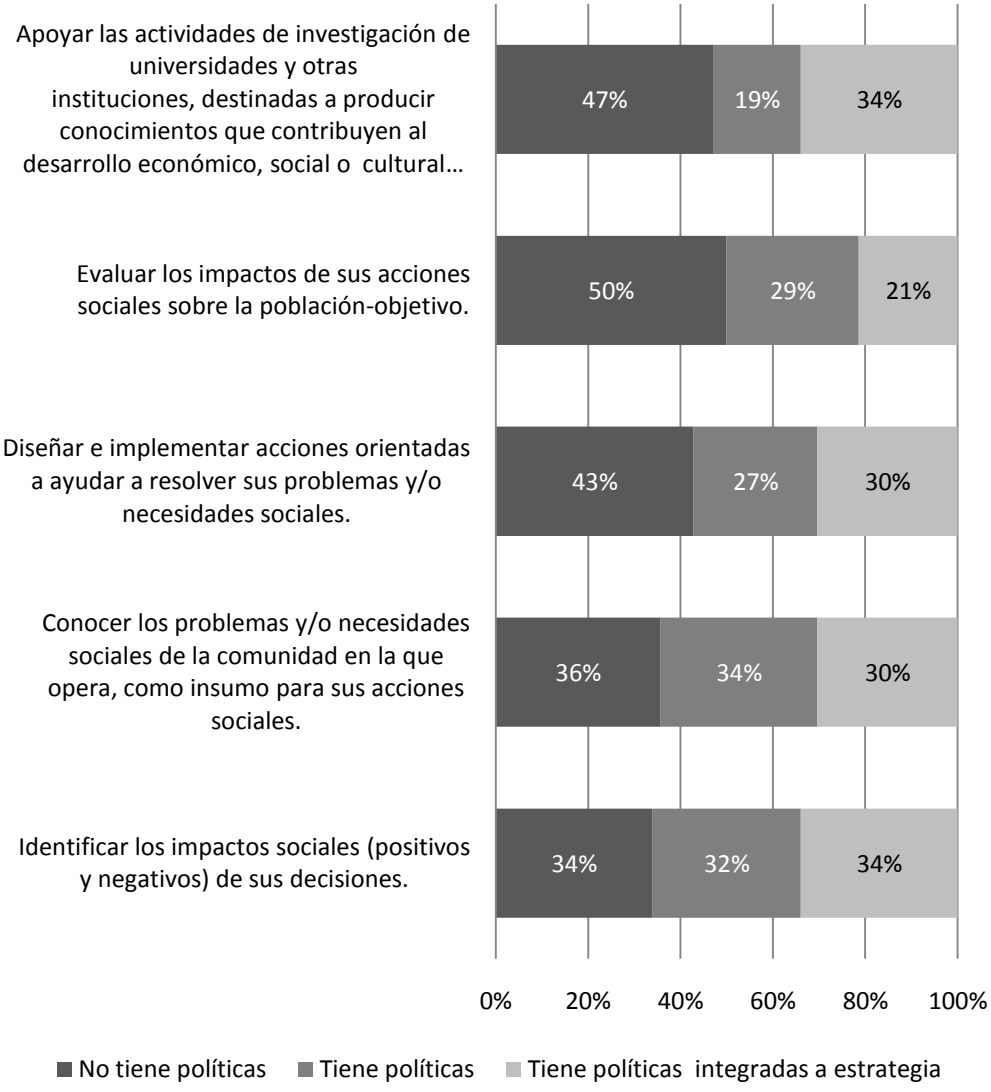
2. Indicadores sobre inversión social. Guía ISO 26.000 propone concebir las acciones sociales como una inversión social. Los indicadores incluidos en la gráfica refieren a distintas acciones relacionadas con una gestión profesional y responsable de esa inversión.

Un porcentaje elevado de empresas no cuenta con políticas para: 1) identificar las necesidades de la comunidad (50%) ; 2) diseñar e implementar sus acciones sociales (43%) y 3) evaluar los impactos de sus acciones sociales (50%). Esto denota una importante ausencia de gestión profesional de las acciones hacia la comunidad.

En materia de impactos de la actividad productiva y comercial sobre la comunidad, el 34% no cuenta con políticas, contra otro 34% que las tiene incluidas en su estrategia.

Finalmente, se observa que el 47% de las empresas no aplica o no tiene políticas en materia de apoyo a la investigación científica.

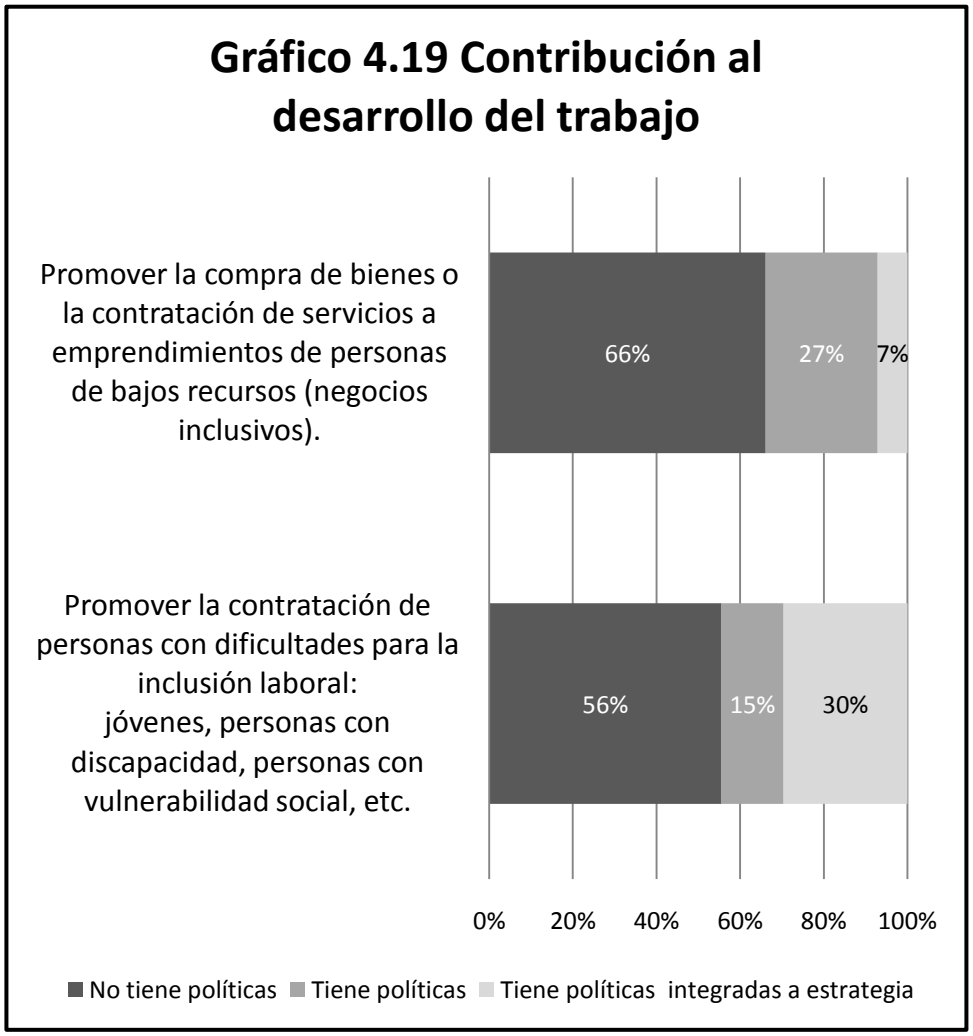
Gráfica 4.18 Indicadores sobre inversión social



3. Inclusión económica. Según la ISO 26.000 la forma más comprometida de contribuir a resolver problemas sociales consiste en involucrar directamente la operación del negocio. Este tipo de inversión social genera mejores impactos sobre la población objetivo, mejores retornos para la empresa y resulta mucho más sostenible que las acciones sociales que se realizan en forma paralela a la operación (como es el caso de las donaciones de dinero y otros recursos).

Por la naturaleza de su actividad, las empresas son el principal factor de creación de empleo y trabajo. Pero, por lo general, las oportunidades que generan las empresas no llegan a los sectores más pobres de la sociedad. De ahí que uno de los principales desafíos para la RSE hacia la comunidad consiste en la innovación en materia de formas de inclusión económica para esos sectores. El formulario evalúa dos tipos de acciones orientadas en ese sentido. Por un lado, la contratación de personas con algún tipo de vulnerabilidad y, por otro, la compra de bienes y servicios a emprendimientos de personas de bajos recursos (lo que se llama NEGOCIOS INCLUSIVOS)

En la gráfica 4.19 puede observarse que este tipo de acciones sociales se encuentran escasamente desarrolladas: 1) el 56% no tiene políticas para la contratación de personas con dificultades de inserción laboral y 2) el 66% no tiene políticas dirigidas a la contratación de proveedores constituidos por personas de bajos recursos.



VI. ESTADO

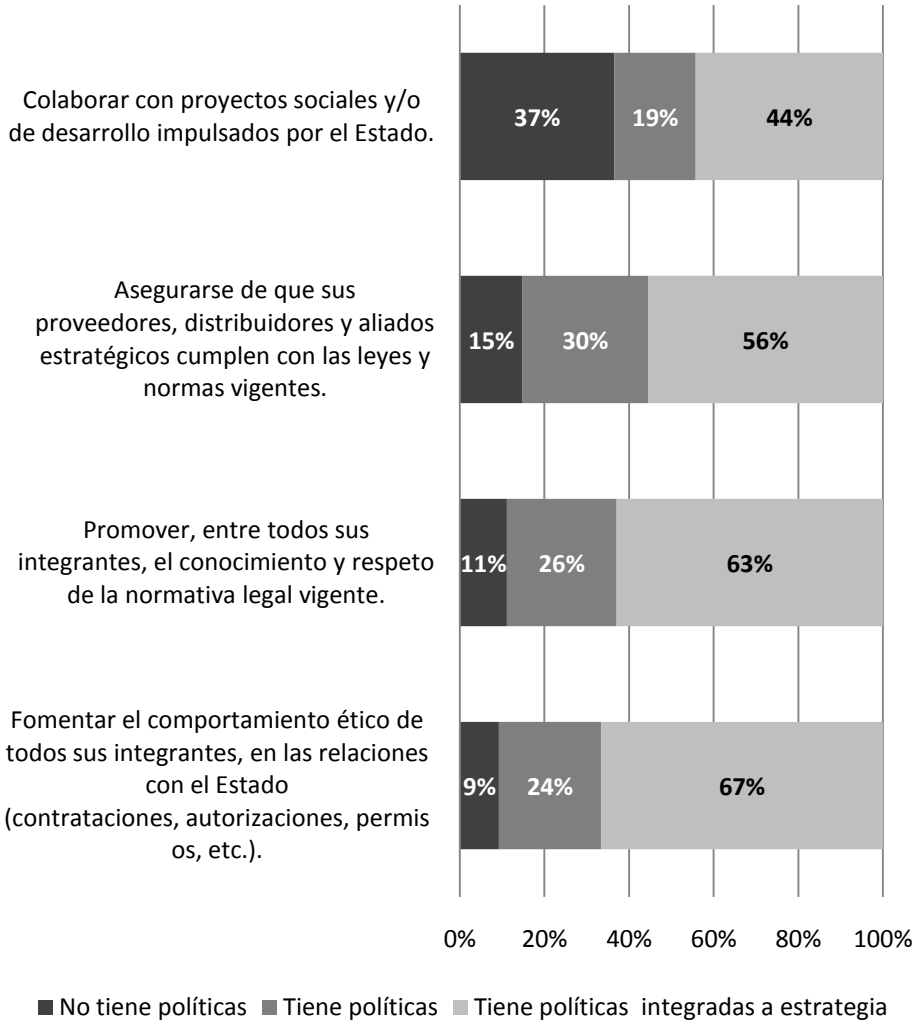
Dado que el cumplimiento de la leyes es obligatorio, el concepto de RSE no refiere este comportamiento. Por esa razón ninguno de los indicadores del IRSE refiere al cumplimiento de leyes. En cambio, como la promoción de la legalidad forma parte de este concepto, en el formulario se incluyen dos indicadores sobre este tipo de prácticas.

Uno de estos indicadores refiere a la promoción de la legalidad al interior de la empresa y el otro al exterior, entre actores que forman parte de la cadena de valor: proveedores, distribuidores y aliados estratégicos. El 85% de las empresas tiene políticas destinadas a asegurar que sus proveedores, distribuidores y aliados estratégicos cumplan con las leyes, mientras que el 89% promueve el conocimiento y respeto de las leyes entre sus integrantes.

El IRSE incluye un indicador que evalúa el fomento del comportamiento ético de los integrantes de la empresa con el Estado. El 91% de las empresas cuenta con políticas dirigidas a tal fin.

En términos relativos, es bastante menor el desempeño de las empresas en otro tipo de relacionamiento con el Estado: el 37% no tiene políticas relacionadas con el apoyo a los proyectos sociales y/o de desarrollo impulsados por el Estado.

Gráfica 4.20 Estado



VIII. MEDIOAMBIENTE

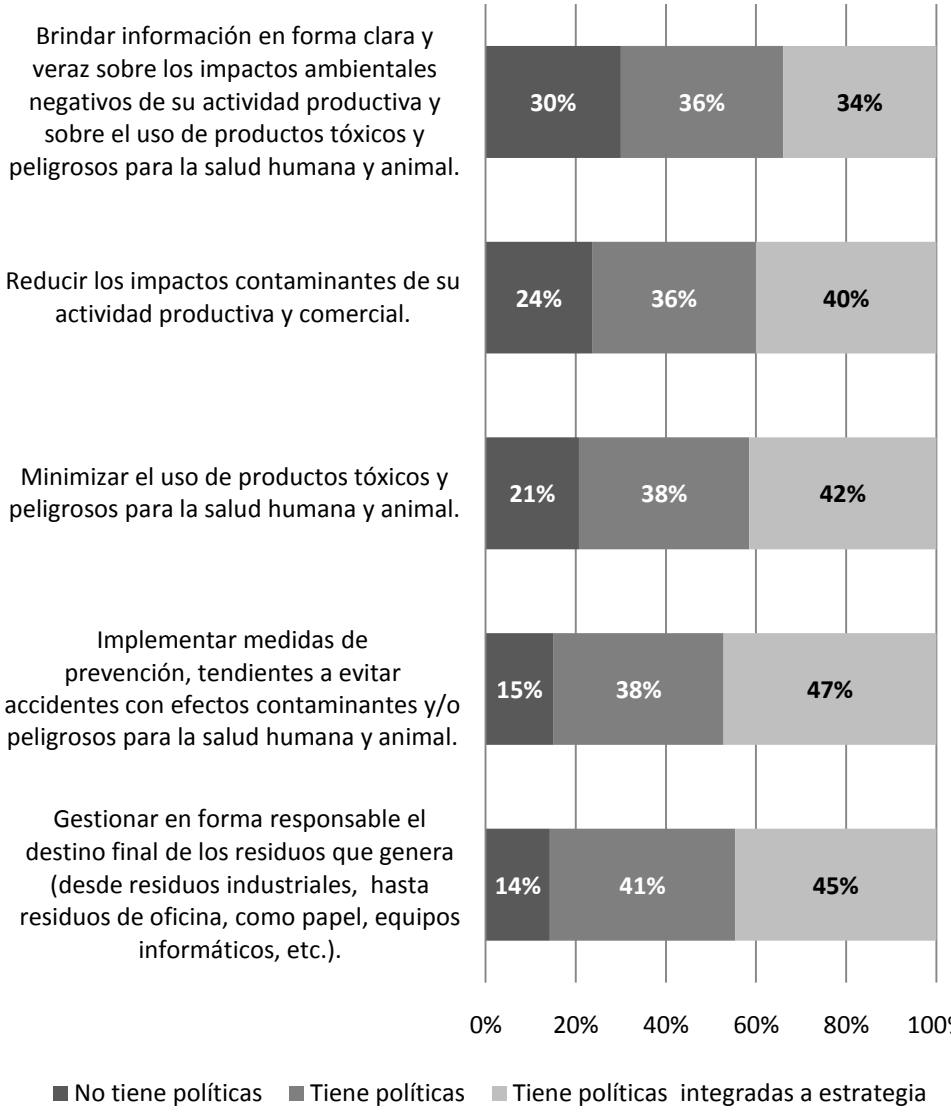
El formulario incluye indicadores que evalúan prácticas pertenecientes a tres de los cuatro asuntos en que la ISO 26.000 divide la RSE hacia el medioambiente. En forma complementaria incluye un grupo residual de indicadores que no corresponden a ninguno de los asuntos formulados en la norma. Importa señalar que la fuerte presencia de empresas del sector comercio y servicios hizo que se registraran porcentajes altos de NO APLICA en algunos indicadores, particular-mente en aquellos fuertemente relacionados con procesos fabriles.

1. Prevención de la contaminación. Si bien no hay grandes diferencias entre los indicadores de este asunto, se observa que el mejor desempeño relativo se encuentra en la prevención (solo el 15% no tiene políticas) y en la gestión de los residuos (solo el 14% no tiene políticas.

Las medidas tendientes a minimizar impactos contaminantes y el uso de productos tóxicos y peligrosos se encuentra un poco por debajo, con un 24% y 21% de empresas que no cuentan con políticas a tal fin respectivamente.

La transparencia en materia de información sobre los impactos ambientales de la empresa es el indicador con menos avance: el 30% no tiene políticas en este tema.

Gráfica 4.21 Prevención de la contaminación

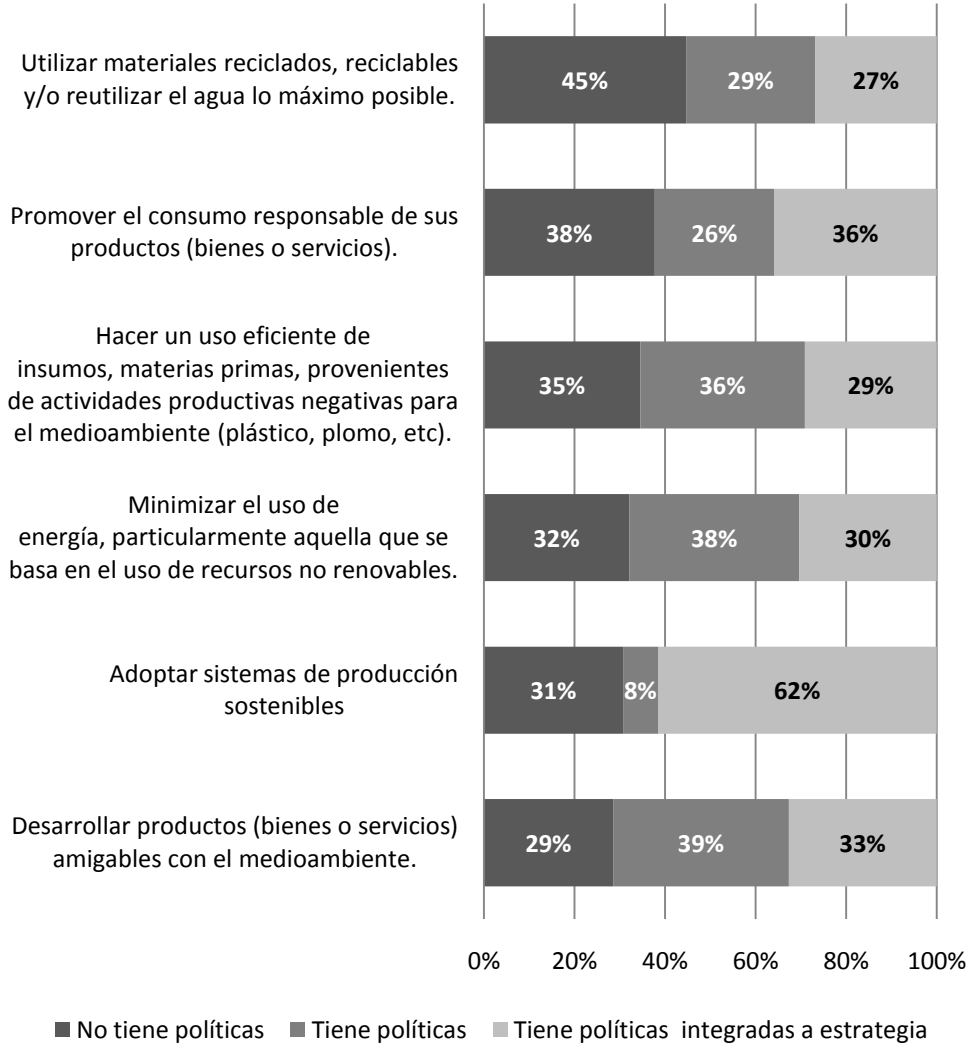


2. Uso sostenible de los recursos. La ISO 26.000 entiende por uso sostenible de los recursos un uso en una medida menor o igual a su tasa de reposición (recursos renovables) o a la tasa de sustitución por otro como él (recursos renovables). El IRSE incluye seis indicadores correspondientes a este asunto, registrándose un importante porcentaje de empresas que no cuentan con políticas en cada uno de ellos.

Si se considera la cadena de valor, se observa que las empresas tienen un leve mejor desempeño relativo en la parte de adelante (productos y sistema de producción), que en la de atrás (uso de energías no renovables, uso eficiente de insumos y uso de materiales reciclables).

La promoción del consumo responsable de los productos presenta un desempeño relativo bajo: el 38% de las empresas no cuenta con políticas a tal fin.

Gráfica 4.22 Uso sostenible de los recursos

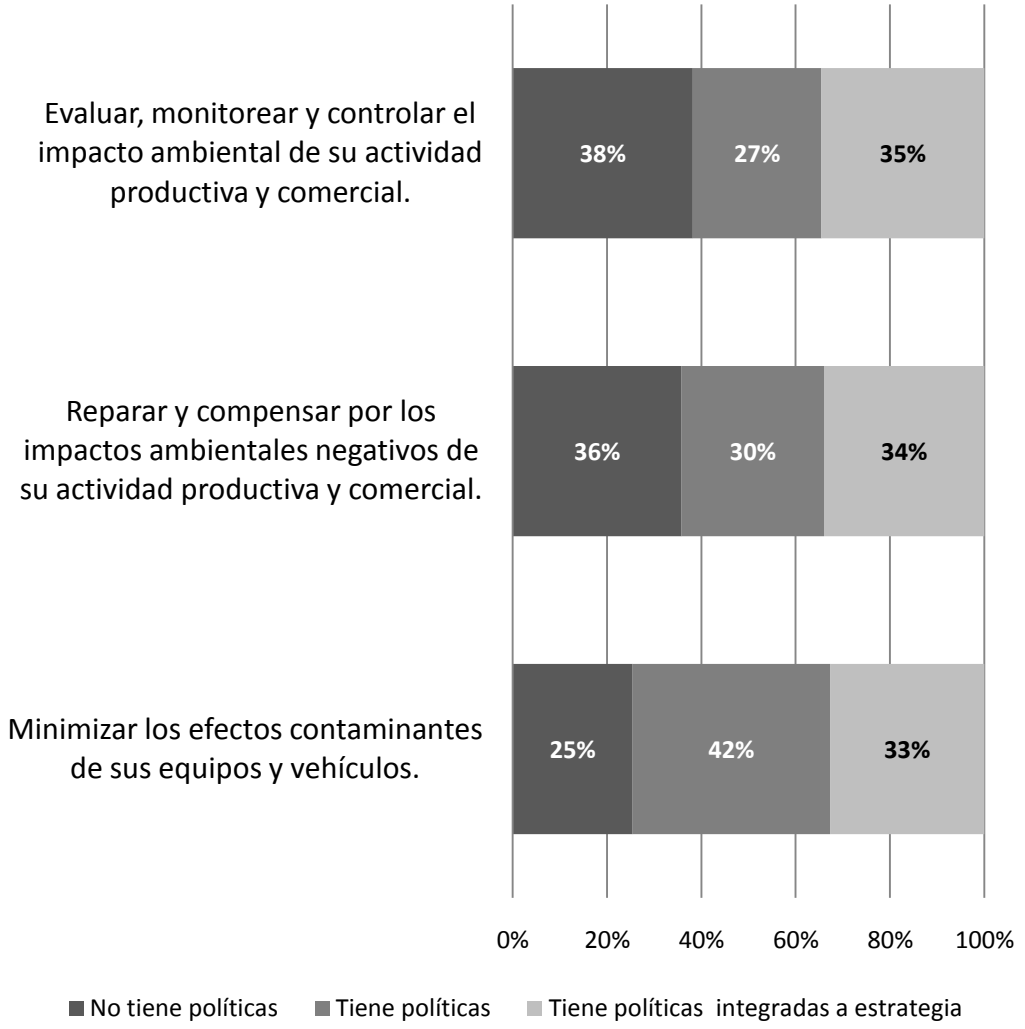


3. Mitigación del cambio climático. La ISO 26.000 denomina este asunto como "mitigación del cambio climático y adaptación al mismo" y lo asocia fundamentalmente con la emisión de gases con efecto invernadero (GEI). Los indicadores incluidos en el IRSE corresponden exclusivamente a la primera parte del asunto.

Estos indicadores corresponden a tres tipos de comportamiento: minimizar, evaluar y reparar. En los tres indicadores los resultados son similares, dividiéndose las respuestas en bloques equivalentes a la tercera parte de los casos.

En el indicador sobre minimizar los efectos contaminantes de equipos y vehículos es en el que hay un mejor desempeño relativo, ya que las empresas que en él no tienen políticas son el 25%, contra el 36% y 38% que se registra en los otros dos indicadores.

Gráfica 4.23 Mitigación del cambio climático y adaptación al mismo

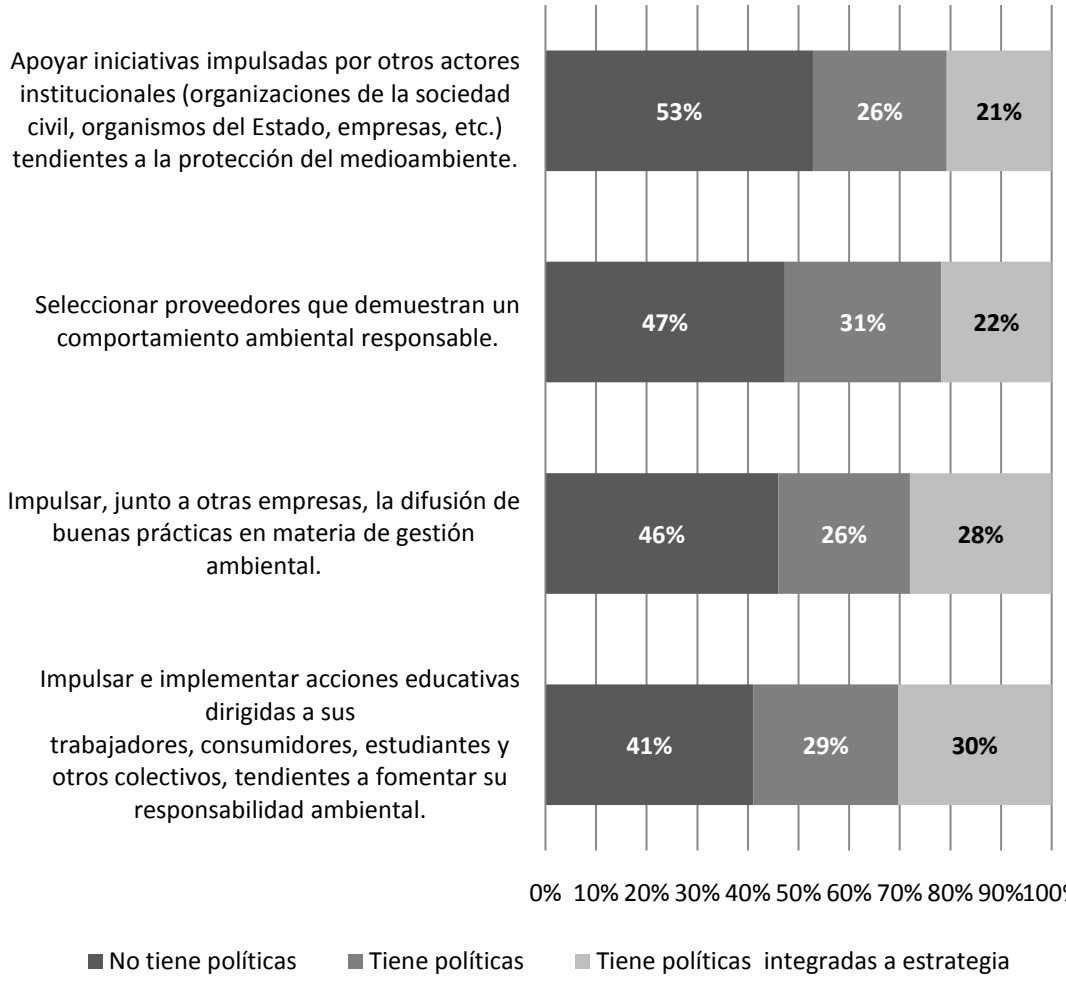


4. Responsabilidad ambiental fuera de la operación. Se incluyen aquí cuatro indicadores relativos a acciones que pueden hacer las empresas como contribución al cuidado del medioambiente y que no están relacionadas directamente con su actuación productiva.

Tres de estos indicadores refieren a la promoción del comportamiento responsable entre los stakeholders y la sociedad en general. En todos estos indicadores los resultados son parecidos: 1) impulsar acciones educativas (54% tiene políticas); 2) seleccionar proveedores ambientalmente responsables (53% tienen políticas) y 3) impulsar las buenas prácticas de gestión ambiental (54% tiene políticas)

El cuarto indicador, referido a impulsar iniciativas de otros actores, se encuentra algo menos desarrollado: en él el 47% de las empresas no tiene políticas.

Gráfica 4.24 Responsabilidad ambiental fuera de la operación



CAPÍTULO 5: ANÁLISIS COMPARATIVOS

En este capítulo se realizan diversos análisis comparativos. Dado que el formulario incluye algo más de 100 preguntas, es necesario utilizar medidas de resumen que faciliten la comparación.

Las distribuciones porcentuales utilizadas en el capítulo anterior no permiten hacer este tipo de análisis, ya que el estado de cada indicador se representa por seis valores (los porcentajes correspondientes a cada respuesta. De ahí que se descartara el uso de porcentajes

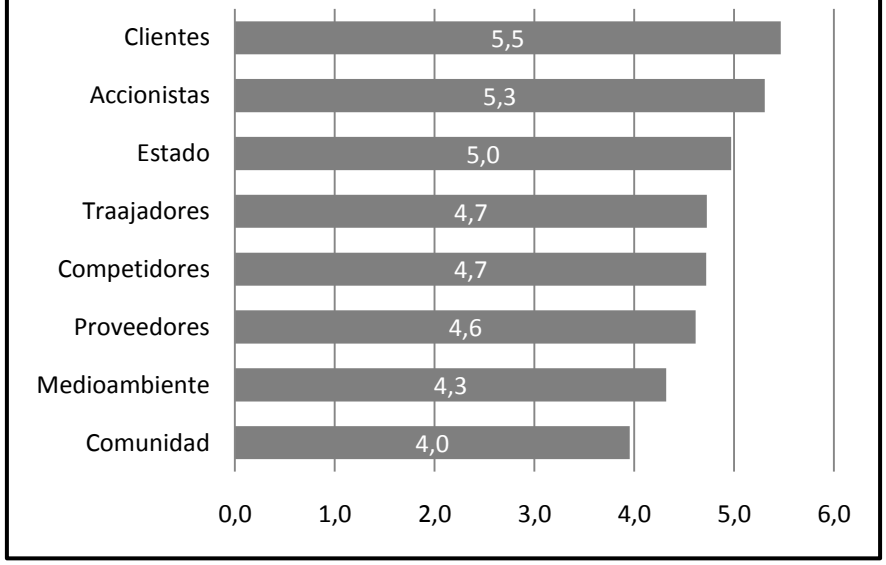
Desde el punto de vista estadístico, la variable medida por el formulario es una variable ORDINAL y NO NUMÉRICA. No obstante ello, se optó por emplear la "media" o promedio simple de cada distribución. Para el cálculo de la media se asignó a la categoría A el valor 1, a la categoría B el valor 2 y así sucesivamente hasta llegar a la categoría F, a la que se asignó el valor 6.

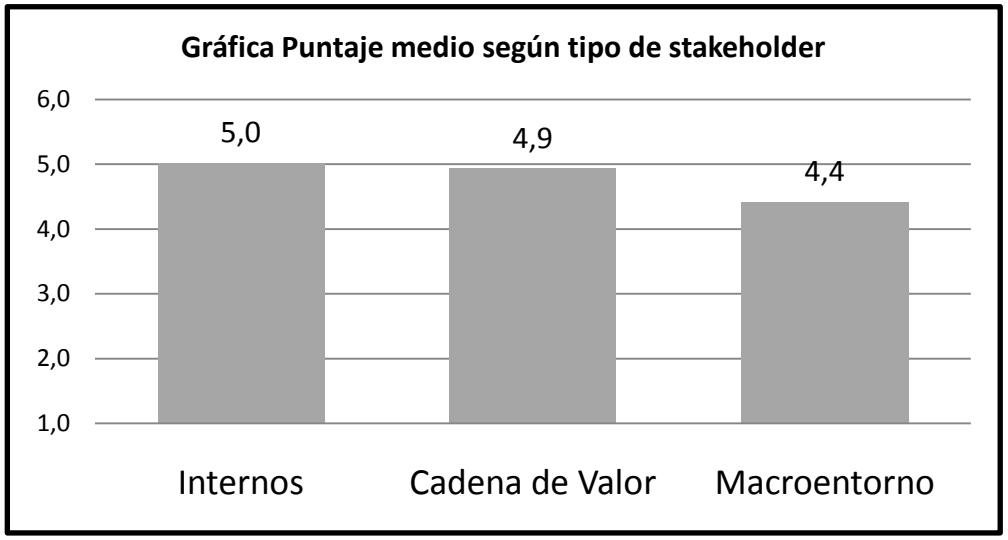
1. RESULTADOS POR STAKEHOLDER

En la gráfica 5.1 se observa que existen diferencias importantes en el grado de avance de la RSE hacia los distintos stakeholders.

Los promedios superiores o iguales a cinco, registrados en **clientes, accionistas y Estado** indican que, en relación a estos stakeholders, predomina la existencia de políticas difundidas internamente y/o alineadas a la estrategia. Los valores obtenidos en **trabajadores, competidores y proveedores** (menores que 5 y superiores a 4,5) sugieren que aquí predomina la existencia de políticas difundidas pero escasamente alineadas a la estrategia. Los registrados en comunidad y medioambiente sugieren que en estos dos casos la amplia mayoría de las empresas no cuenta con políticas difundidas y, menos aún, políticas alineadas con la estrategia.

Gráfica 5.1 Puntaje medio en cada stakeholder





La gráfica 5.2 presenta el promedio obtenido por cada uno de tres agrupamientos de stakeholders: 1) los internos (accionistas y trabajadores); 2) los de la cadena de valor (clientes, proveedores y competidores) y 3) los del macro-entorno en el que operan las empresas. El promedio de los indicadores internos y los de la cadena de valor es similar. En cambio los indicadores correspondientes al macro-entorno presentan un desempeño relativo inferior.

En la tabla siguiente se comparan los promedios obtenidos para cada stakeholder en 2015 con los registrados en 2013. Allí se observa que prácticamente no hay diferencias sustanciales de un año al otro.

Stakeholder	2013	2015
Clientes/ consumidores	5,4	5,5
Trabajadores	4,6	4,7
Accionistas	5,2	5,3
Comunidad	4,0	4,0
Proveedores	4,6	4,6
Estado	4,9	5,0
Medioambiente	4,4	4,3
Competidores	4,7	4,7

2. IMPORTANCIA RELATIVA OTORGADA A CADA STAKEHOLDER Y DESEMPEÑO MEDIO CON CADA UNO DE ELLOS.

¿Hay consistencia entre la importancia relativa que las empresas dan a sus stakeholders y su comportamiento real hacia ellos? Para responder a esta pregunta se elaboró la tabla siguiente.

Las primera columna transcribe los resultados de la gráfica 3.5 (en la que se presentó el orden de importancia relativa que las empresas adjudican a sus stakeholders). En la tercera columna se incluyen los valores obtenidos en un índice que resume la evaluación promedio obtenida en cada stakeholders. Mientras que los números de la primera columna constituyen un ranking de la importancia declarada (columna 2) , los de la tercera son un ranking de la importancia real, que en la práctica, se asigna a cada stakeholder (columna 4).

Si se comparan los rankings de la segunda y cuarta columna es posible observar que: 1clientes y medioambiente se encuentran en la misma ubicación en cada ranking; 2) accionistas y proveedores se mantienen casi en la misma posición y 3) el resto de los stakeholders se ubica a dos o más posiciones en un ranking respecto del otro. En particular, competidores sube cuatro lugares y Estado sube tres lugares. Inversamente, comunidad y trabajadores bajan cuatro y dos lugares respectivamente.

Stakeholder	Importancia declarada		Desempeño	
	Puntaje	Orden	Puntaje	Orden
Clientes / consumidores	7,4	1º	5,5	1º
Trabajadores	6,7	2º	4,7	4º
Accionistas	6,2	3º	5,3	2º
Comunidad	4,4	4º	4,0	8º
Proveedores	4,2	5º	4,6	6º
Medioambiente	3,8	7º	4,3	7º
Estado	3,7	6º	5,0	3º
Competidores	2,7	8º	4,7	4º