

# 2

## *El Perfil de las Comunicaciones sobre el Progreso en Argentina*



### *¿Qué comunican las empresas del Pacto Global?*

**DOCUMENTO DE TRABAJO N° 2/04**

Producido por la Oficina del Pacto Global en Argentina



# ***El Perfil de las Comunicaciones sobre el Progreso en Argentina***

## ***¿Qué comunican las empresas del Pacto Global?***

***Autores:***

**Lic. Flavio Fuertes**

**Lic. María Lara Goyburu**

**DICIEMBRE DE 2004**

La presente publicación fue elaborada y producida por la Oficina del Pacto Global en Argentina. La misma no constituye un documento formal de Naciones Unidas. Es publicada y distribuida de manera informal con el fin de fomentar la discusión y los comentarios de la comunidad que trabaja en los temas de responsabilidad social empresaria. Los resultados, interpretaciones, juicios y conclusiones expresados en este trabajo son propios de los autores y no deben ser atribuidos a Naciones Unidas, a sus organizaciones miembros/afiliadas, a los miembros del Directorio Ejecutivo ni a los gobiernos que ellos representan. El documento estará disponible en [www.undp.org.ar](http://www.undp.org.ar) y en [www.eclac.org/argentina](http://www.eclac.org/argentina), sección Pacto Global. Por comentarios y/o sugerencias, escribir a: [pactoglobal@undp.org](mailto:pactoglobal@undp.org).

## Introducción

Dada la cercanía del fin de año, la Red del Pacto Global debe hacer su propio balance y preguntarse sobre el valor que ha agregado a la sociedad argentina. Con esta premisa de fondo presentamos el siguiente documento de trabajo que persigue, bastante ambiciosamente, tres objetivos.

El primero y principal es analizar el impacto del Pacto Global en Argentina, a diez meses de su firma, tanto al interior de las organizaciones como en su relación con el ambiente más amplio en el cual se insertan (proveedores, comunidad local, etc.). En otras palabras, descubrir si el Pacto Global ha tenido algún impacto a nivel de las empresas, ya sea en sus políticas internas, en sus programas de RSE o en su relación con el entorno (social, ambiental, etc.).

El segundo es definir lineamientos, a manera de guía para las futuras comunicaciones sobre el progreso, en los que se pueda identificar los ejes fundamentales sobre los cuales trabajan las empresas en materia de RSE, aquellos en los cuales deberían profundizar y aquellos otros que no han sido mencionados pero que son de vital importancia para lograr el fortalecimiento de la iniciativa.

Finalmente, este documento pretende ser una herramienta para guiar la acción futura tanto de analistas como de quienes aplican políticas de RSE en las empresas arrojando algo de luz sobre el modo en que las empresas están operando en materia de responsabilidad social.

Las fuentes de información utilizadas para realizar este documento de trabajo son las comunicaciones sobre el progreso (Communication on Progress ó COP) que las entidades firmantes del Pacto Global en Argentina ya han presentado a la Oficina local del Pacto Global. Las variables que fueron tomadas en cuenta son: i) cantidad de COP's presentadas sobre el total de firmantes del Pacto Global; ii) sectores de actividad económica a los que estas COP's pertenecen así como el tamaño de las organizaciones que las presentan; iii) principios sobre los que estas comunicaciones se centran y iv) tipo de experiencias que reportan (clasificadas según se focalicen en la gestión interna de la empresa, en su relación con la comunidad, en la cadena de valor, en la construcción de alianzas con otros actores sociales, etc.).

## 1

## La Comunicación sobre el Progreso

Más de 250 entidades de todo el país han adherido a esta iniciativa del Secretario General, convirtiendo a la Red Argentina del Pacto Global en una de las redes más numerosas del mundo y punto de referencia para otras en virtud de su extensión y alto nivel de actividad. Como Red, se realizaron más de 10 presentaciones en todo el país (cubriendo provincias como Tucumán, San Juan, Río Negro, Entre Ríos y Mendoza entre otras); se publicaron documentos que ofrecen lineamientos para la implementación de los 10 principios del Pacto Global (Guía del Pacto Global) y se realizaron 3 talleres de trabajo (en Ciudad de Buenos Aires, Jujuy y Bariloche) con el objetivo de dar a las empresas los instrumentos suficientes para aplicar los principios del Pacto Global e incluir estas experiencias en la Comunicación sobre el Progreso.

### ¿Pero qué es la Comunicación sobre el Progreso?

En líneas generales es una descripción anual de las acciones que las empresas llevan a cabo en consonancia con los principios del Pacto Global, que debe ser presentada por todas las entidades que han adherido a la iniciativa.

El Pacto Global es una iniciativa que promueve, a través del compromiso voluntario de las empresas, una nueva cultura corporativa en la manera de gestionar los negocios. Es, justamente por su carácter autorregulador y voluntario, creíble sólo en la medida en que las empresas informen a la sociedad las acciones que llevan adelante de una forma transparente y constructiva.

**“La *comunicación sobre el progreso* es un informe que avala el compromiso de las entidades firmantes del Pacto Global pero es también, y fundamentalmente, una herramienta para mantener la credibilidad de la iniciativa“.**

Oficina Local del Pacto Global  
Diciembre de 2004

La verdadera naturaleza del Pacto Global es crear una red de trabajo en constante crecimiento, que pueda apoyar a las empresas a través del aprendizaje, del conocimiento de las experiencias a ejercer un liderazgo como ciudadano corporativo y, de ese modo, puedan influir sobre otros a través de sus comportamientos. La comunicación sobre el progreso es, además, una herramienta para llegar a este objetivo.

Todas las COP's presentadas por las empresas son publicadas en la página web del Pacto Global de manera que cualquiera pueda acceder a las mismas y se puedan establecer contactos entre empresas que les permitan conocer y mejorar sus programas y acciones. Se establece, de esta manera, una plataforma que no sólo estimula el aprendizaje sino que facilita el proceso de accountability social.

Nuevamente, una de las grandes fortalezas del Pacto Global, que es su carácter voluntario e inclusivo, se ve reforzado por la presentación de la COP, ya que si las entidades firmantes no hicieran uso de esta herramienta se perdería la credibilidad y la integridad no solo de la iniciativa, sino también la de sus protagonistas principales: las empresas que han adherido.

**“El objetivo no es seleccionar un pequeño grupo de excelentes compañías, ponerlas en un pedestal y celebrar sus meritos. El objetivo es comprometer la mayor cantidad de compañías posibles en una campaña para el progreso, involucrando finalmente a todo el mundo de los negocios.”**

**Bertrand Collomb, Chairman, Lafarge  
The Global Compact Leaders Summit, Junio 2004**

En una sociedad que desconfía de sus líderes e instituciones, el desafío inmediato para las empresas que integran la Red Argentina del Pacto Global es lograr la presentación de la mayor cantidad posible de COP's. La falla en comunicar regularmente actividades y resultados haría que fuese difícil creer que el Pacto Global *no es* para las empresas que lo integran una alfombra debajo de la cual esconder los errores, sino un verdadero compromiso con el desarrollo sustentable de las comunidades. El desafío está dado entonces por recuperar la confianza y fortalecer el diálogo con la sociedad a través de la transparencia y el compromiso.

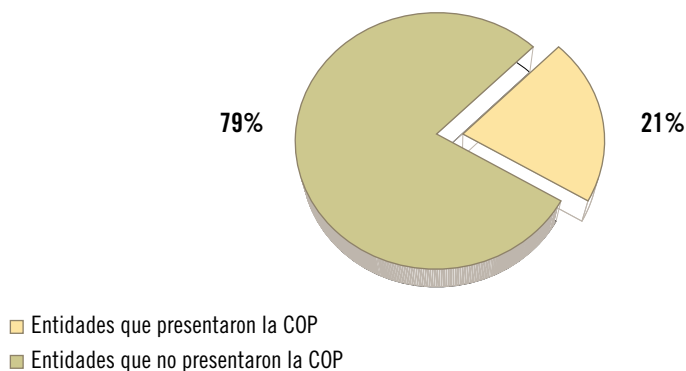
Finalmente, aquellas entidades que no presentan su comunicación sobre el progreso luego del año de haber firmado el Pacto Global, no sufren ninguna penalización legal o económica pero son catalogadas como *inactivas para la Red Local y Mundial a la vez*.

## 2 Perfil de las Comunicaciones sobre el Progreso

A ocho meses del lanzamiento del Pacto Global en Argentina<sup>1</sup> se han recibido 65 COP's de 53 empresas firmantes del Pacto Global, de lo que se desprende que algunas empresas han presentado más de una COP. Esto representa un 21% sobre el total del universo de empresas e instituciones que integran la Red Argentina.

Dada la cercanía del lanzamiento oficial del Pacto Global en Argentina, la cantidad de comunicaciones presentadas es importante. Además, creemos que en el transcurso de los próximos meses este número se elevará considerablemente dado que muchas empresas se encuentran elaborando sus reportes de sustentabilidad o balance social en los cuales, esperamos, se incluyan los 10 principios del Pacto Global.

### Comunicaciones sobre el Progreso presentadas



Fuente: elaboración propia

### 2 a. Distribución por sectores de la economía ¿de dónde provienen las COP's?

Los sectores de la economía de donde provienen las COP's son muy variados. A los efectos de este análisis hemos agrupado a las organizaciones en 5 grandes grupos: servicios públicos, sector industrial, asociaciones empresarias, ONG's y otros.

Dentro del grupo "servicios públicos" incluimos a empresas como las de higiene urbana (incluida su disposición final); las encargadas de conservación y mantenimiento vial por peaje; las de generación, transporte

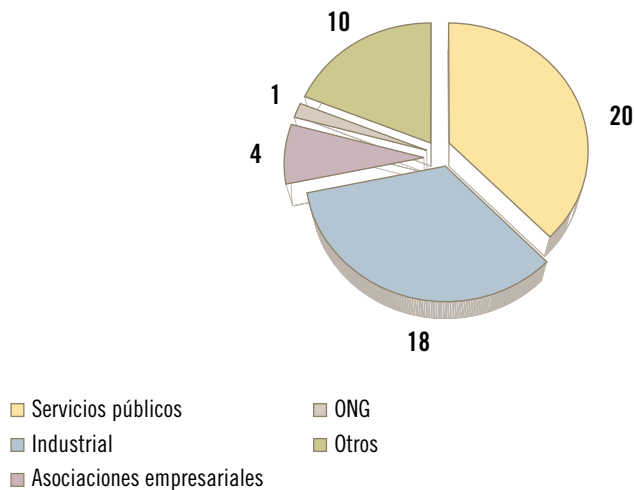
<sup>1</sup> Este estudio se realiza sobre las COP's recibidas por la Oficina del Pacto Global en Argentina hasta el día 10 de Diciembre de 2004.

y distribución de energía eléctrica; las responsables del transporte y distribución domiciliar de gas natural y la administración aeroportuaria.

Dentro del “sector industrial” se incluyen las empresas de: la producción de productos de cuidado personal y de limpieza del hogar; productos químicos; alimentos y bebidas; agroindustria; productos farmacéuticos; automotores; productos para la construcción y producción de bienes de consumo.

En el grupo “asociaciones empresarias” podemos encontrar a las cámaras, asociaciones empresarias de todo tipo, consejos empresarios, etc. Finalmente, el grupo “otros” incluye transporte y almacenaje; medios, comunicación y entretenimientos; consultoría y auditoría; servicios de recursos humanos; normalización y certificación y desarrollos inmobiliarios.

#### Empresas que presentaron COP's por sectores



Fuente: elaboración propia

Como se desprende del gráfico, la mayor cantidad de comunicaciones sobre el progreso provienen de las empresas de servicios públicos y, en segundo lugar, de empresas que podríamos definir del sector industrial. Dentro del primer grupo se destacan las empresas relacionadas con la provisión de energía eléctrica, con un total de 13 COP's presentadas.<sup>2</sup> Al respecto, podríamos deslizar al menos tres hipótesis:

- a. estas empresas, en su mayoría de capitales extranjeros, tienen una gran cultura en la preparación y presentación de informes, por lo cual no encuentran dificultad a la hora de reportar sus progresos en relación al Pacto Global.

<sup>2</sup> Recordemos que todas las empresas de este rubro son empresas privatizadas o se encuentran explotando concesiones públicas que en muchos casos operan en mercados monopólicos sometidos a la regulación estatal.

- b. estas empresas, que en su mayoría son empresas privatizadas que han sufrido en los últimos tiempos una crisis de legitimidad social importante, tienen una expresa preocupación por rendir cuentas de sus acciones a la ciudadanía como una manera de recomponer vínculos con sus clientes-usuarios o,
- c. estas empresas, que en su gran mayoría realizan operaciones cotidianas de alto impacto en el bienestar de la sociedad, tienen incorporada la cultura de la RSE y el Pacto Global sólo ha venido a reforzar esta práctica.

Si comparamos estos datos con aquellos presentados en el Documento de Trabajo N° 1,<sup>3</sup> aun en las presentaciones de las COP's se conserva el perfil empresario que ha tenido esta iniciativa en nuestro país.

Si clasificamos a las empresas que han presentado la comunicación sobre el progreso en función de la cantidad de empleados declarados obtenemos el siguiente cuadro:

Cantidad de empleados	Entidades que presentaron la COP
0 a 100	18
101 a 500	16
501 a 1000	12
Más de 1001	7

Fuente: elaboración propia

No existe una correlación entre cantidad de empleados (o tamaño de la compañía) y COP's presentadas puesto que la distribución es relativamente homogénea entre todas las categorías aunque se observa una leve superioridad para las empresas de los dos primeros grupos (aquellas con menos de 500 empleados concentran 34 sobre 53). Cabe mencionar, sin embargo, dos datos importantes:

- Dentro del primer grupo (el más numeroso en presentar COP's), encontramos que 14 compañías tienen menos de 50 empleados. Esto quiere decir que pequeñas y medianas empresas (medidas en función de la cantidad de empleados) también están en condiciones de ser parte del Pacto Global e informar acerca de su progreso.
- Dentro del último grupo (el menos numeroso en presentar COP's), encontramos que 1 empresa supera ampliamente los 10.000 empleados.

<sup>3</sup> Documento de Trabajo N° 01/04 "Evaluando el Pacto Global en Argentina: el perfil de las empresas adheridas", producido por la Oficina del Pacto Global en Argentina, [www.undp.org.ar](http://www.undp.org.ar)

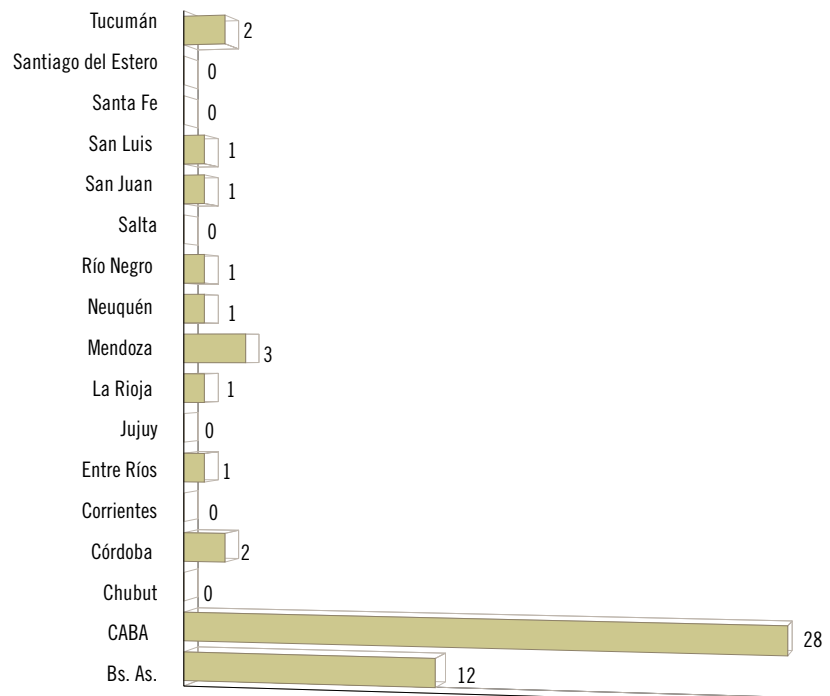
**El Pacto Global no solo fue una herramienta inclusiva al momento de su firma. La universalidad de los principios que promueve permite que sean incorporados tanto en la gestión de las grandes empresas, como a lo largo de toda la economía, acercando a las PYME's estándares internacionales de RSE posibles de aplicar en su gestión.**

Oficina Local del Pacto Global  
Diciembre de 2004

## 2 b. Distribución geográfica

Como puede observarse a continuación, la mayor cantidad de COP's provienen de empresas que declaran su domicilio legal en la CABA y en la provincia de Buenos Aires. En este punto, cabe aclarar que muchas de ellas tienen sus operaciones y actividades en una o varias provincias.<sup>4</sup> En consecuencia, es probable que estos dos distritos estén sobrerrepresentados. De todos modos, es un desafío para la Red Argentina del Pacto Global lograr que las empresas firmantes del interior de nuestro país también presenten su comunicación sobre el progreso, de manera de conservar el perfil federal de la iniciativa.<sup>5</sup>

### Cantidad de COP's presentadas por provincia

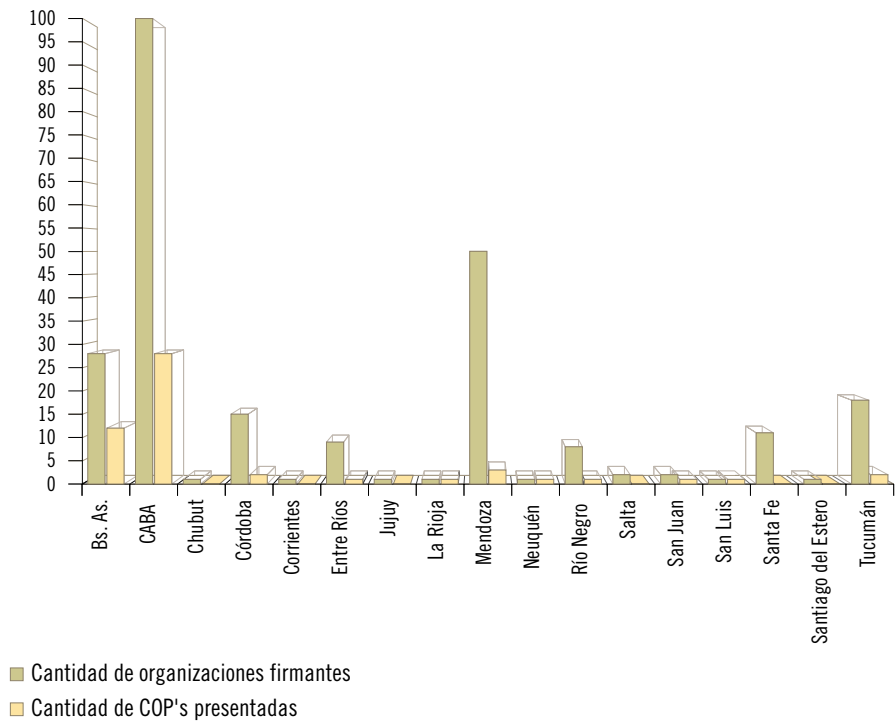


Fuente: elaboración propia

<sup>4</sup> Por ejemplo ARCOR, Grupo Burco, Aeropuertos Argentina 2000, Nestle Argentina S.A., etc.

<sup>5</sup> Para este punto, véase el Documento de Trabajo N° 1 del Pacto Global en Argentina.

Comparando con la cantidad de firmantes por provincias se desprende lo siguiente:



Fuente: elaboración propia

### 3

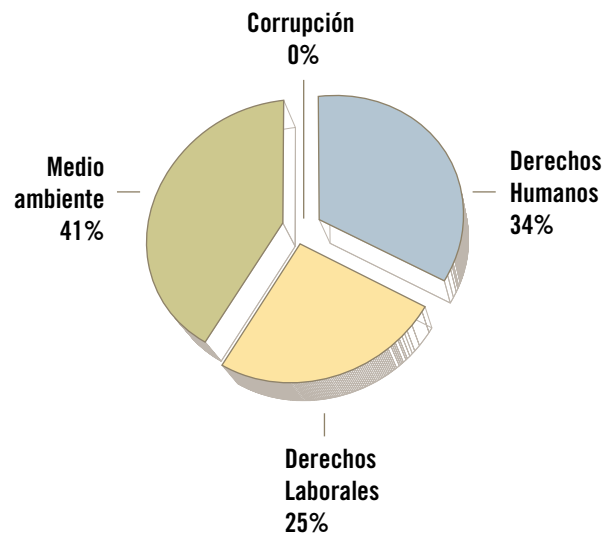
## ¿De qué hablan las Comunicaciones sobre el Progreso?

Las empresas que enviaron su comunicación sobre el progreso nos reportan actividades en apoyo a las 3 grandes áreas de trabajo del Pacto Global: los derechos humanos, los derechos laborales y el medio ambiente. Así, encontramos que:

- 33 COP's desarrollan los principios relacionados con los derechos humanos,
- 24 los relacionados con los derechos laborales y
- 40 los relacionados con el medioambiente.
- Ninguna aclara sus acciones a favor del 10º principio relacionado con la lucha contra la corrupción<sup>6</sup> que fuera incorporado en junio de este año en la Cumbre de Líderes del Pacto Global.

<sup>6</sup> "Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno"

### Áreas de principios mencionadas en las COP's



Fuente: elaboración propia

Las experiencias presentadas pueden ser clasificadas, también, según se orienten hacia el interior de la compañía, en su relación con la comunidad o en su cadena de valor. De esta manera, podemos encontrar que 47 informes mencionan acciones y programas al interior de la empresa (en relación a los empleados, modificación y certificación de prácticas,<sup>7</sup> etc.), 30 mencionan proyectos y acciones con la comunidad y 25 se relacionan con proyectos destinados a la cadena de valor. De estos últimos, 17 están relacionados directamente con el control y capacitación de los proveedores para cumplir con los estándares de calidad impuestos por la empresa, y 3 de ellos específicamente mencionan tener en cuenta los principios del Pacto Global a la hora de la contratación de los mismos (Atacama S.A. de Publicidad, Torresolar S.R.L. y Novartis Argentina S.A.).<sup>8</sup> Por último, 2 empresas mencionan haber desarrollado nuevos productos medioambientalmente responsables de manera de trasladar esta conciencia a los clientes (como son los casos de Schneider Electric Argentina y Surfactan S.A.).<sup>9</sup>

Este trabajo sobre la cadena de valor tiene una vital importancia para el Pacto Global, ya que de esta manera se favorece el traslado de estándares de RSE tanto a los proveedores como a los clientes, generando una mejora en la conducta de todos los sectores a manera de cascada.

<sup>7</sup> Gran parte de las certificaciones son ISO 14001 e ISO 9001, y una sola OHSAS 18001.

<sup>8</sup> Es muy importante mencionar que las dos primeras son empresas con menos de 50 empleados y Torresolar específicamente es una empresa familiar de menos de 10 empleados.

<sup>9</sup> Surfactan S.A. es una PYME de la industria curtidora, con menos de 100 empleados, que por otro lado está instalando un laboratorio con el objetivo de desarrollar productos y procesos que minimicen el impacto ambiental, el cual estará abierto no solo a todos sus clientes de Latinoamérica, sino además a toda empresa vinculada a las curtiembres que quiera minimizar su impacto ambiental.

### 3.a Las alianzas de las empresas: la importancia del sector público

Concientes de la necesidad de generar alianzas para lograr resultados de alto impacto y sustentables, desde el Pacto Global se incentiva a las empresas firmantes a desarrollar alianzas con actores sociales claves. Para esto el Pacto Global funciona también como una plataforma de encuentro y de diálogo para el establecimiento de alianzas público-privadas y privadas-privadas. Así, muchos de los programas mencionados en las COP's presentadas son llevados adelante en alianza con otros actores sociales.

Estas alianzas tienen las siguientes características:

- a. 33 COP's mencionan alianzas con el sector público:

Gobierno Nacional	Gobierno Provincial	Gobierno Municipal	Otras instituciones	Org. Internacionales
Área Social <sup>10</sup> SEPYME	Área Social	N/A	Escuelas de nivel primario y secundario	UN; BID
9	8	9	11	3

- b. 21 COP's mencionan alianzas con ONG's (donde 6 son organizaciones de base).
- c. 20 COP's mencionan alianzas con otras empresas u organizaciones privadas: 4 de estas experiencias son con entidades educativas privadas.

Un punto importante para mencionar es que gran parte de las PYME's no mencionan alianzas de ningún tipo. Una situación claramente diferente de las empresas más grandes quienes llevan adelante la mayoría de sus programas en alianza con algún otro actor social (público o privado).

### 3.b El dilema de la comunicación

Hubo mucho debate en los últimos tiempos acerca de la importancia (y/o necesidad, según desde donde se viera) de la comunicación de las acciones y programas de RSE de las empresas. En un estudio reciente se advertía que "en general los ciudadanos consideran positivamente que las empresas comuniquen sus acciones de responsabilidad social".<sup>11</sup> En esta elección se priorizaban los canales institucionales y periodísticos por sobre los publicitarios.

Desde el Pacto Global se incentiva a las empresas a difundir y comunicar, por el medio que crean más conveniente, sus acciones de RSE y po-

<sup>10</sup> Por área social entendemos los ministerios (o sus similares) de Salud, Educación, Trabajo, Ambiente, Desarrollo Social.

<sup>11</sup> Informe - Estudio de Opinión; "La responsabilidad social empresaria en la Argentina"; elaborado por Decisión Consultores; Agosto de 2002; [www.decisionconsultores.com.ar](http://www.decisionconsultores.com.ar)

ne a disposición de las compañías su sitio web. Somos de la opinión que la comunicación seria y responsable logrará un efecto dominó trasladando a toda la economía los estándares éticos que promueve esta iniciativa. Pero es necesario, para que la comunicación sea efectiva y para que la integridad de la iniciativa no se vea afectada, que la misma tenga el objetivo principal de informar y no de publicitar y que esté dirigida a todos los grupos de interés relacionados con la actividad de la empresa.<sup>12</sup>

De las 65 COP's presentadas, 40 especifican el medio por el cual comunican sus acciones en RSE. Los medios más mencionados son las memorias y balances anuales, el newsletter o boletín electrónico, la página web y los medios de comunicación.

En lo que respecta a la comunicación interna, sólo 23 compañías especifican de qué manera comunican las acciones a sus empleados y este tipo de comunicación es básicamente a través de la intranet, house organ, carteleras, charlas informativas y correos electrónicos. Cabe mencionar que entre las empresas con menos de 100 empleados, por lo general, o no se especifica el medio de comunicación utilizado o se lo hace de manera informal.

### 3.c Impacto: ¿qué es impacto?

La comunicación sobre el progreso indaga a las compañías, también, acerca del impacto de sus programas, acciones y actividades. En 47 COP's se ha contestado a esta pregunta pero sólo 27 utilizan algún tipo de criterio cuantitativo a la hora de medir el impacto. Al mismo tiempo, casi ninguna menciona la línea de base para estas mediciones. Esto refuerza la hipótesis que sostiene que la mayoría de las compañías no planifican sus actividades de RSE y que las mismas no son sometidas a un análisis de impacto que pudiera medir la inversión social realizada.

**El Pacto Global, como lineamiento de política, ha tenido un alto impacto al interior de las empresas: 15 compañías mencionan que el ingreso al Pacto Global ha tenido algún cambio en la gestión interna de la empresa.<sup>13</sup> Y, generalmente, estos cambios están relacionados con el lanzamiento o reformulación de proyectos, la recategorización de los empleados<sup>14</sup> o la creación de nuevas áreas o nuevos puestos específicamente relacionados con políticas de RSE.**

Oficina Local del Pacto Global  
Diciembre de 2004

<sup>12</sup> Empleados, proveedores, clientes, consumidores, accionistas, gobierno, organizaciones de la sociedad civil, etc.

<sup>13</sup> EDESA, EDESAL, EDELAR, Concentra Argentina S.A., EDEA S.A., BMW Group Argentina, ADEERA, TGS, Farmacias del Centro S.A., Graciela Adan y Asociados S.A., Vector Grupo Consultor, Molina Blotta y Asociados, Sandoz S.A., Torresolar S.A., Arca Distribuciones S.A.

<sup>14</sup> Con esto nos referimos a los cambios en el tipo de contratación del personal, pasando de personal temporario a permanente con remuneración mensualizada.

## La educación como eje de trabajo

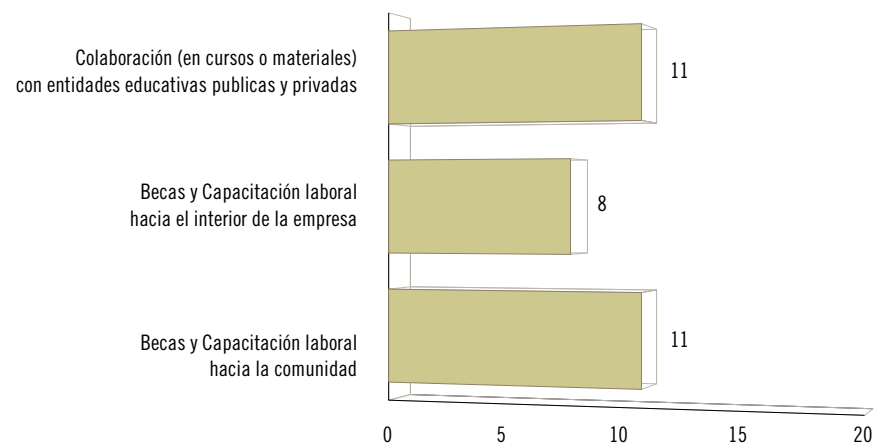
Un estudio reciente, encargado por la Fundación Banco Francés, realizado entre los principales líderes empresarios señala que la educación es uno de los temas más graves de la agenda social argentina para los próximos 5 años.<sup>15</sup> Allí se reconoce, también, que sería uno de los temas principales en el accionar social del sector privado de nuestro país: 4 de 5 encuestados manifestaron que su empresa debería actuar en este campo.

En línea con este estudio, encontramos que muchas compañías que presentaron su comunicación sobre el progreso están implementando *proyectos de educación y capacitación que están dirigidos no sólo hacia la comunidad sino también al personal de su organización con la intención manifiesta de colaborar en la superación de la desigualdad de oportunidades que padece la Argentina de nuestros tiempos.*

Estos proyectos están básicamente orientados a brindar capacitación para el trabajo, ya que reiteradamente se menciona la evolución del mercado de trabajo hacia un modelo más exigente en cuanto a conocimientos y educación como el principal motivo de su desarrollo. En este sentido, encontramos que:

- 11 empresas desarrollan proyectos de colaboración con entidades educativas, ya sea en el dictado de cursos, en apoyo con conocimiento técnico, con la donación de materiales o a través de mejoras edilicias;
- 8 empresas han implementado programas de becas y/o capacitación laboral para sus empleados y/o para su núcleo familiar. En algunos casos, se incluye como beneficiario a los proveedores; y
- 11 empresas otorgan becas o brindan cursos de capacitación para los miembros de la comunidad cercana así como otras colaboran con Universidades en el otorgamiento de becas para sus alumnos.

### Educación



Fuente: elaboración propia

<sup>15</sup> "Hacia una mayor eficiencia de la inversión social del sector privado en la Argentina" (Encuesta realizada a líderes empresarios), a cargo de la Universidad Torcuato Di Tella; Abril/Mayo 2004; [www.bancofrances.com.ar](http://www.bancofrances.com.ar)

## 4

## Los silencios de las empresas

Hemos señalado que el gran tema ausente en las comunicaciones de las empresas es el 10<sup>mo</sup> principio. Pero, como también afirmamos antes esto se explica por su reciente incorporación al Pacto Global. Su inclusión en las futuras comunicaciones del progreso es de suma importancia para fortalecer la credibilidad de la iniciativa dado que es un principio con consecuencias sistémicas de alto impacto en el ambiente de los negocios.

En relación con los derechos humanos, por ejemplo, una sola empresa reporta progresos en la lucha contra la expansión de la epidemia del HIV/SIDA. Es el caso de la empresa Argenti Lemon S.A., que ha encarado una campaña de capacitación a sus empleados orientada a la prevención de la enfermedad. Pero, por el contrario, no hay una sola experiencia que afronte la cuestión del género, como por ejemplo, la posibilidad de acceso de las mujeres a los cargos decisorios o la igualdad salarial entre hombres y mujeres. Por último, debemos señalar que en los últimos tiempos se han detectado nuevas formas de discriminación laboral más sutiles relacionadas con el lugar de residencia, la edad o el estado civil de las personas.<sup>16</sup> Esto obliga a las compañías a redoblar esfuerzos en la detección de posibles actos de discriminación y a mejorar sus políticas de recursos humanos. Un ejemplo en este sentido, son los casos de Arcor, AEA y el Consejo Empresario de Entre Ríos que entienden que una forma posible de discriminación laboral se relaciona con la falta de capacitación. Para paliarlo, estas empresas han puesto en marcha distintos programas de educación y entrenamiento laboral.

La lucha contra el trabajo infantil, en el campo de los derechos laborales, es el otro gran tema ausente. Si bien muchos de los programas y experiencias presentados apuntan a la educación, que podría ser una estrategia indirecta para enfrentar este problema, encontramos que una sola empresa (Grupo Burco) ha decidido poner en marcha un programa orientado específicamente a eliminar las formas de trabajo infantil que se dan en su comunidad. Si bien es cierto que las empresas grandes de Argentina no emplean mano de obra infantil, también debemos reconocer que las empresas podrían influir en su cadena de valor para evitar que sus empresas contratistas o proveedoras sí lo hagan. En este sentido, desde el Pacto Global se espera que las compañías asuman su responsabilidad en este sentido apoyando a sus proveedores, contratistas o incluso competidores a superar este problema que en muchas regiones del país presenta índices alarmantes.

Finalmente, un tema que preocupa es la ausencia de publicidad por parte de las empresas de sus iniciativas de diálogo con los trabajadores formales (léase, sindicatos u otras formas asociativas). Con la rara excep-

<sup>16</sup> Ver Diario Clarín, Domingo 14 de Noviembre de 2004, “Discriminación laboral: un abuso doloroso y frecuente”.

ción de una empresa (Farmacias del Centro S.A.) que manifiesta haber establecido un canal formal de diálogo con el sindicato, con carácter periódico y permanente, no parecen existir demasiados incentivos para publicitar este tipo de iniciativas estrechamente relacionadas con el principio N° 3 del Pacto Global.

## 5 Algunas conclusiones tentativas sobre el Pacto Global y la RSE

Como primera conclusión podemos afirmar que el Pacto Global ha logrado instalarse en las compañías argentinas. Su nivel de receptividad es elevado si tenemos en cuenta la cantidad de empresas adheridas, la cantidad de comunicaciones sobre el progreso recibidas, los sectores de actividad involucrados, etc. Desde un punto de vista cualitativo, incluso, que 15 empresas manifiesten que tras la firma del Pacto Global hayan redireccionado sus programas de RSE en línea con los principios universales que promueve la iniciativa, que se hayan creado equipos especialmente destinados para evaluar la implementación de los principios o que las PYME's permanezcan en la Red a la par de empresas multinacionales de envergadura confirma nuestra sospecha que el Pacto Global ha llegado para quedarse en la Argentina.

En segundo lugar, celebramos la voluntad de las compañías de comunicar sus progresos en relación al Pacto Global. Sólo así el empresariado conservará la credibilidad ciudadana y dará sentido a una iniciativa que se presenta ambiciosa y desafiante por su carácter autoregulatorio.

En tercer lugar, respecto de las características de los programas de RSE, encontramos la importancia de la educación y la capacitación para el trabajo otorgado por las compañías. Hemos visto que es un tema que está por encima de todos los demás ya que la mayoría de las comunicaciones lo abordan ya sea directa o indirectamente con uno o más principios del Pacto Global.

En cuarto lugar, se registra la necesidad de trabajar más profundamente sobre todos los principios y, especialmente, con aquellos relacionados con los derechos laborales. Para el próximo año esperamos que las comunicaciones del progreso incorporen más principios y las empresas tengan una visión más integrada sobre la problemática de la RSE (por ejemplo, que incluyan programas de lucha contra el desempleo pero conservando el cumplimiento de los principios medioambientales). Debemos recordar que los principios del Pacto Global son interdependientes y el cumplimiento de este compromiso requiere la incorporación de todos ellos en la gestión, de manera de lograr una mejora integral de la misma.

En quinto lugar, y como lección aprendida, se observa la necesidad de realizar capacitación práctica sobre cada uno de los principios, ya que

su generalidad provoca que se citen algunos pero en el desarrollo de la comunicación la experiencia que se menciona o lo aborda de manera muy tangencial o directamente no lo aborda. En este sentido, a la Guía del Pacto Global<sup>17</sup> habría que sumar actividades sobre casos reales o del tipo “role playing” que permitan identificar el problema y la relación directa con alguno de los diez principios del Pacto Global.

Por último, resulta clave incentivar a las empresas que aun no han presentado su comunicación sobre el progreso de modo que el sector privado argentino pueda seguir ocupando el rol de liderazgo dentro del Pacto Global que supo ganar en abril de este año. Para esto es necesario que la mayor cantidad posible de empresas presenten su reporte con el fin último de que ninguna de ellas figure como inactiva o incumpliendo su compromiso con el Pacto Global.

<sup>17</sup> “Guía del Pacto Global - Una forma practica para implementar los principios en la gestión empresarial”; Oficina del Pacto Global en Argentina; Septiembre de 2004; [www.undp.org.ar](http://www.undp.org.ar)