



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Carrera: Contador Público Nacional y Perito Partidor

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN LA ACTIVIDAD VITIVINÍCOLA DE MENDOZA

Trabajo de Investigación

POR

Azócar Petrónio, Andrés Salvador
Boussy, Emilia Carolina
Cicilotto, Cristian Adrián
Cid, María Elsa

Registro N° 24206
Registro N° 24227
Registro N° 24259
Registro N° 24260

Profesor Tutor

Ramiro Noussan Lettry

M e n d o z a - a ñ o 2013

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I - ANTECEDENTES DE RSE	7
1. Antecedentes en el mundo y en Argentina	7
2. Concepto de RSE	8
3. Organismos Nacionales e Internacionales	10
3.1 Pacto mundial de las Naciones Unidas	10
3.2 Unión Europea	11
3.3 La declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT	12
3.4 Las normas ISO 26000	13
3.5 El Instituto Argentino de Normalización y Certificación	13
4. Normativa relativa a la RSE	14
5. La RSE hoy: toma de conciencia en la necesidad de cambio	16
6. La RSE y la triple creación de valor	17
CAPÍTULO II - MEDICIÓN DE LA RSE	18
1. Indicadores de RSE	18
1.1 Valores, transparencia y gobierno corporativo	18
1.2 Público interno	20
1.3 Medio ambiente	24
1.4 Proveedores	26
1.5 Consumidores y clientes	28

1.6 Comunidad	30
1.7 Gobierno y sociedad	33
CAPÍTULO III: RSE COMO VENTAJA COMPETITIVA	37
1. Mejora del prestigio, reputación y/o imagen de la organización	37
2. Reducción de la conflictividad social y legal por cuestionamientos de diferentes índole	37
3. Acceso a mercados con mayores niveles de exigencia	38
4. Disminuye la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento	38
5. Beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes.....	38
6. Reducción de costos por el reciclaje y reutilización de recursos	39
CAPÍTULO IV: RELACIÓN ENTRE LA CONTABILIDAD Y LA RSE	40
1. Contabilidad social	40
2. Usuarios de los informes contables sociales	42
3. Sistemas contables sociales	43
4. Informes contables sociales	44
5. Conclusiones	47
CAPÍTULO V: RSE Y ACTIVIDADES REGIONALES	48
1. Aplicación de la Responsabilidad Social Empresaria en el sector vitivinícola	48
2. Trabajo de campo	52
Conclusiones	64
Bibliografía	66
Anexos	68

- Anexo A Resolución del parlamento Europeo	68
- Anexo B La declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT	81
- Anexo C Ley 8.488 Provincia de Mendoza	94
- Anexo D Reporte de sostenibilidad. Guía GRI	100

INTRODUCCIÓN

La presente investigación versa sobre la “Responsabilidad Social Empresaria”, tema de vital importancia, ya que se trata de la nueva filosofía de gestión de negocios que se está desarrollando en las empresas y que consiste en la preocupación de éstas por el entorno en el cual se desenvuelven.

Así, utilizando a la “Responsabilidad Social Empresaria” como la nueva herramienta de gestión, las empresas ya no son solo fuente de trabajo, productoras de bienes y servicios y generadoras de recursos financieros, sino que también aportan al desarrollo de las comunidades en los distintos ámbitos, permitiéndole a la empresa posicionarse en el mercado a través de diferentes ventajas que le otorga.

La “Responsabilidad Social Empresaria” ha sido de tal utilidad, que no solo es aplicada por las grandes empresas sino que también la están adoptando las PyMes, ya sea en forma directa o indirecta, como una solución a un mundo cada vez más globalizado, en el cual deben intervenir tanto los integrantes de la organización en su totalidad, como así también los demás integrantes de la cadena del negocio, teniendo como principal enfoque a la comunidad.

En esta investigación se conceptualiza la RSE y se desarrolla una breve historia de su llegada al país. Además, se aportan algunos elementos que contribuyen a mostrar la conveniencia de su aplicación y los beneficios que le trae a las empresas del medio que lo han implementado. De esta forma se intenta dar respuesta a diferentes interrogantes que surgen a la hora de decidir como dueño de una empresa acerca de la aplicación o no de esta filosofía de gestión de negocios. Estos aspectos se abordan en los capítulos I y II.

Por todo lo expuesto anteriormente y por el auge que ha tenido la RSE en las empresas locales es que se abordó el tema no sólo desde su concepción sino de la forma que éste es implementado y cómo beneficia no sólo a las empresas que lo aplican sino también al medio en el que se desenvuelven, aspectos tratados en el capítulo III.

En el capítulo IV se trata la relación entre la contabilidad y la RSE, haciendo especial referencia a los informes contables sociales. Finalmente, en el capítulo V se vincula específicamente el tema central del trabajo con las actividades regionales, realizando una aplicación en la actividad vitivinícola, como actividad representativa de las actividades regionales.

A modo introductorio, es posible expresar que la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria en toda empresa, ya sea de gran magnitud o PyMe, es un tema de gran actualidad y que

otorga grandes ventajas como mejora de la imagen y la reputación e incrementar ganancias y la competitividad, protegiendo al medio ambiente y la comunidad.

Al iniciar este camino, algunos pasos y prácticas útiles que las empresas han aplicado son:

- Llevar a cabo acciones solidarias.
- Diseñar una acción hacia el interior de la empresa y simultáneamente hacia el exterior, es decir, una acción que abarque a sus trabajadores y otra a la comunidad, por ejemplo, algún programa de alimentación saludable para sus empleados, o la mejora del espacio que ellos utilizan para comidas o refrigerios y simultáneamente se podría disponer la donación a alguna organización social del equipamiento informático en buen estado del que pueda prescindir o la ejecución de mejoras sencillas como pintar un comedor comunitario o una escuela.
- Se debe comenzar por acciones sencillas y económicas, y luego avanzar progresivamente hacia tareas más complejas, más integrales y abarcativas.
- Consultar a los trabajadores y a los destinatarios de sus acciones responsables, antes de decidir realizarlas, ya que es difícil que las personas se involucren y sientan como propias las medidas dispuestas unilateralmente. Por lo tanto para confirmar que estas actividades sean necesarias y efectivas lo mejor es decidir qué actos realizar junto con los empleados y quienes vayan a recibir los beneficios.

Por último, se puede expresar que la práctica de la RSE requiere de cierta madurez, ya que una empresa podrá dedicarse adecuadamente a colaborar con la mejora de la sociedad sólo si se encuentra madura y razonablemente organizada. Intentar estas acciones, sencillas, económicas y con resultados notorios al corto plazo y medibles, le brindarán la oportunidad de aprender y entrenarse en el ejercicio de la RSE.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

1. ANTECEDENTES EN EL MUNDO Y EN ARGENTINA

Como nombra en su trabajo Portal (2011) es posible encontrar antecedentes referidos a la RSE en al menos tres vertientes:

Ñ **Formas Societarias:** estos antecedentes se remontan al siglo XIX, en el marco del Cooperativismo, el Asociativismo y Sociedades Laborales, fundaciones que buscaban conciliar la productividad empresarial con principios democráticos y solidarios.

Ñ **Tecnologías Modernas de Gestión:** Como TQM: Gestión Total de Calidad, Six Sigma (Seis Sigmas), Mejora Continua, JIT: Justo a Tiempo, Teoría de la Cadena de Valor, Gestión Orientada al Cliente, Marketing; han contribuido en el sentido que ponían énfasis en la participación activa de todos los actores y en la Satisfacción de las Necesidades de Clientes, Proveedores, Empleados, con productos y servicios de calidad, procesos productivos eficientes, cuidado del medio ambiente y atención a los requerimientos de estos y de la sociedad en su conjunto. En muchos casos se atendía estos temas desde una óptica parcial.

Ñ **Conciencia Universal de las Necesidades de Cambio:** Resulta interesante destacar la labor en la toma de conciencia social sobre algunas problemáticas universales como medio ambiente y contaminación, relaciones laborales y sociales, y las necesidades de cambio, En este sentido debemos reconocer la importancia de la labor destacada en la tarea promocional de organizaciones como: FAO, El Club de Roma, Greenpeace, La OIT y UNESCO, entre otras.

ANTECEDENTES NACIONALES

Sanchez y Noussan Letry (2010) dicen que en Argentina, la RSE surge paralelamente a la crisis económica del 2001, debido a las extremas circunstancias económicas y sociales que vivió el

país. Esto resaltó la importancia de la participación del sector empresario en el proceso de revitalización, por lo que la crisis fue un catalizador para fomentar mayor conciencia social.

2. CONCEPTO DE RSE

Para definir la RSE, podemos recurrir a distintos organismos como nombra Portal (2011):

- **Según la OIT (Organización Internacional del Trabajo):**

La RSE es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación.

- **Para la ISO 26000**

Es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades, incluyendo tanto productos como servicios y procesos, en la sociedad.

Es un modelo estratégico de gestión, que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones. Implica un compromiso renovado con la comunidad, su entorno y los diversos públicos con los que interactúa una organización, tales como empleados, accionistas, proveedores, clientes y consumidores.

Responsabilidad Social significa:

- Mantener un comportamiento transparente y ético
- Contribuir al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar social
- Tener en cuenta las expectativas de las partes interesadas.
- Respetar las leyes aplicables y ser coherente con la normativa internacional
- Integrar la responsabilidad social en toda la organización
- Practicar la responsabilidad social en las relaciones con otros actores dentro de su red de actividades.

- **El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE)**

Se adhiere a la definición elaborada por el Instituto Ethos de Empresa y responsabilidad Social de Brasil, la cual se transcribe a continuación: “La RSE es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.”

Es la forma de conducir los negocios de la empresa, tratando de generar una triple creación de valor: económico, social y ambiental para la empresa y para la sociedad.

En Resumen, se puede definir a la RSE como el compromiso voluntario de una empresa para contribuir con la sociedad en la que se desenvuelve la organización, a través de buenas prácticas laborales, que colaboran con el cuidado de la comunidad y del medio ambiente.

Además, dado que no existe una definición única acerca de lo que es la RSE, sino que se trata de un concepto en permanente evolución, se puede afirmar, como dice Esther Sanchez y Ramiro Noussan Lettry (2010), que la RSE supone:

- Una visión de INTEGRALIDAD, es decir, es algo que abarca a un conjunto complejo de dimensiones.
- Una perspectiva de GRADUALIDAD, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.
- Una noción de PROPORCIONALIDAD, ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.
- Una mirada de TOTALIDAD, en tanto que en la práctica es una idea que debe incluir a todas las empresas, con independencia del tipo y tamaño.

También, se puede afirmar que el pilar fundamental a partir del cual surgió el concepto de responsabilidad social empresaria es el concepto de desarrollo sustentable, debido a que hace hincapié en satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

3. ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES

3.1. PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Como dice Porter (2011), el Pacto Mundial es una iniciativa de política estratégica para las empresas que se comprometen a alinear sus operaciones y estrategias con diez principios universalmente aceptados en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente, y lucha contra la corrupción, los cuales se detallan a continuación:

En lo referido a derechos humanos las empresas deben:

- Principio 1: apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente,
- Principio 2: asegurarse de que no son cómplices en abusos de derechos humanos.

En lo relacionado a normas de trabajo, decimos que las empresas deben apoyar:

- Principio 3: la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- Principio 4: la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio;
- Principio 5: la abolición efectiva del trabajo infantil, y
- Principio 6: la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.

Con respecto al medio ambiente deben:

- Principio 7: promover un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente;
- Principio 8: adoptar iniciativas para promover la responsabilidad ambiental, y
- Principio 9: fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

En materia de lucha contra la corrupción nos encontramos con:

- Principio 10: las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”.

3.2. UNIÓN EUROPEA

En la Unión Europea existe un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS), éste tiene por objeto promover mejoras continuas del comportamiento medioambiental de todas las organizaciones europeas y la difusión de la información pertinente al público y otras partes interesadas. Este es un sistema que está reglamentado en el Reglamento (CE) nº 761/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de marzo de 2001, por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS). El objetivo del nuevo sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS) es promover la mejora del comportamiento medioambiental de las organizaciones privadas y públicas de todos los sectores de actividad económica mediante:

Ñ El establecimiento y la aplicación, por parte de las organizaciones, de sistemas de gestión medioambiental según se describen en el anexo I del presente Reglamento;

Ñ La evaluación objetiva y periódica de tales sistema,

Ñ La formación y participación activa del personal de las organizaciones;

Ñ La información al público y otras partes interesadas.

La resolución del Parlamento Europeo fue adoptada el 13 de Marzo de 2007, y trata sobre Responsabilidad Social de las Empresas. En él, se detalla un sumario de temas relevantes, donde lo más destacado se detalla a continuación:

Considera que las empresas no deben sustituir a los poderes públicos cuando éstos dejan de asumir el control del respeto de las normas sociales y medioambientales,

Manifiesta su convicción de que una mayor responsabilidad social y medioambiental por parte de las empresas, unida al principio de responsabilidad empresarial, representa un elemento esencial del Modelo Social Europeo y de la Estrategia Europea de Desarrollo Sostenible a la vez que responde a los retos sociales de globalización económica,

Pide a la Comisión que fomente la difusión de las buenas prácticas resultantes de las iniciativas voluntarias en materia de RSE

Busca crear una Alianza Europea para la Responsabilidad Social de las Empresas en asociación con diversas redes empresariales;

Subraya que los consumidores desempeñan un importante papel en la creación de incentivos para una producción y una práctica comercial responsables; aunque, por el momento, esta situación es poco transparente para los consumidores, debido a la confusión que existe entre las diferentes normas nacionales de producción y los diversos sistemas de etiquetado de los productos.

Pide a la Comisión que, en los futuros acuerdos de cooperación con países en desarrollo, incluya capítulos relativos a la investigación, la supervisión y la asistencia destinada a la resolución de problemas sociales, humanos y ambientales, tanto en la actividad como en la cadena de suministro de las empresas de la UE en países terceros.

3.3. LA DECLARACIÓN TRIPARTITA DE PRINCIPIOS SOBRE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES Y LA POLÍTICA SOCIAL DE LA OIT

Esta declaración es adoptada por el Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo en su 204ª reunión que se desarrolló en Ginebra en noviembre de 1977, en la forma enmendada en sus 279ª reunión de noviembre de 2000 y 295ª reunión de marzo de 2006.

Ella contiene un sumario, en el cual se destacan, entre otros los siguientes temas:

Ñ Que las empresas multinacionales desempeñan un papel muy importante en las economías de los países y en las relaciones económicas internacionales, mediante inversiones directas que contribuyen a una utilización más eficaz del capital, la tecnología y el trabajo.

Ñ Tiene por objeto fomentar la contribución positiva que las empresas multinacionales pueden aportar al progreso económico y social y minimizar y resolver las dificultades a que pueden dar lugar las operaciones de estas empresas.

Ñ Este objetivo será promovido por leyes y políticas, medidas y disposiciones apropiadas adoptadas por los gobiernos y mediante la cooperación entre los gobiernos y las organizaciones de empleadores y de trabajadores de todos los países.

Ñ Además promueve el empleo, la igualdad de oportunidades y de trato, la seguridad del empleo, buenas condiciones de trabajo y de vida, la edad mínima de admisión del empleo, la seguridad e higiene y la solución de conflictos laborales.

3.4. LAS NORMAS ISO 26000

Las Normas ISO 26000, son una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización, y versan sobre lo que llaman las “Siete Materias”, estas son:

1. Derechos humanos.
2. Prácticas laborales.
3. Medio ambiente.
4. Prácticas operacionales justas.
5. Relación con consumidores.
6. Comunidad y desarrollo.
7. Gobierno, estructuras y procesos organizacionales.

El objetivo que se plantea es asistir a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar la estructura de la RSE, facilitar la comunicación de los compromisos y actividades relacionadas con RSE, promover la transparencia y contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los accionistas y grupos de interés.

3.5. EL INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN (IRAM)

Este instituto se compromete a la adopción y difusión de las normas ISO 26000, a través de distintos programas, como:

- Ñ Presentaciones del tema responsabilidad social, de la norma ISO 26000 y su proceso de elaboración.
- Ñ Organización de jornadas de trabajo.
- Ñ Desarrollo de cursos de capacitación con contenidos y extensiones adaptados a los distintos niveles de conocimiento.

Ñ Organización de talleres de aplicación del documento borrador de la norma ISO 26000”.

4. NORMATIVA RELATIVA A LA RSE EN ARGENTINA

Como dice Canales (2012), en el año 2009 comenzaron a desarrollar distintos proyectos para reglamentar la RSE en el ámbito contable, como el proyecto de Resolución Técnica N° 23 de la FACPCE, el cual pretende adoptar la Guía GRI. Se trata de una guía internacional para la realización de informes de sostenibilidad, de uso voluntario. Actualmente más de 300 empresas de todos los sectores, tanto industrial, financiero, de servicios y de todo el mundo la han aplicado. En ellas se evalúan los tres matices de sostenibilidad de la empresa, lo que se llama la triple creación de valor.

La Guía GRI (Global Reporting Initiative) ha tenido un fuerte impacto internacional, ya que desde su creación, las tendencias mundiales que lo propiciaron, han seguido incrementando el interés por todo lo relativo a la responsabilidad social de las empresas

Los antecedentes vienen desde el año 1970, en distintos países, sobre todo de Europa, se fueron estableciendo modelos de cómo presentar informes sobre RSE.

El Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad, pone la mirada para informar luego del desempeño de una empresa en los aspectos económico, social y ambiental. Una de sus ventajas es que contempla tres niveles para la realización de la memoria: el inicial, intermedio y experto. Esto da la posibilidad a las empresas de realizar sus memorias progresivamente.

El Marco GRI consta de un conjunto de principios y orientaciones para la elaboración del reporte, que pretenden definir el contenido y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluye los contenidos básicos (indicadores de desempeño) y las pautas técnicas para la elaboración del reporte. Brinda información sobre qué se debe presentar (indicadores) y cómo exponer la información.

Con el correr de los años se han ido presentando diversos proyectos en materia de RSE, hasta que el 30/11/2012, se aprobó la Resolución Técnica 36 de la FACPCE, en donde los puntos más salientes es la voluntariedad de la presentación a terceros del balance social en forma conjunta con los estados financieros, o por separado pero haciendo referencia a los mismos, para ejercicios que se inicien a partir del 01/01/2013; su amplio alcance para todo tipo de ente, ya sea público, privado,

mixto, con o sin fines de lucro, la elección de los lineamientos de la Guía GRI como modelo de referencia para su preparación, dentro del denominado balance social, de la memoria de sostenibilidad, y la definición de un modelo de estado de valor económico generado y distribuido.

NORMATIVA RELATIVA A LA RSE EN MENDOZA

La provincia de Mendoza sancionó la ley 8.488, de esta forma se convierte en una provincia pionera en proponer que las empresas generen el Balance Social.

El balance social es una herramienta que mide las acciones que las empresas realizan a través de diferentes indicadores económicos, sociales y ambientales.

Esta ley tiene como objetivo fomentar conductas socialmente responsables de las empresas y organizaciones en general, en el diseño y materialización de sus políticas, con el fin de que se cumpla una objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera.

Para ello se ha fijado este marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRSAE), que se instrumentará en algunos meses. El plazo es de 180 días y participarán de la instrumentación el Gobierno provincial y entidades intermedias como Valos, el Consejo Profesional de Ciencias Económicas, entre otras.

Esta ley generó un gran debate en cuanto a su instrumentación, ya que la RSE debería surgir como una iniciativa voluntaria de las empresas, por lo que la norma sólo debería preparar un contexto para que cada vez más empresas se animen a llevar adelante gestiones relacionadas con el compromiso social y ambiental pero no obligar a las empresas a su aplicación, como quieren algunos sectores, de modo que si una empresa pasa ciertos parámetros, como por ejemplo que supere los 300 empleados, deba realizar en forma obligatoria un balance social.

En la actualidad el Marco GRI es el modelo más conocido y utilizado internacionalmente, el cual podemos observar en el anexo 4 del presente trabajo, y es el que apunta a ser el líder. Por ello la ley lo toma como Informe de Sostenibilidad en la Resolución Técnica N° 36 de la FACPCE.

En entrevista con el Contador Público Nacional, Felipe Sturniolo, docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, quien es integrante de la Federación Argentina de Concejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) y uno de los autores de la ley, nos explicó que más que una ley de RSE, es una ley de balance social, por lo que las empresas deben evaluar la manera de generar información que les puede servir o no, pero si bien a ellos les va a

representar un beneficio en materia de incentivos fiscales por aplicar RSE, al gobierno le va a servir porque le aporta información ambiental, social, entre otra, que las empresas le van a informar a través de un balance social, el cual deberá ser auditado, de modo tal, que si cumple con ciertos parámetros, se le otorgará un sello social para indicar que es una empresa socialmente responsable, y que el consumidor pueda identificar estos productos e incentivarlo a que los prefiera, ya que sabe que a la larga lo que consume vuelve a la comunidad.

A diferencia de un estado contable, este balance social debe ser auditado por un equipo interdisciplinario, ya que informa diversos aspectos ya mencionados.

El objetivo de esta ley es promover el uso de esta práctica socialmente responsable, ya que le da un beneficio a la comunidad, y en el mundo, las empresas cada vez buscan más a otras empresas socialmente responsables para realizar sus negocios.

Si bien se cree que las empresas se adherirán a esta ley por el tema de los incentivos, la idea es que comiencen a cambiar su conciencia acerca del modo de trabajar.

La ley 8.488 de la Provincia de Mendoza ha sido sancionada con fecha 7 de noviembre de 2012 y publicada en el Boletín Oficial el 28 de noviembre de 2012, pero ya se está trabajando en su modificación y reglamentación, en donde el punto más resaltante, es su adhesión en forma voluntaria por parte de las empresas, de modo tal que en el mediano y largo plazo se pueda comenzar con su aplicación, pero que de todos modos, ya es un gran paso para incentivar este tipo de prácticas.

5. LA RSE HOY: TOMA DE CONCIENCIA EN LA NECESIDAD DE UN CAMBIO

Las empresas hoy en día están tomando conciencia sobre la necesidad de cambiar la visión tradicional, según la cual sólo tenía relevancia el aspecto económico, a una visión integrada basada en la captación del cliente y a partir de esto lograr mejores resultados.

Para lograr este cambio debe integrar siete visiones y así lograr pensar y actuar con RSE:

1. Liderazgo
2. Inserción competitiva
3. Sentido de equidad
4. Proyecto común

5. Visión de largo plazo
6. Sustentabilidad
7. Visión de conjunto

De esta forma, se busca mejorar la reputación corporativa, que es uno de los principales promotores de creación de valor para las empresas. Lograr esto implica un esfuerzo sistemático en varios frentes, tanto de gestión empresarial como de comunicación con los diferentes grupos de interés, y de este modo construir un negocio sólido, basado en principios, visión de largo plazo y con enfoque en rentabilidad y mejora continua.

6. LA RSE Y LA TRIPLE CREACIÓN DE VALOR

Como dice Porter y Kramer (2011), es la forma de conducir los negocios de la empresa, tratando de generar una triple creación de valor para la empresa y la sociedad:

- Ñ Económico
- Ñ Social
- Ñ Ambiental

Por largo tiempo se percibía que los objetivos sociales eran distintos, y hasta competían con los objetivos económicos. Sin embargo, las empresas no funcionan de forma aislada con la comunidad que las rodea, por lo que mientras más se relacione una mejora social con el negocio de la empresa, más conduce a que, a la vez, se genere un mayor beneficio.

CAPITULO II

MEDICIÓN DE LA RSE

1. INDICADORES DE RSE

1.1 VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Siguiendo al Instituto ETHOS (2005), En la toma de decisiones de una empresa se deben tener en cuenta todos aquellos principios que pongan de manifiesto la cultura de la organización y orienten el cumplimiento de su misión. La conducción del desempeño sustentada en valores ayuda también a la empresa a relacionarse de forma ética con sus públicos.

Informar acerca de sus acciones y rendir cuentas a la sociedad de sus actividades refuerza los compromisos éticos de la empresa; en este sentido, la transparencia es uno de los pilares de organizaciones que quieren establecer patrones éticos de relacionamiento.

Por lo tanto, dentro de este indicador, es posible encontrar:

1.1.1 Compromisos éticos

Las empresas preocupadas en establecer compromisos éticos se orientan por valores, cuidan su cumplimiento y su adaptación a los nuevos tiempos. Es necesario verificar si la empresa tiene un código de ética y si esos principios valen para todos los niveles jerárquicos.

1.1.2 Arraigo en la cultura organizacional

Las empresas que tienen como objetivo consolidar sus principios éticos se preocupan por compartir sus valores con sus colaboradores y por lograr que ellos se asimilen a la corporación. Por esta razón, los valores deben ser transmitidos esporádicamente, la adopción de estos valores debe ser evaluada y verificada periódicamente y examinar si la empresa motiva a sus empleados y socios, para que adopten sus valores y principios éticos.

1.1.3 Gobernabilidad corporativa

Es el sistema por el cual las sociedades son dirigidas y monitoreadas, incorporando las vinculaciones entre accionistas o asociados, el consejo de administración, la dirección, la auditoría independiente y el consejo fiscal. Las buenas prácticas de gobernabilidad corporativa tienen la finalidad de aumentar el valor de la sociedad, facilitar su acceso al capital y contribuir con su perdurabilidad.

Al respecto, es fundamental verificar:

- Si el nivel jerárquico mantiene compromiso, políticas explícitas y mecanismos formales para garantizar la integridad de los informes financieros;
- Si el nivel jerárquico tiene políticas explícitas para promover un tratamiento adecuado al derecho de voto y un tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente;
- Si el nivel jerárquico incorpora criterios de orden social y ambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma escuchar, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de las partes interesadas en aquellos asuntos que les son propios.

1.1.4 Diálogo con las partes interesadas (stakeholders)

La capacidad de dialogar con las partes interesadas (*stakeholders*), usando las informaciones obtenidas en esa interacción para mejorar sus procesos internos y construir estrategias, es señal de que la empresa se esfuerza por establecer patrones claros de conducta. En este sentido, es necesario saber:

- Si la empresa incluye demandas de sus públicos en su planificación y de qué manera las identifica;
- Si el proceso antes mencionado se realiza y en cuáles niveles jerárquicos;
- Si tanto los funcionarios como los interesados directos se incorporan a las discusiones;
- Si existen incentivos para fomentar la participación de todos los involucrados;
- Si prevalece la transparencia en lo referente a estrategias y resultados;
- Si los indicadores de desempeño son contruoidos con el concurso de las partes interesadas.

1.1.5 Relaciones con la competencia

En lo que respecta a este tópico, es importante conocer:

- Si la empresa discute con proveedores y clientes, sus posicionamientos frente a la competencia leal;
- Si la empresa participa en asociaciones y cuál es su posicionamiento en relación con las asociaciones bancarias y los carteles, frente a las prácticas desleales de comercio, al fraude y al espionaje empresarial.

1.1.6 Balance social

El balance social es un instrumento destinado a dar mayor transparencia a las actividades empresariales y ampliar el diálogo de la organización con la sociedad. Contiene datos cuantitativos y cualitativos que pueden orientar la planificación del año siguiente, además de demostrar el rumbo de las actividades en el año anterior. Al respecto, es fundamental precisar:

- Si se contempla solamente la descripción de acciones sociales;
- Si los datos se publican con regularidad;
- Si el balance social integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas y si es incorporado a los soportes demostrativos financieros;
- Si el informe es fácilmente accesible, si tiene en cuenta las sugerencias de los *stakeholders* internos y externos y si es utilizado como herramienta de gestión en la planificación estratégica de la empresa.

1.2 PÚBLICO INTERNO

1.2.1 Relaciones con los sindicatos

El mismo Instituto ETHOS dice que es preciso evaluar si existe libertad para la representación sindical en el ambiente de trabajo y si la empresa dialoga con ellos. Igualmente, se debe verificar:

- Si la empresa proporciona informaciones sobre condiciones de trabajo, datos financieros y objetivos estratégicos que afectan los trabajadores en tiempo hábil, a fin de que el sindicato y los trabajadores se posicionen;

- Si hay contrato colectivo, acordado con el sindicato de la categoría principal;
- Si el contrato o acuerdo colectivo garantiza la existencia de comisión de fábrica o de participación empresarial;
- Si la empresa que actúa en regiones diferentes negocia beneficios comunes con los sindicatos.

1.2.2 Gestión participativa

Acerca de este aspecto particular, es fundamental tratar de conocer:

- Si la empresa suministra informaciones, incluso las de carácter económico-financiero, y entrena a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas;
- Si la empresa prevé la participación de representantes de los empleados en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y proporciona el entrenamiento necesario para lograr que los trabajadores participen en la formulación de esos procesos.

1.2.3 Compromiso con el futuro de los niños

Es importante definir la existencia de un conjunto de condiciones en la empresa que garanticen este aspecto, tales como:

- Si respeta la legislación nacional que regula normativamente las condiciones en las cuales se realiza el trabajo de niños, niñas y adolescentes.
- Si discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil;
- Si tiene proyectos internos que contribuyen con el desarrollo integral de los hijos de los empleados, estimulando sus competencias técnicas y psico-sociales (ciudadanía, deportes y artes);
- Si actúa en la comunidad en beneficio de niños, niñas y adolescentes;
- Si coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad;
- Si actúa conjuntamente con el poder público para garantizar los derechos de niños, niñas y adolescentes.

1.2.4 Valoración de la diversidad

La opción por valorar la diversidad no debe reflejarse sólo en el discurso de los portavoces empresariales. Las empresas deben combatir todas las formas de discriminación y valorar las oportunidades ofrecidas por la riqueza étnica y cultural de nuestra sociedad. Así, se requiere comprobar:

- Si la empresa prohíbe formalmente prácticas de discriminación, incluso en los procesos de selección y promoción;
- Si mantiene mecanismos formales de recepción de denuncias;
- Si posee normas escritas que prohíben y prevén medidas disciplinarias contra las prácticas discriminatorias;
- Si ofrece actividades de formación y capacitación en torno a esta materia y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción;
- Si pone en práctica actividades de valoración de grupos étnicos y culturales poco representados en la organización.

1.2.5 Política de remuneración, beneficios y carrera

Los cambios en el mundo del trabajo conducen a las empresas a reforzar el compromiso de sus colaboradores y a planificar conjuntamente con ellos políticas de remuneración y beneficios.

En este sentido, conviene verificar:

- Si la empresa busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos;
- Si trata a los funcionarios como recurso y su política de estímulos incluye buena remuneración e inversión en desarrollo profesional, de acuerdo con un plan de carrera;
- Si valora las competencias y estimula a los funcionarios por medio del sistema de remuneraciones, invirtiendo en el desarrollo de su carrera, así como en incentivar la adquisición de nuevas habilidades por parte de los trabajadores;
- Si trata a los funcionarios como socios y establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y beneficios.

1.2.6 Atención a la salud, la seguridad y las condiciones de trabajo

Las empresas deben asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad. Es posible avanzar algunos pasos en relación con la ley. Al respecto, es importante comprobar:

- Si la empresa ha definido planes y metas para alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector;
- Si desarrolla campañas regulares y permite el acceso a informaciones relevantes, tendientes a elevar el nivel de conciencia en torno a los temas de salud, seguridad y condiciones de trabajo;
- Si la empresa investiga el nivel de satisfacción de los funcionarios en relación con estos temas, evidenciando las áreas críticas;
- Si establece, con los funcionarios, metas e indicadores de condiciones de trabajo, que son incluidos en la planificación, la estratégica y divulgados ampliamente.

1.2.7 Compromiso con el desarrollo profesional y el empleo

Es una buena señal si la organización se preocupa por ofrecer a los funcionarios oportunidades de adquisición de conocimientos que les permitan crecer profesionalmente y mantener su perspectiva en el mercado de trabajo. En este aspecto particular, observe:

- Si la empresa mantiene actividades de entrenamiento y capacitación continua, considerando la aplicabilidad de las mismas en el desempeño actual de las funciones del trabajador;
- Si ofrece a todos sus trabajadores becas de estudio para la adquisición de conocimientos universales, independientemente de la aplicabilidad en las funciones actuales que ellos realizan.

1.2.8 Comportamiento frente a los despidos

Los despidos de empleados debe ser siempre la última salida para reducir gastos y realizar ajustes presupuestarios. Se debe observar si antes de poner en práctica esta medida la empresa acostumbra discutir con los trabajadores las propuestas relativas a la contención y la reducción de gastos.

En el caso de que se vea obligada a tomar la decisión de reducir personal, observar:

- Si la empresa adopta criterios socio-económicos, como edad, estado civil, grupo familiar dependiente del empleado, entre otros;
- Si además de discutir alternativas con los empleados, permite el acceso a las informaciones sobre las cuales se sustentaron las decisiones y ofrece programas de dimisión voluntaria incentivada;
- Si amplía los beneficios y ofrece programas de reubicación y capacitación a los trabajadores despedidos en todos los niveles jerárquicos.

1.2.9 Preparación para la jubilación

La empresa socialmente responsable debe orientar a sus colaboradores acerca de cómo enfrentar esta fase de la vida. Al respecto, es preciso comprobar:

- Si la empresa ofrece asesorías regulares, en lo referente a las modificaciones legales, las alternativas y los procedimientos administrativos para la obtención de la jubilación;
- Si aporta orientación psicológica y de planificación financiera para empleados próximos a la jubilación;
- Si mantiene un programa de aprovechamiento de la capacidad de trabajo de los jubilados en proyectos sociales de la empresa.

1.3 MEDIO AMBIENTE

1.3.1 Compromiso de la empresa con la causa ambiental

Para ETHOS el compromiso real de la empresa con las causas ambientales puede ser evaluado, considerando diversos aspectos de planificación empresarial. En particular, trate de conocer:

- Si la empresa mantiene programas de mejoramiento ambiental, gestión ambiental y prevención de accidentes;
- Si la empresa mantiene programas de mejoramiento ambiental, gestión ambiental y Si la empresa incluye la cuestión ambiental en su planificación estratégica;
- Si la empresa ha creado comités responsables de gestionar y administrar las acciones ambientales;

- Si la empresa desarrolla nuevos negocios o ha adoptado nuevos modelos para negocios ya existentes, sobre la base de criterios de sustentabilidad ambiental.

1.3.2 Educación y creación de conciencia ambiental

El desarrollo de hábitos en relación con el medio ambiente es un desafío vital para la empresa, que tiene como misión contribuir con la educación ambiental de sus públicos. Al respecto, trate de verificar:

- Si la empresa ofrece actividades de educación ambiental para los públicos internos y externos; entre ellos, las familias de los funcionarios y la comunidad del entorno inmediato de la empresa;
- Si participa en proyectos educativos o los apoya en alianza con organizaciones no gubernamentales y ejerce liderazgo social a favor de las causas ambientales.

1.3.3 Gerencia del impacto sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios

Es importante considerar hasta dónde llega la responsabilidad ambiental de una empresa, puesto que las prácticas ambientales revelan la práctica de la responsabilidad social. En este sentido, procure saber:

- Si la empresa genera estudios de impacto ambiental según las normas legales y enfoca su acción preventiva hacia aquellos procesos que pueden ocasionar daños a la salud y la seguridad de los funcionarios;
- Si desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos, productos o servicios y realiza regularmente actividades de control y monitoreo;
- Si posee sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados;
- Si produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores, destinadas a mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en el destino final del producto y en los procesos post-consumo.

1.3.4 Control de entradas y salidas de materiales en la empresa

La manera como la empresa planifica la utilización de recursos y controla la generación y destino de residuos es una señal de su interés por las causas ambientales.

En este sentido, intente verificar:

- Si la empresa mantiene inversiones en la actualización del patrón tecnológico, con miras a la reducción o sustitución de recursos;
- Si existen procedimientos para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos, relacionados con el consumo de recursos naturales y con la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas;
- Si la empresa ha formulado programas para reducir el consumo de agua, energía, productos tóxicos y materias primas y para implantar procesos de destino adecuado de sus residuos;
- Si desarrolla programas de reutilización de residuos por la propia empresa o por terceros;
- Si ha definido estrategias de reutilización y compensación ambiental.

1.4 PROVEEDORES

1.4.1 Criterios de selección y evaluación de proveedores

La relación que la empresa establece con sus proveedores puede revelar el grado de su compromiso con los principios de responsabilidad social. Ella puede reproducir sus prácticas ante los proveedores y generar un círculo virtuoso. Al respecto, ETHOS dice que conviene verificar:

- Si la escogencia de proveedores y socios se basa solamente en factores de calidad, precio y plazo;
- Si la empresa contempla exigencias relativas al cumplimiento de las legislaciones laborales, fiscales y de seguridad social;
- Si existen criterios para el establecimiento de relaciones de trabajo adecuadas, la adopción de patrones ambientales y la prohibición del trabajo infantil y de prácticas discriminatorias;
- Si la empresa prevé la reproducción de sus prácticas de responsabilidad social entre los proveedores y monitorea su cumplimiento periódicamente.

1.4.2 Trabajo infantil en la cadena productiva

Los esfuerzos para la erradicación del trabajo infantil son fundamentales para garantizar a los niños, niñas y adolescentes sus derechos básicos. Las empresas socialmente responsables deben

combatirlo en su cadena productiva y evitar que esa forma de explotación continúe existiendo. Por ello, es importante confirmar:

- Si la empresa ha formulado políticas formales, a fin de contribuir con la erradicación del trabajo infantil, discutiendo la cuestión con proveedores y estimulándolos a cumplir la legislación;
- Si en sus contratos de abastecimiento, la empresa sostiene alguna cláusula específica que prohíbe el trabajo infantil y verifica el cumplimiento de dicha cláusula;
- Si participa en programas y actividades encaminados a erradicar el trabajo infantil en la cadena productiva.

1.4.3 Trabajo forzado o análogo al esclavo en la cadena productiva

La existencia de trabajo forzado o análogo al esclavo es incompatible con los derechos humanos y con la responsabilidad social empresarial. Por esta razón, en las relaciones de las empresas con sus proveedores y socios, es necesario verificar:

- Si la organización ha definido políticas formales con el objetivo de propiciar la erradicación del trabajo esclavo, discutiendo esta cuestión con sus proveedores y estimulándolos a cumplir la legislación;
- Si en sus contratos existe una cláusula específica, relativa a la prohibición del trabajo forzado y si pone en funcionamiento los mecanismos adecuados para verificar su cumplimiento;
- Si participa en programas y actividades que tienen la finalidad de erradicar el trabajo forzado en su cadena productiva.

1.4.4 Relaciones con trabajadores

La búsqueda de eficiencia y bajos costos no puede vulnerar los derechos laborales. En procesos de subcontratados, las empresas deben garantizar el cumplimiento de la ley y los beneficios mínimos a los trabajadores incorporados bajo dicho régimen. Es fundamental, por lo tanto, comprobar:

- Si la organización monitorea periódicamente el cumplimiento de las obligaciones laborales y del seguro social,

- Si negocia con los proveedores para que proporcionen a sus funcionarios niveles salariales compatibles con los promedios de mercado;
- Si ofrece al trabajador subcontratado los beneficios básicos gozados por los funcionarios regulares, tales como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio y otros similares.

1.4.5 Apoyo al desarrollo de los proveedores

Las empresas que desarrollan prácticas socialmente responsables pueden llevar su experiencia adelante, y una vía idónea consiste en iniciar este trabajo con los proveedores. Por tanto, trate de confirmar:

- Si la empresa posee mecanismos formales para transferir hacia la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y esclava, protección del medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas;
- Si contribuye con el mejoramiento del patrón gerencial de sus socios, proporcionando informaciones y promoviendo actividades conjuntas de entrenamiento;
- Si mantiene relaciones estables y duraderas con sus socios y utiliza criterios de negociación que permiten su crecimiento futuro;
- Si estimula y facilita la vinculación de sus asociados con proyectos socio ambientales;
- Si incluye entre sus proveedores a grupos de la comunidad local, tales como cooperativas, asociaciones de vecinos y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos.

1.5 CONSUMIDORES Y CLIENTES

1.5.1 Política de comunicación comercial

Según ETHOS el marketing y la comunicación de la empresa no pueden disociarse de la preocupación por la responsabilidad social. La búsqueda de coherencia en lo que respecta a estas acciones es señal de que la empresa desea crear valores para la sociedad y comunicarlos, afirmando una imagen de credibilidad y confianza. En este sentido, se trata de comprobar:

- Si la empresa desarrolla una política formal de comunicación, alineada con sus valores y principios, que abarque todos los materiales de comunicación internos y externos;

- Si estimula la comunicación con clientes y consumidores y esclarece los aspectos innovadores de sus productos y servicios, así como los cuidados necesarios para su uso;
- Si fomenta la cultura de responsabilidad social y la transparencia en la comunicación con consumidores y clientes.

1.5.2 Excelencia en la atención

El cuidado en el tratamiento dispensado a los consumidores, el interés demostrado en la solución de los problemas y la asimilación de sugerencias componen un cuadro que puede contribuir con el perfeccionamiento de las acciones de responsabilidad social. En este sentido, es importante conocer:

- Si la organización resuelve rápida e individualmente las demandas y emite informes para el conocimiento interno de decisiones y soluciones;
- Si examina las causas de los problemas y utiliza las informaciones para mejorar la calidad de sus productos y servicios;
- Si mantiene actitudes de atención receptiva, divulgación y enfoque en la información a los consumidores y clientes y en la solución de demandas individuales;
- Si actúa pro activa y preventivamente en el lanzamiento de productos y servicios y en la revisión de materiales de comunicación y divulgación;
- Si proporciona fácil acceso a los servicios de interés de consumidores y clientes.

1.5.3 Conocimiento y administración de los daños potenciales de los productos y servicios

El conocimiento de los efectos que sus productos y servicios generan, ayuda a la empresa a proporcionar informaciones y a atender mejor a sus clientes, además de medir y controlar el impacto de sus actividades en la sociedad. Al respecto, conviene saber:

- Si la empresa realiza estudios e investigaciones técnicas acerca de los riesgos potenciales y divulga informaciones para socios comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas con agilidad;
- Si proporciona informaciones detalladas y entrena a funcionarios y socios para adoptar medidas preventivas y correctivas con agilidad y eficiencia;

- Si promueve e integra iniciativas en situaciones de crisis;
- Si sustituye tecnologías y procedimientos para disminuir riesgos a la salud y a la seguridad, para evitar daños morales y garantizar la privacidad de los consumidores y clientes.

1.6 COMUNIDAD

1.6.1 Administración del impacto de la empresa en la comunidad de entorno inmediato

Uno de los aspectos primordiales que la empresa debe tratar con su comunidad de referencia es el impacto producido por sus actividades. Por tanto, ETHOS dice que es necesario confirmar:

- Si la empresa tiene conocimiento de los impactos que genera y, en consecuencia, si posee un proceso estructurado para registrar quejas y reclamos; igualmente, si promueve reuniones sistemáticas para informar a los liderazgos locales acerca de las providencias que ha tomado;
- Si proporciona informaciones acerca de los impactos actuales y futuros de sus actividades e integra a la comunidad en la solución de los problemas;
- Si la empresa mantiene comités o grupos de trabajo, con la participación de los liderazgos locales, para analizar sus procesos productivos y monitorear sus impactos;
- Si la empresa participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y en el proceso de búsqueda de soluciones;
- Si contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que puedan ser utilizadas por la comunidad.

1.6.2 Relaciones con organizaciones locales

El diálogo con organizaciones comunitarias puede abrir nuevos caminos estratégicos para las empresas, además de reducir los conflictos generados por las actividades de las mismas. Por ello, es importante verificar:

- Si la empresa apoya proyectos puntuales, de acuerdo con solicitudes previas;

- Si participa de la vida asociativa local y apoya a las entidades de acción social comunitaria, a través de donaciones, financiamiento de proyectos, capacitación de liderazgos y disseminación de experiencias exitosas;
- Si mantiene alianzas a largo plazo con entidades de la comunidad local y participa en la elaboración y la puesta en marcha de proyectos conjuntos;
- Si consolida políticas de proyección pública, estableciendo alianzas y participando en redes para contribuir con el desarrollo local.

1.6.3 Financiamiento de la acción social

Al apoyar un proyecto social, la empresa revela su preocupación con respecto a los cambios en la sociedad. Sin embargo, tales medidas necesitan tener consistencia estratégica y objetivos claros para que la acción sea efectiva. Por esta razón, es fundamental investigar:

- Si los presupuestos destinados a este fin son variables y administrados arbitrariamente por algún director o gerente, en respuesta a solicitudes externas;
- Si las partidas de dinero, definidas en el presupuesto, son del conocimiento de los funcionarios y administradas por un comité o grupo de trabajo, con base en criterios de inversión previamente establecidos;

1.6.4 Compenetración de la empresa con la acción social

La compenetración de la empresa con su acción social puede ser solamente financiera o dicha acción puede integrarse al conjunto de sus actividades con el apoyo de sus recursos humanos y de los proveedores. Al respecto, es fundamental conocer:

- Si la empresa hace donaciones de servicios, productos y recursos financieros o desarrolla proyectos sociales propios;
- Si proporciona espacios, horas de sus funcionarios y equipos para el desarrollo de proyectos y actividades de la comunidad;
- Si posee un proyecto estructurado y utiliza sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer su acción social y la de sus beneficiarios;
- Si incorpora a las organizaciones o a los liderazgos locales en el diseño y en la implantación de los proyectos sociales;

- Si intercede ante otros organismos, públicos o privados, para lograr la concreción de tales proyectos

1.6.5 Estrategias de actuación en el área social

La alineación de las actividades de la empresa con su acción social demuestra la coherencia estratégica de la organización.

En esta medida, es interesante comprobar:

- Si la empresa establece criterios selectivos para brindar apoyo a entidades de acción social, con el objeto de mantener o de ampliar la cobertura y la calidad de la atención asistencial prestada por la organización beneficiaria,
- Si enfoca su trabajo social en el desarrollo de nuevas metodologías, en estrategias de capacitación de recursos humanos para el área social y en la diseminación de experiencias exitosas;
- Si procura estimular la formación de redes de acción social y contribuir con el fortalecimiento de las políticas públicas.

1.6.6 Reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de los empleados

El voluntariado es importante para el desarrollo de liderazgos y potencialidades que el trabajo diario en las empresas no siempre permite. De esta manera, a través del diseño y ejecución de programas de voluntariado, la empresa posibilita el desarrollo personal y profesional de sus funcionarios y de la comunidad que recibe su aporte. Por tanto, es preciso verificar:

- Si la empresa realiza levantamiento de informaciones y valora las actividades voluntarias desarrolladas por sus funcionarios, por medio de acciones internas;
- Si mantiene un servicio de apoyo al voluntariado, informando acerca de las oportunidades disponibles en la comunidad y canalizando los diversos aspectos logísticos y financieros;
- Si desarrolla un programa estructurado de apoyo al voluntariado, canalizando recursos humanos y financieros para su funcionamiento.

1.7 GOBIERNO Y SOCIEDAD

1.7.1 Contribuciones para campañas políticas

La transparencia en el destino de los recursos destinados a las campañas políticas es vital para las sociedades democráticas. Tanto los electores como la sociedad deben conocer de manera consciente los intereses y las propuestas de acción política que están en juego. En este sentido, ETHOS dice que es importante comprobar:

- Si la organización financia candidatos o partidos con base en sus propios intereses, y si en la toma de decisiones respectiva participan solamente miembros de la alta cúpula empresarial;
- Si la organización financia candidatos o partidos, ajustando sus decisiones a las reglas y los criterios definidos internamente, con acceso del público interno a las correspondientes informaciones;
- Si es transparente en la divulgación, entre el público interno, de las reglas y criterios usados para definir su actuación política o sus donaciones a determinadas campañas políticas, permitiendo al público externo acceso a esas informaciones;
- Si la toma de decisiones referente al financiamiento de campañas políticas se realiza de forma transparente, permitiendo a las partes interesadas el acceso a las informaciones y requiriendo, por parte del ente o grupo financiado, el respectivo comprobante y registro de la donación;
- Si promueve campañas de educación política, ciudadanía e importancia del voto, incorporando en las mismas a todos sus funcionarios y a las otras partes interesadas;
- Si estimula y facilita debates con candidatos o partidos;
- Si la empresa realiza la escogencia de sus candidatos y sus actividades de financiamiento de manera transparente, sin intimidar ni ejercer presión psicológica sobre aquellos funcionarios que se manifiesten favorables a una opción política contraria.

1.7.2 Prácticas anticorrupción y soborno

El compromiso con el poder público debe reflejar los principios éticos que rigen a la organización. Es fundamental exigir esta coherencia por parte de las empresas, principalmente en lo que se refiere a la prohibición de prácticas ilegales y corruptas.

Al respecto, trate de confirmar:

- Si la empresa procura evitar situaciones que impliquen el favoritismo de agentes del poder público;
- Si mantiene una postura reconocida por el público interno, referente a la prohibición de favoritismos, directos o indirectos, de los agentes del poder público;
- Si posee normas escritas y divulgadas ampliamente ante el público interno y externo alrededor de este tema y mantiene procedimientos formales de control, punición y auditoría;
- Si, además de divulgar sus normas en los ámbitos interno y externo, audita regularmente su cumplimiento;
- Si denuncia casos de corrupción ante las autoridades competentes

1.7.3 Liderazgo e influencia social

La actuación política de las empresas puede ocurrir en defensa de sus intereses, de intereses del sector o de causas de carácter público, por lo cual son variados los niveles de acción que pueden ser analizados. En esta medida, es necesario verificar:

- Si la empresa participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocios;
- Si la empresa participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados con asuntos de interés público y de responsabilidad social;
- Si la empresa participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en los procesos de elaboración de propuestas de interés público y carácter social;
- Si los liderazgos de la alta dirección de la empresa participan en la elaboración de propuestas de carácter social y en el diálogo con autoridades públicas, a fin de hacer viables tales propuestas.

1.7.4 Participación en proyectos sociales gubernamentales

Su inserción en actividades, proyectos o acciones sociales de carácter público ofrece a la empresa la posibilidad de constituirse en agente de transformación social. Por tanto, es preciso indagar:

- Si la contribución social de la empresa se limita únicamente al pago de impuestos;
- Si la empresa colabora ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales o apoya financieramente programas y proyectos del poder público, en respuesta a solicitudes previamente formuladas por las autoridades;
- Si contribuye con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, los cuales son llevados a cabo por entidades gubernamentales;
- Si participa en los procesos de elaboración, perfeccionamiento y ejecución de políticas públicas de interés general.

Además hay ciertas características que se puede encontrar en una empresa que ponen en evidencia la aplicación de la RSE:

a. Transparencia: Consiste en la divulgación de informaciones, decisiones e intenciones en términos claros y accesibles para todos los públicos relacionados con la empresa.

b. Establecimiento de compromisos públicos: Al respecto, la empresa deberá asumir públicamente sus compromisos, bien sean éstos relativos a su público interno, o bien al futuro, al mantenimiento de los recursos naturales, a la promoción de la diversidad.

c. Interacción con instituciones que representan intereses variados: Se genera a partir de la creación de ámbitos de contacto y diálogo con organizaciones especialistas, procurando que las mismas colaboren con la empresa en el tratamiento y resolución de sus dilemas.

d. Capacidad de atraer y mantener talentos: Se define como la inversión de esfuerzos tendientes a erigir a la empresa como una alternativa que responde a los intereses de los ciudadanos, particularmente en sus aspiraciones profesionales.

e. Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores: En este sentido, se tratará de involucrar a todos los colaboradores internos y a los proveedores con la gestión de RSE de la empresa, demostrando coherencia en la suscripción y cumplimiento de sus compromisos.

f. Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto: Esta característica se adquiere demostrando disposición para la investigación y el diálogo, desarrollando procesos que prevengan situaciones de riesgo, profundizando el contacto con redes de organizaciones y formadores de opinión y reflejando transparencia en estas acciones y relaciones.

g. Establecimiento de metas a corto y a largo plazo: Incorpora de manera efectiva los diferentes aspectos de responsabilidad social en la gestión de la empresa, con todas las 10 características que poseen otros indicadores de performance.

h. Compromiso de la dirección de la empresa: Se fortalece la confiabilidad, comprobando claramente el entendimiento estratégico que posee la dirección de la empresa con respecto a las cuestiones de responsabilidad social. En general, la empresa tiende a profundizar de modo permanente estos aspectos y aún cuando la lista es más extensa, los puntos anteriormente mencionados están presentes en todas las empresas que están incorporando la RSE en sus gestiones. Estas características pueden estar bien claras y definidas o es posible que existan evidencias de que la empresa manifieste interés en desarrollarlas.

Cada empresa deberá analizar:

- **Asuntos Sociales Genéricos:** son cuestiones sociales que no se ven significativamente afectados por operaciones de la empresa ni afectan su competitividad a largo plazo, es decir aquellas cuestiones del exterior que no se ven significativamente afectadas por la empresa ni afectan a éstas.
- **Impactos Sociales de la Cadena de Valor:** son cuestiones sociales que se van a ver significativamente afectados por las actividades de la empresa en el curso ordinario de los negocios, es decir, cuestiones externas afectadas por las actividades de la empresa. Por lo que resulta necesario planificar las actividades necesarias para mitigar el daño ocasionado por la cadena de valor y transformar sus procesos en beneficio para la sociedad.
- **Las dimensiones sociales del contexto competitivo:** las cuestiones sociales en el entorno externo que afectan significativamente los factores subyacentes de la competitividad de la empresa en los lugares en los que opera, es decir, cuestiones externas que afectan significativamente a la competitividad de la empresa.

CAPITULO III

RSE COMO VENTAJA COMPETITIVA

“Según Victoria Camps, como nombra Portal (2011), ser honrado, solidario, mostrarse tolerante, preocuparse por el bienestar de los trabajadores, respetar el medio ambiente; todo eso da prestigio y credibilidad a la empresa y nada más”.

Las principales ventajas que reporta las políticas de RSE, se detallan a continuación:

1. Mejora del prestigio, reputación y/o imagen de la organización

Las acciones de RSE de una organización deben estar enfocadas en causar un impacto positivo en la relación empresa-comunidad, de modo de lograr un beneficio mutuo y una larga relación.

Para crear esta buena imagen, las prácticas de RSE más utilizadas son:

- Inclusión de personas de la tercera edad y con discapacidad, ofrecer servicios de seguridad social o ayudas con gastos médicos especiales como terapias.
- Apoyo a los emprendedores: a través de concursos locales de proyectos innovadores y premiar a los mejores con un apoyo económico y asesoría en el desarrollo de los mismos.
- Cuidado del medio ambiente: utilizando procesos menos contaminantes que el resto de las organizaciones, pero sobre todo ofrecer esta oportunidad a la comunidad.
- Ofrece a la comunidad cursos sobre la importancia de reciclar y lo que pueden hacer con los materiales recolectados.
- Impulsar e incentivar a los trabajadores: organizando actividades que los vinculen con su familia para fomentar valores familiares y de competitividad, lo que resultará en un mejor ambiente de trabajo y resultados más favorables para la empresa.

2. Reducción de la conflictividad social y legal por cuestionamientos de diferente índole

Para reducir el conflicto social de las empresas, sean laborales, ambientales, etc., las empresas debían someterse a cambios en el modelo de gestión e incorporar en la responsabilidad a sus propios

trabajadores como a los consumidores y las zonas pobladas cercanas a las instalaciones. De esta forma las empresas, adquieren un rostro humano de compromiso social, de búsqueda de armonía con la naturaleza, de sostenibilidad y sustentabilidad.

Uno de los graves problemas que se observan en el ámbito vitivinícola es el uso de mano de obra, en donde muchas veces se utilizan trabajadores golondrinas sin ofrecerles un lugar adecuado para su descanso y trasporte, o la concurrencia de trabajadores con niños con los serios inconvenientes que le puede traer a la empresa si se produce algún accidente.

Por ello, una de las prácticas más utilizadas de RSE es el cuidado de la integridad humana, ofreciendo elementos adecuados de trabajo, lugares de descansos adecuados y la instalación de jardines para el cuidado de los niños.

3. Acceso a mercados con mayores niveles de exigencia

En la actualidad, los mercados externos comienzan a tomar conciencia sobre la situación social de los trabajadores y de las empresas en otros países del mundo y que, como consumidores, tienen suficiente poder de rechazar prácticas económicas que no presenten una cadena limpia en cuanto a seguridad laboral, sociedad y medio ambiente. A partir de los 90 se ha propuesto la creación de cláusulas en el comercio internacional como una forma de contrarrestar los efectos negativos de la condición de los trabajadores y de la cadena de producción de las empresas en el mundo.

4. Disminuye la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento

La RSE crea valores, los que logran la integridad y la responsabilidad, y forjan el optimismo y la autoestima. Además crea compromiso, lo que contribuye a aumentar la unidad interna, moral, coherencia, orgullo, y la honestidad.

Que el personal sienta que es necesario para la empresa y que integra una parte del proceso son cuestiones claves para lograr la fidelización hacia el ente. Esto disminuye la rotación del personal lo que incrementa la productividad y disminuye los costos, tanto de reclutamiento como también los costos de capacitación del nuevo personal y la pérdida de productividad que se produce hasta que el nuevo trabajador logre los niveles de producción adecuados.

5. Beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes

Cuando hablamos de calidad y satisfacción de clientes hablamos de “confianza”, ya que el consumidor reclama ciertas exigencias de confianza en el producto que permitan garantizar la satisfacción de sus necesidades.

Esta confianza se basa en lo que varios autores han denominado “La matriz del esquema calidad”:

- Escribo lo que hago,
- Hago lo que escribo,
- Pido control de lo que hago

Todos los protocolos de calidad y RSE, se basan en esas tres frases.

Es decir, en la satisfacción de necesidades es muy importante la ética; que hace referencia a la demanda del consumidor por el conocimiento de la forma de producción y comercialización que asegure que el producto ha sido producido y vendido en condiciones adecuadas. Es aquí donde se encuentra la Responsabilidad Social Empresaria.

6. Reducción de costos por el reciclaje y reutilización de recursos

Otra de las prácticas más utilizadas de RSE es desarrollar una política directa y continua de promoción del reciclaje, debido a que las empresas, y no solo ellas sino la comunidad entera debe comprometerse y entender que esta práctica es necesaria, no sólo por el presente, sino también por el futuro.

Además de colaborar con el medio ambiente, reduce el costo de materia prima a través de la reutilización de diferentes recursos, como el vidrio.

CAPITULO IV

RELACIÓN ENRE LA CONTABILIDAD Y LA RSE

1. CONTABILIDAD SOCIAL

Según Canales (2012), se puede definir a la Contabilidad Social como el proceso de comunicar los efectos sociales y medio ambientales de la actividad económica de las organizaciones a determinados grupos de interés en la sociedad y a la sociedad en su conjunto. Como tal, implica extender la responsabilidad de las organizaciones más allá del papel tradicional de proporcionar estados financieros a los propietarios del capital o inversionistas. Tal extensión se basa en que las empresas tienen responsabilidades más amplias que hacer dinero para sus accionistas.

1.1. OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

- Identificar y medir la contribución social neta de la empresa. Esta información la puede reportar anualmente en sus estados financieros o en informes separados que expongan de manera transparente el comportamiento social de la empresa en el denominado "balance social".
- Suministrar información para la toma de decisiones sobre políticas y prácticas sociales que adopte la empresa.
- Contribuir a determinar si las estrategias y prácticas sociales de la empresa son consistentes con las prioridades sociales.

1.2. RAMAS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

1.2.1. La contabilidad medioambiental

Coincidiendo con Canales, una de las ramificaciones de la contabilidad social de mayor relevancia es, sin duda, la contabilidad medioambiental ya que el creciente deterioro del medio ambiente, ocasionado por la actividad humana, está provocado fundamentalmente por las actividades empresariales de industrias correspondientes a sectores altamente contaminantes. Estos efectos contaminantes han generado una demanda por parte de la sociedad para que las empresas incorporen en su gestión el objetivo de preservación del entorno social y ambiental en el que operan. Ello hace preciso que las entidades integren la variable medio ambiente en su gestión a través del establecimiento de sistemas de gestión medioambiental y el establecimiento de políticas medioambientales.

Derivado de estos sistemas y políticas medioambientales surge la necesidad de establecer también sistemas de información medioambiental, tanto para la colaboración con la gestión interna de la compañía como para satisfacer las demandas informativas de agentes sociales externos. Todas estas informaciones y técnicas conformarían la Contabilidad Medioambiental como una subdivisión de la contabilidad convencional pero aplicada a los aspectos relacionados con el entorno natural.

1.2.2. La contabilidad de los recursos humanos

La contabilidad de los recursos humanos supone la incorporación en la información presentada por la contabilidad de uno de los componentes fundamentales de la organización: el Capital Humano.

Consiste en la identificación y medición de datos sobre los recursos humanos, así como la comunicación de esta información a las partes interesadas. El propósito es, la valoración del capital humano de la empresa y la elaboración y presentación de información relativa al mismo. Esta rama de la contabilidad resurge en la actualidad debido a las nuevas exigencias planteadas por la responsabilidad social empresaria.

La demanda interna está basada en el objetivo de adoptar decisiones relativas al personal por parte de la gerencia. La ubicación de este tipo de información es otro aspecto en el que no existe consenso; sin embargo, algunos autores proponen el balance mientras otros proponen ubicarla junto al resto de datos sociales, mientras que otros sugieren que se exponga en un apartado específico en las notas de los estados financieros.

Se han propuesto distintas técnicas de valoración del capital humano como: El valor del costo histórico, el costo de oportunidad, el costo de compensación, el costo de reposición, descuento de salarios futuros, el valor económico, entre otros. Todas estas técnicas de valoración monetarias lógicamente deben basarse en el número de empleados de cada categoría existentes en la empresa. Sin

embargo, es importante incorporar también a las técnicas de valoración no monetaria ya que a través de ellas se recogen informaciones relativas a determinadas cualidades del capital humano.

1.2.3. La información de carácter ético

Esta información se ocupa de los valores éticos de la empresa, en la que se incorporan datos relativos a las actuaciones de la empresa relacionadas con la protección del consumidor y de la comunidad, o de prestación de ayudas o servicios a la sociedad sin ánimo de lucro.

Los principales aspectos que se incluyen en este tipo de información son, entre otros:

- Políticas y relaciones con los clientes
- Donaciones
- Políticas, acciones y medición de actividades dirigidas a ofrecer igualdad de oportunidades entre colectivos diferenciados tradicionalmente por sexo, raza, procedencia o edad.
- Actividades y Políticas relacionadas con el bienestar de la comunidad
- Publicidad
- Descripción de prácticas éticas y prácticas externas no éticas
- Concesión de premios y becas.

2. USUARIOS DE LOS INFORMES CONTABLES SOCIALES

Considerando que la contabilidad, entre otras funciones, debería responder a las necesidades de diversos usuarios al momento de tomar decisiones, Canales plantea que la información social empresaria podría servir a diversos usuarios interesados en conocer el comportamiento de la empresa y su impacto social.

Además, considera a los usuarios en un sentido más amplio que el de los inversores, en el enfoque de los stakeholders incluye a otros interesados y grupos de presión, tales como el gobierno y los consumidores.

En lo que se refiere a los inversores actuales y potenciales de las empresas, requieren información contable para evaluar el riesgo que presentan las alternativas de inversión y, en particular, se observa hace un tiempo la actitud de inversores que analizan la RSE de la organización donde piensan invertir.

En el caso del gobierno como potencial usuario, en el ámbito argentino existe un requerimiento de Balance Social para las empresas del año 2000, la Ley N° 25.250 (Dto. 1171/00) sobre Balance Social para las empresas. Dicho balance social tiene como objetivo reunir información cuantitativa y cualitativa de manera objetiva sobre el desarrollo de las actividades en el campo de los recursos humanos, así como medir el desempeño de programas de carácter social.

Además, los actuales consumidores evalúan otros factores además de los considerados tradicionalmente: precio, calidad y servicio; toman en cuenta cómo la empresa se comporta con sus trabajadores, si invierte en la comunidad y su preocupación por la protección y el cuidado del medio ambiente, entre otros aspectos.

3. SISTEMAS CONTABLES SOCIALES

Canales dice, que reconocer los resultados vinculados con la acción social de la entidad exige el desarrollo de un modelo contable social que contemple cómo ordenar y clasificar la información en un sistema y, por otra parte, establecer el dominio de las cuestiones propias a ese sistema.

Para elaborar informes contables sociales debemos encontrar un dominio propio dentro del saber contable que incluya sus propios códigos: planes de cuentas sociales, nomenclatura adecuada, manuales de cuentas, metodología de interpretación de esta nueva información y relación costo-beneficio.

Al intentar establecer el dominio de la contabilidad social, no se debe pensar únicamente en el carácter económico o financiero de los hechos que son capturados por el sistema contable de una organización y que tienen como finalidad justificar las variaciones que se producen en el patrimonio de la misma; sino considerar también su carácter social; o más aún: considerar algunas cuestiones con un impacto eminentemente social y que se alejan mucho de las cuestiones económicas y/o cuantificables financieramente.

Los sistemas de contabilidad social deberían encargarse de producir informes sobre la RSE, abarcando tres subsistemas que podríamos agrupar en las siguientes áreas: económica, social y ambiental.

- **Subsistema económico:**

Este puede tener puntos comunes con la contabilidad financiera o patrimonial, ya que efectúa mediciones monetarias pero además también incluye información de tipo no monetario y no cuantificable.

- **Subsistema ambiental:**

Trabaja con información cuantitativa pero no siempre en términos monetarios: diferentes unidades físicas se utilizan para construir sus indicadores; incluye indicadores relacionados con el impacto de los procesos, productos y servicios sobre el aire, agua, tierra, biodiversidad y salud humana.

- **Subsistema social:**

Este está relacionado con los impactos que una organización causa en los sistemas sociales dentro de los que actúa. En el sistema social la información es predominantemente de carácter cualitativo, ya que las mediciones vinculadas a los temas éticos se tornan dificultosas.

4. INFORMES CONTABLES SOCIALES

Coincidiendo con Canales, en cuanto a los informes contables sociales que quiere impulsar el Gobierno Provincial, es de destacar a la organización Global Reporting Initiative (GRI) que ha realizado la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad sobre actuaciones ambientales, económicas y sociales de la empresa.

La misión de la GRI es preparar y difundir una Sustainability Reporting Guidelines, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

La GRI intenta reducir la confusión y heterogeneidad de la información que actualmente brindan las empresas para así incrementar su utilidad, tanto para las organizaciones informantes como para los usuarios de esta información, con miras en un objetivo a largo plazo de desarrollar Principios Contables de Sustentabilidad Globalmente Aceptados.

El modelo contable social exige profundizar el estudio sobre los códigos destinados a mejorar la presentación de la información dirigida a usuarios externos.

Los informes de contabilidad social pueden hacerse tanto en unidades monetarias como no monetarias, asimismo las evaluaciones pueden ser cualitativas. Es una alternativa que las

organizaciones presenten informes contables sociales en forma separada de los informes con criterios de contabilidad financiera cuando los mismos son de una extensión considerable.

Un informe social pretende constituir una alternativa al compromiso de los entes públicos o privados para rendir cuenta sobre su responsabilidad social. Actualmente esta forma de exposición está basada principalmente en la emisión voluntaria de informes sociales, tanto cualitativa como cuantitativa, y estos últimos pueden ser tanto financieros como no financieros. Existe una fuerte corriente de opinión de algunos sectores de la sociedad sobre la necesidad de que los informes sociales debieran tender, progresivamente, a adquirir un carácter obligatorio.

En lo que respecta a la información monetaria, se encuentra principalmente en el subsistema económico. En el subsistema ambiental se encuentra principalmente información de carácter no monetario, expresada en diferentes unidades físicas. La información de carácter cualitativo es muy frecuente en el subsistema social, tal es el caso de la empresa vista por la calidad del entorno de trabajo que proporciona.

En general las empresas comienzan por incluir las cuestiones sociales y ambientales en el subsistema económico, exponiendo en forma separada cuestiones sociales sobre las que ya efectuaban mediciones; y luego intentando medir otras cuestiones sociales más complejas a la hora de cuantificar y/o exponer.

4.1. INDICADORES CUANTITATIVOS

4.1.1. Indicadores monetarios (financieros)

Como dicen García Fronti, Dónofrio y Torres (2007), los indicadores monetarios vinculados a cuestiones sociales y ambientales pueden tener puntos comunes con la contabilidad financiera y la contabilidad de costos, y de hecho los tienen, pero además encontramos información -por ejemplo la vinculada a ciertos intangibles- que no se incluye en los estados financieros y en la información de uso interno; y también información de carácter no monetario y cualitativo.

La contabilidad financiera y la contabilidad de costos se centran principalmente en la rentabilidad de una organización, con el objetivo de informar a la dirección y a los accionistas. El subsistema económico estudia el modo en que las organizaciones afectan a las partes interesadas con las que interactúan de manera directa o indirecta; asimismo debe incluir cuestiones que hacen a la transparencia empresarial como manifestación de la responsabilidad social empresarial.

Los impactos directos de la organización están relacionados con la medición de los flujos monetarios entre la organización y sus principales partes interesadas, y cómo dichos flujos se ven afectados por las acciones de la organización.

Los impactos indirectos son causados por externalidades que afectan a las comunidades. Las externalidades son los costos o beneficios derivados de una operación que no se reflejan íntegramente en el valor monetario de la transacción. Evidentemente a medida que los impactos se tornan más indirectos se dará la situación de encontrarse frente a externalidades para la empresa y entonces, mayor será la reticencia y predisposición de la organización a la hora de informarlos.

Entre los indicadores económicos monetarios se suelen incluir: los costos laborales, la productividad laboral, la creación de empleo, los gastos en servicios externos, los gastos en investigación y desarrollo, las inversiones en formación y otras formas de capital humano.

4.1.2. Indicadores no monetarios (no financieros)

En el caso de los indicadores cuantitativos pero no monetarios, es decir expresados en diferentes unidades físicas, se encuentran principalmente en el subsistema ambiental.

Los indicadores ambientales elaborados por las empresas pueden ser incluidos en un informe especial que los contenga íntegramente, y explique en detalle la forma en que se han obtenido pero además, pueden seleccionarse algunos para incluir en la memoria y luego referenciar al informe especial.

Bajo el título “Calidad y Medio Ambiente”, podría incluirse información en la memoria sobre las Normas ISO que la empresa aplica.

4.1.3. Indicadores cualitativos

En la memoria de las empresas, incluidas las argentinas, y en particular las que cotizan en la bolsa, se suele incorporar bastante información, en forma clara y concreta, sobre su estrategia social. Un tema fundamental es que las estrategias estén expresadas en un lenguaje claro y sencillo, ya que esto le brinda mucha credibilidad al mensaje de la empresa.

El sistema social incluye indicadores relacionados con: salud y seguridad en el lugar de trabajo, estabilidad de los empleados, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales en las operaciones externas.

5. CONCLUSIONES

La contabilidad social busca aportar información sobre las actuaciones que se han realizado por parte del ente en materia de Responsabilidad Social Empresaria, de modo que el público interesado pueda observar que la empresa, desarrolla sus actividades con ética y responsabilidad, mostrando hacia donde la destina y que beneficios le aporta a la comunidad.

CAPITULO V

RSE Y ACTIVIDADES REGIONALES

1. APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

Coincidimos con Sanchez y Noussan Letry (2010), con que la RSE se ha instalado fuertemente en la actividad vitivinícola, cuestión que es de suma importancia debido a que la vitivinicultura es el motor de la actividad económica de la región.

Por ello, y para lograr la sustentabilidad del sector, es necesario mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y las acciones que han realizado para lograr este objetivo abarcan una amplia gama, que pueden incluir la educación, la atención de la salud, del entorno familiar y otros aspectos que sólo será posible llevar a cabo con el compromiso mancomunado del sector empresario, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil.

Por lo tanto es fundamental que las empresas asuman la responsabilidad que les corresponde en la contención de su personal y su núcleo familiar, pero esto va más allá del pago de una retribución justa, debe lograr la inclusión social de los diversos sectores que se relacionan en una determinada actividad.

Si bien existen varios programas de concientización sobre RSE por parte de organizaciones no gubernamentales como VALOS o asociaciones empresarias como Bodegas de Argentina, lo cierto es que en ambos casos no han llegado hasta el actor principal de estas prácticas que es el propio trabajador sino que están más centrados en difundir las prácticas socialmente responsables entre los empresarios y gestores de empresas. Para llegar a los beneficiarios de las prácticas vinculadas con públicos internos es necesario concretar acciones de acercamiento con esta población.

La principal razón de que se haya empezado a aplicar fuertemente la RSE en relación a los trabajadores de la vitivinicultura atiende a las condiciones de precariedad laboral que existe en este sector, en donde la calidad de vida de los trabajadores es muy baja. La necesidad de mejorar esa

calidad de vida por medio de la educación, atención de la salud, atención del entorno familiar y otros aspectos sólo es posible mediante el compromiso de los empresarios empleadores. Es así como adquiere relevancia la práctica de lo que se entiende como Responsabilidad Social Empresaria.

Este tipo de prácticas fortalecen la productividad de los empleados y por ende la de la empresa, construye sociedades más equitativas y prepara niños con un buen porvenir.

Con la implementación de estas prácticas se promueve:

- Lograr un cambio cultural en los vendimiadores eliminando el trabajo infantil, haciendo tomar conciencia a los padres de las consecuencias que esto ocasiona.
- Lograr la fidelización de los trabajadores golondrina.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad educativa de los hijos de los cosechadores.
- Concientizar a la comunidad sobre la escolaridad obligatoria.

En los últimos años se han desarrollado diversas acciones con el fin de mejorar la calidad de vida de los trabajadores. A modo de ejemplo Sanchez y Noussan Letry mencionan el programa desarrollado para la erradicación del trabajo infantil en el agro, con la participación de Valos, Bodegas de Argentina, CAFIM y la red de empresas por la erradicación del trabajo infantil.

Otro ejemplo es el programa de “RSE y trabajo decente”, impulsado por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social

Esto ratifica que para lograr la RSE es necesario que se involucren el empresario, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil.

Por otra parte, sería oportuno observar la RSE desde la mirada del trabajador vitivinícola. En esta situación se observa que los destinatarios, son trabajadores con un rango de edad que varía entre los 18 y 65 años de edad, con distintos niveles de instrucción, que abarcan desde el primario incompleto, primario completo, secundario incompleto, secundario completo y terciario incompleto o completo.

La situación de vivienda y sanitaria de la población varía dependiendo de la cercanía de centros urbanos, o si éstos son rurales o marginales. El nivel de ocupación de los trabajadores varía entre los ocupados y subocupados, trabajadores permanentes y temporarios.

Algunos ejemplos:

Se organizan actividades para insertar a chicos de la calle en el medio social a través del deporte como lo hace Bodegas Trapiche con Ciudad Oeste, el cual a través de subastas de lotes de vinos beneficia a tal institución.

Otro claro ejemplo de RSE es el que lleva a cabo Finca la Celia, que a través de la creación de un banco de alimentos recibe a niños para su desayuno, almuerzo y merienda y se les realiza controles de salud preventiva, además han implantado una guardería en la época de vendimia para contribuir con la erradicación del trabajo infantil.

Finca la Celia, también desarrolla otras prácticas de RSE, implementó un sistema de gestión ambiental y certificación de Normas ISO 14.000, con la construcción de una planta de efluentes que le permite tratar el agua y reutilizarla para riego de jardines propios, donde se plantaron nuevos árboles, y de canchas de fútbol de un club vecino. Mediante este sistema la empresa disminuyó su consumo y el consumo de energía eléctrica.

Como parte del proyecto ecologista, se puso en marcha otro proyecto, el de clasificación y venta para reciclado de materiales como madera, vidrio, plástico y papel. Esto además de contribuir al cuidado del medio ambiente trajo un beneficio económico, ya que la firma percibe ganancias por residuos que antes le generaban un costo.

También redujo asimismo el uso de químicos peligrosos como soda cáustica, nociva para los suelos.

En Bodega Chandón se llevan a cabo distintos programas como:

- **“Educar en Vendimia”** en donde participan los hijos de cosechadores en centros recreativos y educativos.
- **Programa de Voluntariado Corporativo “Brindar” y Programa artístico-educativo “Cuatro Estaciones”** con los cuales contribuye a la educación de la comunidad ejecutando y facilitando proyectos desarrollados voluntariamente por sus empleados.
- **“Educar Forestando”**: con el cual se capacita a docentes de escuela para que realicen viveros en escuelas, plazas y espacios verdes, ayudando a los niños a formar valores.
- **“Ahorro de Agua”**: con el cual se intenta reducir el agua utilizada en los procesos de elaboración del vino y también trata de que el ahorro de agua se realice en los hogares de los trabajadores.

Además crearon una planta de tratamiento del agua para reducir el impacto ambiental, la cual es utilizada para regar jardines y viñedos.

También se incluye en estos programas la recolección de papel, cartón, plástico y vidrio para su reciclado. Es más, la empresa alienta a los empleados a clasificar esos residuos en sus hogares, a fin de depositarlos en contenedores de los que dispone la bodega para su deposición.

En Bodega Trivento es posible identificar distintas prácticas de RSE, tales como Programas de Educación, de capacitación al personal, certificación de normas y la habilitación de salas de primeros auxilios.

En Bodega Norton se construyeron viviendas, repartidas en las fincas que posee, en donde viven empleados activos de la empresa, trabajadores jubilados y personal temporario.

Dos veces a la semana un equipo médico recorre las fincas para atender las necesidades del personal, y durante las 24 horas hay una enfermera que recibe las urgencias.

Por último se ha observado que en el sector vitivinícola no sólo la RSE se aplica desde las Bodegas, sino que esta práctica está integrada en toda su cadena productiva y comercial, como es el caso de Rayen Cura, empresa proveedora de botellas, las cuales son utilizadas por las bodegas para el fraccionamiento y posterior comercialización de sus productos. Rayen Cura practica la RSE principalmente con el reciclado de vidrio, pero también capacitando a sus empleados y realizando un programa de mantenimiento de su planta, lo que se traduce como buenas prácticas para el cuidado del medio ambiente.

Muchas de las prácticas realizadas por actores del mundo vitivinícola están organizadas y apoyadas por VALOS, organización sin fines de lucro compuesta por empresas mendocinas cuya acción es promover la Responsabilidad Social Empresarial. El acompañamiento que realiza VALOS a las empresas mendocinas se realiza a través de cinco pilares principales: gestión interna, inversión social privada, intercambio de experiencias entre empresas, acciones de empresas coordinadas y comunicación e información.

2. TRABAJO DE CAMPO

Como trabajo de campo correspondiente a la presente investigación, en primer lugar se visitó una bodega que no aplica la filosofía de la RSE, pero que sin embargo está interesada en conocer sus beneficios para implementarla:

2.1. LA KU SA

Es una empresa familiar creada en los años 60 por Don José Acordino y dirigida actualmente por su hija Liliana Acordino. La KU SA, se encuentra ubicada en el distrito de Agrelo, del departamento de Luján de Cuyo, Mendoza y se dedica a la elaboración y comercialización de vino espumante sin vestir a otras bodegas en el mercado interno.

La empresa cuenta con:

- 17 ha de vid propios distribuidos de la siguiente forma:
- 15 ha chardonnay rendimiento 180 qq/ha (uva blanca elaborada en el establecimiento)
- 2 ha semillón rendimiento 180 qq/ha (uva blanca elaborada en el establecimiento)

Su capacidad operativa es de 800.000 litros en vasija de cemento con epoxi y la fábrica de champagne tiene capacidad para 10.000 litros.

Además posee diferentes maquinarias que utiliza en el proceso de elaboración como despalilladora, moledora, prensa neumática, bombas pistón, equipo de frío 200.000 frigorías, filtro de placas, llenadora isobarométrica y tapadora con mordazas de acero inoxidable.

La empresa cuenta con personal calificado para cada una de las áreas, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

- 3 Administrativos
- 2 Enólogos
- 1 Encargado general
- 1 Encargado de bodega
- 1 Encargado de fraccionamiento
- 1 Encargado de despacho

- 1 Encargado de control de calidad
- Peones de viña

Observaciones

Analizando los aspectos claves, de la infraestructura y trabajo que se desarrolla en bodega y viñedos fueron detectadas las siguientes deficiencias:

En planta:

- Carece de un programa adecuado de mantenimiento y control de la seguridad e higiene en planta.

En los viñedos:

- Existe un gran problema en general, que se acentúa en la época de cosecha, en donde los trabajadores concurren con sus hijos a su jornada laboral. Esto implica un gran riesgo para la seguridad de los niños y disminuye la productividad de los trabajadores.

- Falta de elementos adecuados de trabajo
- Derroche de agua en el riego de los viñedos

En general:

- Falta de fidelización y compromiso del personal

De acuerdo a la información obtenida sobre el tema hemos observado que muchas veces la RSE ayuda a solucionar o disminuir estos problemas, ya que se ha detectado que existen 5 vertientes en la RSE:

- Beneficio Social
- Beneficio Ecológico
- Disminución del riesgo
- Disminución de costos
- Mejoramiento de la imagen

Por lo tanto, se considera que las siguientes prácticas de RSE colaborarían a reducir los problemas observados con anterioridad, mejorar el rendimiento, disminuir costos y mejorar la imagen del producto:

- ***Beneficio social***

Con respecto a los problemas observados en planta es importante realizar un programa adecuado de mantenimiento de las maquinarias utilizadas y controles periódicos del uso y estado de los elementos de seguridad para prevenir accidentes de trabajo y lograr así mayor seguridad en la práctica laboral.

También es importante brindarles a los trabajadores elementos adecuados de trabajo como guantes, tijeras, ropa, calzado y fuentes de hidratación por el excesivo calor durante la jornada laboral tanto para trabajadores de planta como peones de viña, sobre todo a estos últimos.

Además, se pueden realizar programas para fidelizar y comprometer al personal de la empresa tales como: la asignación de premios y recompensas, cenas de fin de año y finalización de cosecha, torneos, y cualquier otro evento con el fin de integrar no sólo al personal sino también a su familia.

De esta forma se logra que estos se sientan como parte necesaria de la empresa y contribuyan desde su lugar de trabajo al crecimiento y desarrollo de la misma, logrando fidelización y compromiso con la empresa.

- ***Beneficio ecológico***

La construcción de represas impermeabilizadas y la utilización de riego por goteo permite el aprovechamiento del agua y favorece al mejor desarrollo de los viñedos debido a que el agua se concentra en la planta evitando desperdicios que favorecen al crecimiento de maleza que quita oxígeno y alimento a los viñedos.

Observando la cadena de valor se puede recurrir a otras empresas que están comprometidas con la RSE, como por ejemplo Rayen Cura, ya que esta empresa fabrica las botellas a través del reciclado de vidrio el cual hace disminuir la contaminación del medio ambiente.

- ***Disminución del riesgo***

La implementación de jardines con personal calificado para el cuidado, educación y alimentación de los niños disminuye los riesgos que se presentan por haber niños en los viñedos y sus alrededores, lo cual implicaría un costo altísimo para la empresa en caso de accidentes. Además de los

problemas legales que podrían presentarse en caso de inspecciones del ministerio de trabajo por considerarlo trabajo infantil.

Por otra parte al tener un adecuado programa de mantenimiento de maquinarias y seguridad e higiene se lograrían disminuir accidentes en planta.

- ***Disminución de costos***

La disminución de costos se observa fácilmente en el reciclado. En donde los más usados son el reciclaje de residuos de producción como:

- Orujo y borra el cual se puede utilizar como abono
- Vidrios para disminuir el costo de las botellas

También existen otros elementos, a veces de menor uso pero que su reciclaje también colabora con la ecología y la disminución de costos como: polietileno manta, film stretch, recipientes plásticos, flejes, papeles, filtros, cratones, metales, maderas y cierres de botella.

Además de la construcción de represas, que disminuye el costo del agua para riego y colabora con su cuidado, ya que es el recurso más importante que utiliza la actividad vitivinícola.

- ***Mejora de la imagen***

La RSE está teniendo un crecimiento notorio en el mercado, y una de las principales causas es el mejoramiento de la imagen de los productos que se comercializan frente a una sociedad que cada día le das más importancia al tema, sobre todo en el exterior donde la aplicación de la RSE se desarrolla en un ambiente más planificado y donde los consumidores tienen un mayor conocimiento sobre los beneficios que le traslada la RSE a la calidad de los productos que consumen.

En resumen, se puede observar que la RSE no sólo le trae beneficios al personal de la empresa sino que este beneficio debe trasladarse al consumidor, de modo que el mismo pueda apreciar la mejora en la calidad de los productos que se ofrecen.

La RSE es una gran filosofía de gestión que engloba a todo el público interesado:

Empresa – Trabajadores – Consumidor

Por otro lado, también fue posible analizar bodegas que practican activamente la RSE:

2.2. BODEGA Y VIÑEDOS CROTTA

Luego de visitar una bodega que no aplica la RSE, entrevistamos al personal de Bodega y viñedos Crotta, que si lo hace. Por lo que a continuación expondremos una pequeña reseña histórica de la bodega y sus actividades.

La historia de esta bodega comienza con José Eduardo Crotta quien es uno de los miles de inmigrantes italianos que llegaron a fines del siglo XIX y principios del XX a la Argentina.

José había nacido el 1 de junio de 1905 en la región de Lombardía, en una aldea llamada “La Crotta”, en la provincia de Pavia. Su familia estaba compuesta por sus padres, que eran agricultores, y sus cinco hermanos de los cuales él era el menor.

José Eduardo llegó a Buenos Aires, pero fue en la década del '30, como parte de un proyecto que diseñó con su esposa, la austríaca Wilhelmina Ritz, a quien llamaban Guillermina, que decidió levantar su propia bodega en la capital del vino argentino: la provincia de Mendoza. Vieron la oportunidad de comprar una bodega pequeña al este de esa ciudad, en el departamento de San Martín.

José y Guillermina, habían decidieron hacer sus propios vinos, y así la bodega y sus viñedos siguen en manos de sus descendientes. Su hijo Carlos Leopoldo y sus nietos Claudia, Carlos y Carolina.

La bodega cuenta con una capacidad de guarda de 18 millones de litros y se procesan más de 100 mil quintales de uvas al año.

Su estructura original de 1933 está constituida por dos naves. Una destinada a la elaboración y guarda, y otra al fraccionamiento. También cuenta con una sala de degustación para recibir a visitantes.

Además cuenta con una torre de 33 metros de altura que alberga en su interior piletas de vino con capacidad para almacenar 450 mil litros.

Con respecto a los viñedos posee 2 fincas:

- Finca Ramblón:

Esta finca se encuentra en el distrito Ramblón, de San Martín y cuentan con 210 hectáreas de vides con cepas de más de 80 años de vida, entre las cuales se encuentran las dulces moscatel rosado.

- Valle Verde:

El otro viñedo cuenta con 100 hectáreas y posee cepas de Malbec, Sirah, Tempranillo y Chardonnay, entre otras. Está ubicado en la localidad de Chapanay, también al este mendocino, a orillas del Río Mendoza.

Responsabilidad Social Empresaria

Con el objetivo de erradicar el trabajo infantil y evitar accidentes, Bodegas y Viñedos Crotta, lleva a cabo desde hace ya 8 años el programa “Guardería en Vendimia”, proyecto que apunta a que los niños no sólo no trabajen, sino también de que tengan acceso a su formación, en un lugar adecuado en el que reciban atención acorde a su edad, actividad recreativa y deportiva.

Nos comunicamos con Nancy Borchio, quien es docente y encargada del programa, quien nos comentó que el jardín de infantes de la bodega comenzó funcionando en una de las casas de la finca donde viven y se albergan los vendimiadores. En el primer año, contaba sólo con dos salas y un baño, en tanto que hoy ya cuenta con un edificio propio con cocina, patio de juegos cercado y de uso exclusivo.

De esta manera, la bodega provee el espacio, materiales, alimento y equipo interdisciplinario para la contención y educación de hijos de los cosechadores, mientras sus padres trabajan en la vendimia. Además brinda el transporte de los chicos a las escuelas de la zona, asegurando su asistencia.

Cabe destacar que los menores de 5 años están a cargo de docentes especializados, donde reciben actividad recreativa, hábitos de higiene y salud, estímulo para desarrollar las funciones básicas, preparándolos así para la lecto-escritura.

Este establecimiento sólo funciona durante los meses de cosecha y está compuesto por un gran capital humano integrado por docentes, auxiliares, psicopedagoga, profesora de educación física, y una licenciada en psicología.

La bodega evaluó los resultados como excelentes, ya que los encargados perciben un mayor rendimiento en los trabajadores, pues ya no se preocupan por los hijos en las viñas, disminuyó el riesgo de accidentes en menores, y se mejoró la nutrición con un refuerzo alimentario en el desayuno y la merienda. Además los niños y su familia reciben asistencia y contención desde un gabinete psicológico.

También se implementó apoyo escolar para los niños de 5 a 13 años, talleres educativos periódicos para padres, patrocina el club deportivo de El Ramblón, alfabetizó a sus trabajadores en modalidad semipresencial, y construyó albergues para los trabajadores temporarios.

2.3. BODEGAS CHANDON

Otra de las empresas que aplican la RSE desde hace ya varios años es Bodegas Chandon, esta bodega surge a fines de los 50, cuando la casa Moët & Chandon, ubicada en la zona de Champagne Francia, proyectaba instalar, por primera vez en varios siglos de existencia, bodegas y viñedos fuera de Francia. El lugar elegido fue la Argentina.

Renaud Poirier, experimentado enólogo de la empresa, recorrió distintas zonas de nuestro país, y determino que el lugar más apto para ese proyecto era la provincia de Mendoza, en la localidad de Agrelo, del departamento de Lujan de Cuyo.

Uno de los motivos de la elección fue el clima seco y soleado, ideal para este cultivo. Así en el año 1959 el proyecto se concreto.

Responsabilidad Social Empresaria

Desde Bodegas Chandon, nos atendió Agostina Gabrielli, coordinadora de RSE, quien nos comunicó que para Chandon es fundamental trabajar en un entorno de “Desarrollo Sustentable”, el cual está compuesto por tres aspectos: las garantías de calidad de productos y servicios, la gestión ambiental y el aspecto social interno y externo con el apoyo de la comunidad.

Desde el 2003, Chandon ha puesto en marcha diferentes proyectos referidos al apoyo a la comunidad y principalmente a la educación, ya que Chandon entiende que esta es la herramienta fundamental para el desarrollo sustentable de las futuras generaciones y a favorecer una mejor calidad de vida. Entre estos programas podemos destacar:

- **Mi árbol, mi escuela y yo:** su objetivo es desarrollar en docentes y alumnos una actitud de respeto hacia la naturaleza y sus recursos. Los docentes reciben una capacitación para el desarrollo de viveros forestales para que se les enseñe a los niños a respetar el medio ambiente produciendo y plantando árboles. A través de este programa se logra capacitar cada año a más de 350 alumnos de seis escuelas de Luján, Maipú, Tupungato y San Carlos y 14 docentes.

- **Racimos de colores:** el programa consiste en capacitar a docentes en la aplicación de técnicas artísticas a fin de estimular en sus alumnos aspectos cognitivos, creativos y emocionales. Además, los alumnos participan en un concurso artístico, donde realizan dibujos inspirados en la temática vitivinícola de Mendoza, que luego son utilizados para la confección de tarjetas de saludo de fin de año.

- **Bodega Nueva:** este proyecto se hace con alumnos de 6° grado, quienes son acompañados por personal especializado que comparten su saber y experiencia, y les ayuda a comprender el proceso de elaboración del vino, desde el inicio hasta el fraccionamiento. Además se brindan charlas formativas vinculadas con la salud y la prevención en el consumo de alcohol tanto a los alumnos como a sus familias.

- **Educación en vendimia:** este programa se desarrolla en Tupungato y tiene como principal objetivo mejorar las condiciones de trabajo de los cosechadores y promover la educación de sus hijos durante la época de cosecha. Así más de 80 niños y adolescentes hijos de cosechadores locales y trabajadores rurales participan de actividades recreativas y educativas. Además reciben desayuno, refuerzo alimentario y el almuerzo, cubriendo así un menú saludable.

Este programa se desarrolla en conjunto con otras bodegas y empresas que financian el proyecto en conjunto con el apoyo de la Municipalidad de Tupungato, el Estado Provincial y Nacional enmarcado en el programa “Buenas Cosechas”. También cuentan con el apoyo de la Lic. Claudia Crisafulli, consultora especializada de RSE y la colaboración de la empresa Manpower.

- **Coro Voces de Agrelo:** Este proyecto tiene como objetivo formar un coro de niños con los hijos de los empleados. De esta manera, la empresa brinda la oportunidad de desarrollar una actividad artística de alto impacto educativo y social, generando experiencias enriquecedoras a nivel humano y con un gran respeto por la inclusión y la identidad local.

Además, Bodegas Chandon tiene un fuerte marco de políticas de RSE que abarcan, el personal propio de la empresa, orientada a mejorar la calidad de vida en el ambiente de trabajo, dando oportunidades de crecimiento y desarrollo tanto personal como familiar.

Por otro lado, abarcan las políticas externas que están en relación con la comunidad más cercana al entorno de la bodega y de los viñedos de la empresa situados en los departamentos de Luján de Cuyo, Maipú, Tupungato y San Carlos. Con respecto a la comunidad se ha priorizado las acciones

relacionadas con programas educativos, ya que al ocuparse del apoyo a la población infantil, generando valores, aprendizaje, apoyo a la autoestima, obtiene como resultado lograr personas más comprometidas para una sociedad mejor.

Desde la Dirección de Chandon están convencidos y comprometidos en lograr instalar esta política dentro de la empresa, para que tome conciencia el resto del personal, quienes voluntariamente están invitados a sumarse, integrarse y dar su apoyo para que dichas políticas puedan llevarse adelante. Esto generó en forma espontánea un grupo de empleados que forman lo que llaman “El Voluntariado”. Este grupo lleva adelante los programas que anualmente se definen como objetivos a concretar, contando con el apoyo de consultoras externas especializadas y profesionales que dan el soporte necesario en cada proyecto.

En los ejemplos antes mencionados, es posible observar que la no aplicación de RSE, ya sea de modo organizado o no, acarrea diversos problemas o deficiencias para la empresa. Por el contrario, aplicar una política organizada en RSE, no sólo le trae beneficios a la empresa en materia económica, seguridad, e imagen, sino que además esto se traslada, en beneficios al entorno en que estas empresas se desenvuelven. De todas formas, para que la aplicación de políticas y prácticas de RSE produzcan sus beneficios, es esencial, que desde todos los niveles de la empresa se esté convencido de que es la manera en que se debe trabajar.

2.4. LA RSE DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS TRABAJADORES Y DE LOS CONSUMIDORES

Como complemento a la tarea de relevamiento, se realizaron encuestas a 12 trabajadores de bodegas y a 20 potenciales consumidores, las mismas se hicieron en grandes bodegas de la provincia, que aplican en forma activa la RSE. En cuanto a las encuestas que corresponden a los consumidores extranjeros se hicieron a turistas mientras recorrían la denominada “Ruta del vino”. Estas encuestas se realizaron para conocer la opinión de los actores del sector, pero que no implica una muestra que sea representativa del total de bodegas y del total de consumidores.

Estos respondieron en forma verbal al siguiente cuestionario:

A. Encuesta al trabajador de bodega:

- ¿En qué sector desarrolla su trabajo?
- ¿Nota el cambio desde la aplicación de la RSE?

- ¿Qué inconvenientes tenía antes de su aplicación?
- ¿Qué soluciones le dio su aplicación?
- ¿A qué sector siente que ha beneficiado la RSE?
- ¿Piensa que la aplicación de la RSE va por el buen camino o hacia donde debería dirigirse?
- Para usted, ¿Quién tiene la responsabilidad de su aplicación?
- ¿En qué piensa que se beneficia la empresa con la aplicación de la RSE?

B. Encuesta a consumidores:

- ¿Nacionalidad?
- ¿Conoce lo que es la RSE?
- ¿Le da importancia a la RSE al elegir qué consumir? ¿Por qué?

Del análisis de las respuestas obtenidas se observan los siguientes detalles:

En cuanto al personal de la empresa, podrían ser diferenciarlos en dos grandes grupos: Por un lado el sector obrero, en el que se incluyen los peones de viña, porteros y transportistas, y por otro el sector administrativo que incluye además el sector de ventas y recursos humanos.

- **Sector obrero**

Hubo coincidencia en cuanto a que desde su aplicación les dio una mayor tranquilidad en cuanto al cuidado de sus hijos, ya que se les brindó un lugar adecuado para el cuidado de estos, mientras ellos realizaban sus actividades laborales.

El 71% de este sector siente que son solo ellos los que se benefician con este proyecto de jardines, ya que hay un cuidado responsable que les brinda educación a sus hijos y el 29% restante opina que esto no solo beneficia a ellos sino que se extiende a todo el personal.

Piensan que aplicando la RSE se va por buen camino, ya que no solo les otorga la tranquilidad del cuidado de sus hijos sino que además reciben una merienda diaria teniendo en cuenta la nutrición infantil.

El 71% de estos trabajadores piensan que la responsabilidad es sólo de sectores jerárquicos de la empresa, por lo que muy pocos pueden ver que la responsabilidad es de todos y que beneficia no solo a ellos en particular sino a todos los que integran a la empresa.

Entre los beneficios que le aporta la RSE a la empresa el 43% indico que se trabaja mejor desde su aplicación y el 57% opina que se disminuye el riesgo de accidentes.

- **Sector administrativo:**

En este sector fue posible notar un claro conocimiento del tema y coincidieron en que la aplicación de la RSE beneficia a todos los sectores de la empresa. A quienes no tenían un lugar para dejar a sus hijos les aportó su cuidado y al resto le aportó mayor eficiencia, orden y seguridad en las condiciones laborales y la fidelización de los trabajadores.

También consideran que van por el buen camino con la aplicación de estas prácticas, ya que han comenzado aplicando la RSE desde adentro hacia afuera, y piensan que si bien es importante un buen ambiente de trabajo, también lo es que la comunidad sienta que el beneficio de la RSE se traslada también a la calidad de los productos que consumen.

Consideran que la RSE es responsabilidad de todos y que beneficia a la empresa en su conjunto, ya que permite transmitir seguridad a sus trabajadores y también trasladar este beneficio a los consumidores por la mejora en la calidad de los productos que se elaboran, lo que se traduce en una mayor publicidad de sus productos.

En cuanto a los consumidores, también sería posible segmentarlos en dos grandes estratos: los del interior del país y los extranjeros:

- **Interior del país:**

De los consumidores que viven en el país se pudo observar que el 80% no conoce que es la RSE, y tan sólo el 20 % sabe lo que es o al menos ha sentido nombrar el tema.

Por no tener ese conocimiento, para el 70% de los encuestados no es un factor influyente en cuanto a la decisión de los productos que consumen, el 20% no le da importancia pero creen que deberían hacerlo y tan sólo el 10% conoce del tema y le da importancia.

Además, el 70% opina que la RSE es una buena práctica de trabajo, pero que no mejora la calidad de los productos, aún luego de interiorizar en el tema a los que no conocían sobre RSE. Y con respecto a los que le dan o creen que deberían darle importancia a la hora de elegir que consumir, el 66% lo haría para colaborar con estas empresas.

De esta forma podemos observar que en los consumidores internos la RSE no es un factor influyente a la hora de decidir qué productos consumir debido a que no pueden ver que esta forma de trabajo mejora la calidad de los productos.

- **Extranjeros:**

Luego se encuestó a consumidores extranjeros, que se encontraron de visita en la provincia, entre ellos algunos europeos y en su mayoría de la República de Chile. En ellos se observó que el 80% conoce lo que es la RSE y lo que aporta a los productos, por eso es un factor muy influyente en el momento de inclinarse por el consumo de un producto u otro porque están convencidos de que la RSE mejora la calidad de los productos, por el tan sólo hecho de elaborarlos responsablemente.

De esta forma se observa que en el exterior del país hay una mayor difusión de estas prácticas hacia el consumidor, por lo que este tiene un conocimiento mayor de los beneficios que la RSE produce y de esta forma se inclina mayormente por los productos de empresas socialmente responsables.

CONCLUSIONES

La RSE más que un método, es una filosofía de gestión de empresa, ya que sólo puede aplicarse cuando existe la voluntad de hacerlo, más allá de los beneficios económicos que le puede representar a la empresa, sino cuando verdaderamente se quiere gestionar para y por el ambiente en el que se desenvuelve.

Para que esta filosofía sea efectiva debe involucrar a toda la cadena de valor. Su aplicación es tan importante que no sólo la llevan a la práctica las grandes empresas, con un programa y directivas claras e integradas a todo el sistema empresarial, sino que también se aplica en empresas de menor envergadura, sin siquiera saber, en algunos casos, que la están llevando a cabo, sino porque consideran que ese es el modo en que se debe trabajar.

Las empresas hoy en día han tomado conciencia de la necesidad de un cambio y esto hace que no solo se enfoquen en la parte económica, incorporando el tema de la RSE como una forma de conducir los negocios por medio de la “triple creación de valor” es decir, teniendo en cuenta el aspecto económico, social y ambiental.

Existen diferentes indicadores de medición para conocer si una empresa está aplicando RSE, tales como la transparencia, la ética, el compromiso con la salud y la seguridad del trabajo, el compromiso ambiental y diferentes acciones sociales que benefician a la comunidad.

Por otra parte, es posible observar que la aplicación de la RSE trae aparejado diferentes beneficios para la empresa como la mejora de su imagen, la reducción de la conflictividad social, evita accidentes, disminuye la rotación del personal, reduce costos, beneficia la calidad de los productos y le permite acceder a mercados con mayor exigencia,

Hoy en día los estados han visto la necesidad de que las empresas del mercado provean información, así es que tiene su auge el balance social, con el cual las empresas proporcionan información sobre las distintas prácticas que llevan a cabo y que además permite comparar la evolución que tiene año a año estas acciones.

En Mendoza y sobre todo en la actividad vitivinícola este método de la RSE se ha comenzado a aplicar porque las empresas lo han tomado como una forma de trabajo con la cual han obtenido distintos beneficios como la eficiencia, la fidelización de los trabajadores por el mejoramiento en sus condiciones de trabajo y la reducción de costos.

Si bien la RSE se está desarrollando fuertemente en el sector vitivinícola y a veces sin ni siquiera saber que se está aplicando, en el país falta un proceso de promoción de esta gestión, de modo

que cada vez sean más las empresas y sobre todo la comunidad que tome conciencia de los beneficios que otorga.

Sin dudas, la RSE comienza a tener su auge en un mundo cada vez más globalizado, en el cual más allá de la importancia que le pueda dar el estado, con leyes e incentivos para que las empresas adopten este tipo de prácticas, el público interesado comienza a entender que la calidad de los productos que se brindan, se obtiene de la calidad ética y responsable con que se efectúan los procesos.

Si bien hay distintos organismos, como Valos y hoy el Estado Provincial, que han tomado las riendas sobre la promoción de la Responsabilidad Social Empresaria para que brinde al máximo sus beneficios en la actividad vitivinícola, todavía falta mucho por hacer en cabeza de la sociedad para lograr la conciencia necesaria que le otorgue la importancia que se merece.

BIBLIOGRAFÍA

- ASTORGA, Laura y SANCHEZ, Ana, (2007), “RSE en Mendoza repercusiones de su aplicación”, Mendoza: Facultad de Ciencias Económicas U.N.Cuyo, 121 páginas.
- CANALES, Gerardo, (2012), “Balance Social y contabilidad ambiental”, Mendoza: Jornadas de Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, U.N.Cuyo.
- FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONCEJO PROFESIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS, (2012), Resolución Técnica 36, 15 páginas.
- GARCIA FRONTI, Inés, D’ONOFRIO, Paula y TORRES, Fernando, (2007), “Responsabilidad Social Empresaria: Su medición e información a través de la contabilidad microsocial”, Buenos Aires: Jornadas de Ciencias Económicas, Universidad De Buenos Aires, 223 páginas.
- INSTITUTO ETHOS, (2005) “Conceptos básicos e indicadores de RSE”, 56 páginas.
- OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO, (2006), Declaración tripartita de principios sobre empresas multinacionales y la política social, 10 páginas
- PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONCEJO, (2001), Reglamento (CE) n° 761/2001, 12 páginas.
- PORTAL, Javier, (2011) “La Responsabilidad Social Empresarial”, Chaco: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional del Nordeste (U.N.N.E), 16 páginas.
- PORTER, Michael y KRAMER, Mark, (January-February 2011), Creating Shared Value, Harvard Business Review, 17 páginas.
- PORTER Michael y KRAMER Mark, (Diciembre 2006) Estrategia y Sociedad, Harvard Business Review. América Latina, 15 páginas.
- PROVINCIA DE MENDOZA, (2012), Ley 8488 Responsabilidad Social Empresaria, 6 páginas.
- ROBY, O. y SANCHEZ, E., (2011) Responsabilidad Social Empresaria en empresas vitivinícolas del Gran Mendoza”, 131 páginas.
- SANCHEZ, E. y NOUSSAN LETRY, R., (2010), “Impacto de prácticas de RSE en empresas del sector vitivinícola de Mendoza”, Mendoza: Jornadas Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Económicas U.N.Cuyo, 19 páginas.

SANCHEZ, Esther y NOUSSAN LETTRY, Ramiro, (2012), “Prácticas de RSE en el sector vitivinícola de Mendoza: Camino a la sustentabilidad”, Mendoza: Jornadas de Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Económicas U.N.Cuyo, 22 páginas.

STURNIOLO, Felipe, (2012), “Información sobre RSE y sustentabilidad”, Mendoza: Jornadas de Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, U.N.Cuyo.

WEB:

Diario digital MDZOL, Nota: http://www.mdzol.com/mdz/nota/402960_19/07/2012 (Julio 2012)

“Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria” www.iarse.org (Febrero 2013)

“Organización Internacional del Trabajo” www.ilo.org (Febrero 2013)

“Organización Internacional para la Estandarización” <http://www.iso.org> (Marzo 2013)

“Pacto Mundial de las Naciones Unidas” <http://www.unglobalcompact.org/> (Octubre 2012)

ANEXOS

ANEXO A

Resolución del Parlamento Europeo: (del 13 de Marzo de 2007, sobre Responsabilidad Social de las Empresas -RSE- Una Nueva asociación. (2006/2133(INI)), Se detalla Sumario de los temas relevantes a Continuación:

“A. Considerando que las empresas no deben sustituir a los poderes públicos cuando éstos dejan de asumir el control del respeto de las normas sociales y medioambientales,

Pautas Generales: Puntos 1 a 10.

Considerando que las empresas no deben sustituir a los poderes públicos cuando éstos dejan de asumir el control del respeto de las normas sociales y medioambientales,

1. Manifiesta su convicción de que una mayor responsabilidad social y medioambiental por parte de las empresas, unida al principio de responsabilidad empresarial, representa un elemento esencial del Modelo Social Europeo y de la Estrategia Europea de Desarrollo Sostenible a la vez que responde a los retos sociales de globalización económica;

2. Celebra la Comunicación de la Comisión sobre RSE permite dar un nuevo ímpetu al debate de la UE sobre la responsabilidad social de las empresas (RSE), pero constata las inquietudes expresadas por determinadas partes clave sobre una falta de transparencia y equilibrio en la consulta efectuada antes de la publicación;

3. Reconoce que continúa abierto un debate entre las distintas partes interesadas sobre una definición apropiada de RSE, y que el concepto de "ir más allá en el cumplimiento" permite a algunas empresas afirmar que dan pruebas de responsabilidad social a la vez que violan la legislación local o internacional; cree que la ayuda de la UE a gobiernos de terceros países para cumplir la legislación social y medioambiental conforme a los convenios internacionales, junto con unos regímenes eficaces

de inspección, constituyen un complemento necesario en favor del progreso de la RSE de Europa en el mundo;

4. Reconoce la definición formulada por la Comisión de que la RSE es la integración voluntaria de las consideraciones medioambientales y sociales en las actividades empresariales, además de las exigencias jurídicas y las obligaciones contractuales; opina que las políticas de RSE deben promoverse por derecho propio y no como sustitución de una reglamentación adecuada en otros ámbitos, ni como un intento encubierto de introducir legislación;

5. Constata que la diversidad de iniciativas voluntarias en materia de RSE podría considerarse un obstáculo para que un mayor número de empresas adopten políticas de RSE, así como un desincentivo de cara a las empresas para que lleven a cabo acciones de RSE más creíbles o más ambiciosas, aunque podría argumentarse que esa diversidad proporciona más inspiración a las empresas; pide a la Comisión que fomente la difusión de las buenas prácticas resultantes de las iniciativas voluntarias en materia de RSE; considera que la Comisión también habría de considerar la elaboración de una lista de criterios que las empresas deberían respetar si desean afirmar que son responsables;

6. Considera que la credibilidad de las iniciativas voluntarias en materia de RSE depende más de un compromiso de incorporar las normas y los principios existentes acordados a escala internacional y de un enfoque multilateral, como recomienda el Foro Multilateral Europeo, así como de la aplicación de un seguimiento y una verificación independientes;

7. Considera que el debate de la UE en materia de RSE ha llegado a un punto en el que el énfasis debe pasar de los "procesos" a los "resultados", logrando una contribución medible y transparente de las empresas en la lucha contra la exclusión social y la degradación ambiental en Europa y en todo el mundo;

8. Reconoce que muchas empresas ya están realizando un esfuerzo importante y creciente para cumplir con sus responsabilidades sociales;

9. Toma nota de que los mercados y las empresas en Europa se encuentran en diferentes fases de desarrollo; considera, por consiguiente, que un método universal que pretenda imponer un único modelo para el comportamiento de las empresas no es adecuado y no conducirá a una aceptación significativa de la RSE por parte de las empresas; considera, asimismo, que se debe poner el acento en el desarrollo de la sociedad civil y, en particular, en sensibilizar a los consumidores a favor de una producción responsable para promover la aceptación de una responsabilidad de las empresas que sea duradera e importante en el contexto nacional o regional específico;

10. Señala que la RSE debe abordar nuevos temas tales como el aprendizaje a lo largo de la vida, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la inclusión social, el desarrollo sostenible y la ética, de manera que sirva como un instrumento adicional para la gestión del cambio industrial y las reestructuraciones;

El debate de la UE sobre RSE: Puntos 11 a 18.

11. Toma nota de la decisión de la Comisión de crear una Alianza Europea (Alianza) para la Responsabilidad Social de las Empresas en asociación con diversas redes empresariales; recomienda que la propia Comisión asegure un punto único de coordinación para mantener una conciencia de pertenencia a la Alianza y de sus actividades, definiendo objetivos claros, calendarios y una visión estratégica para su actividad; incita al conjunto de las empresas europeas y a las empresas de terceros países que operan en Europa, grandes y pequeñas, a que suscriban esta iniciativa, y desea que la participación de otras partes interesadas refuerce la Alianza;

12. Opina que el diálogo social ha supuesto un medio eficaz para fomentar las iniciativas de RSE y que los comités de empresa europeos han desempeñado igualmente un papel constructivo en el desarrollo de las mejores prácticas relativas a la RSE;

13. Propone que un aumento sustancial del interés en las prácticas de RSE entre las empresas de la UE, el desarrollo de nuevos modelos de las mejores prácticas por auténticos líderes entre las empresas y los órganos sindicales de las empresas en diferentes aspectos de RSE, la identificación y la promoción de acciones y reglamentaciones específicas de la UE de apoyo a las RSE y la evaluación del impacto de tales iniciativas en el medio ambiente y los derechos humanos y sociales podrían componer los criterios básicos de valoración del éxito; propone asimismo que se fije un plazo de dos años para la conclusión de los trabajos de los "laboratorios" creados en este contexto como propuso la RSE Europa;

14. Observa que la convocatoria del Foro Multilateral Europeo supuso una adición tardía a la Comunicación y que es necesario adoptar medidas para generar la confianza de las diferentes partes interesadas en que se llevará a cabo un verdadero diálogo que conduzca a un impacto real de las políticas y los programas de la UE para incentivar y aplicar la RSE en las empresas de la UE; opina que es necesario extraer una lección de los dos años en los que funcionó el Foro Multilateral Europeo anteriormente, que fueron positivos en el sentido de que siguió la norma "sin fama, no hay vergüenza" y, en particular, por la utilización de informadores independientes; destaca, no obstante, que se

necesitan mejoras en relación con el logro de un consenso; insiste también en que los representantes de la Comisión participen más activamente en el debate;

15. Pide a la Comisión que invite a los representantes de cierto número de gobiernos nacionales, regionales y locales comprometidos a utilizar la contratación pública y otros instrumentos de la administración pública para fomentar la RSE a crear su propio "laboratorio" en el marco de la Alianza e integrar sus conclusiones en sus actividades futuras;

16. Respalda los esfuerzos realizados por la Comisión para ampliar la participación en el Foro Multilateral Europeo e incluir a los inversores, al sector de la educación y a las autoridades públicas, insistiendo al mismo tiempo en que ha de mantenerse la posibilidad de un diálogo permanente para alcanzar los objetivos acordados;

17. Pide a la Comisión que, con miras a estudiar continuamente los avances de la RSE, fomente una mayor participación de las mujeres en el Foro multilateral así como el intercambio de información y de buenas prácticas en materia de igualdad de género;

18. Apoya las solicitudes de una divulgación obligatoria para los grupos de interés empresariales y de otro tipo y de un acceso equilibrado entre las agrupaciones de empresas y otros grupos de partes interesadas a la elaboración de políticas de la UE;

Vínculos entre RSE y Competitividad: Puntos 19 a 25.

19. Acoge con satisfacción el objetivo de la Comunicación de vincular la RSE a los objetivos económicos, sociales y medioambientales de la Agenda de Lisboa ya que considera, precisamente, que una gestión seria de la RSE por parte de las empresas puede contribuir tanto a la creación de puestos de trabajo, a la mejora de las condiciones de trabajo y al respeto de los derechos de los trabajadores, como al fomento de la investigación y el desarrollo de las innovaciones tecnológicas; respalda el principio de la "competitividad responsable" como parte integrante del programa de la Comisión para la innovación y la competitividad; reta a las empresas europeas a que incluyan en sus informes cómo contribuyen a los objetivos de Lisboa;

20. Reconoce que unas normas eficaces en materia de competencia, dentro y fuera de Europa, constituyen un elemento fundamental para garantizar prácticas empresariales responsables, en particular asegurando el tratamiento y un acceso justos para las PYME locales;

21. Reitera que la aplicación en el marco de la RSE de prácticas de contratación responsable y no discriminatorias que fomenten el empleo de las mujeres y las personas con discapacidad contribuye a la realización de los objetivos de Lisboa;

22. Toma nota de la contradicción entre las estrategias de contratación competitivas por parte de empresas que intentan continuamente mejorar la flexibilidad y los costes, y los compromisos voluntarios en materia de RSE con los que se intenta evitar prácticas de empleo explotadoras y promover relaciones a largo plazo con los suministradores; acoge positivamente la continuación del diálogo sobre este punto;

23. Sugiere a este respecto que las evaluaciones y el seguimiento de las empresas europeas reconocidas como responsables se extiendan asimismo a sus actividades y a las de sus subcontratistas fuera de la Unión Europea, a fin de garantizar que la RSE beneficie también a los países terceros y en particular a los países en vías de desarrollo, de conformidad con las convenciones de la OIT relativas básicamente a la libertad sindical, la prohibición del trabajo infantil, la prohibición del trabajo forzado, y más específicamente destinadas a las mujeres, los migrantes, las poblaciones autóctonas y los grupos minoritarios;

24. Reconoce que la RSE constituye un elemento motor importante para las empresas y solicita la integración de las cuestiones de política social, como el respeto de los derechos de los trabajadores, una política salarial justa, la lucha contra las discriminaciones, la formación a lo largo de toda la vida, etc., y medioambientales, haciendo hincapié en una promoción enérgica del desarrollo sostenible, en apoyo de los nuevos productos y procesos de fabricación a través de las políticas de innovación y comerciales de la UE, así como con la elaboración de estrategias de competitividad sectoriales, a escala regional y de las ciudades;

25. Subraya que las empresas que actúan con responsabilidad social contribuyen de forma destacada a eliminar las desigualdades que afectan sobre todo a las mujeres y a las personas con discapacidad en el mercado de trabajo, en particular en materia de acceso al empleo, las prestaciones sociales, la formación, el desarrollo profesional y una política salarial justa; subraya que las empresas deberían centrar su política de contratación en la Directiva 76/207/CEE del Consejo, de 9 de febrero de 1976, relativa a la aplicación del principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres en lo que se refiere al acceso al empleo, a la formación y a la promoción profesionales, y a las condiciones de trabajo.

Instrumentos de la RSE: Puntos 26 a 36.

26. Se congratula de la tendencia de estos últimos años entre las grandes empresas de publicar voluntariamente informes sociales y medioambientales; constata que el número de estos informes ha seguido aumentando continuamente desde 1993, pero que su número se ha vuelto ahora relativamente estable y que sólo una minoría de esos informes usa normas y principios aceptados internacionalmente, cubre la totalidad de la cadena de suministro de la empresa o utiliza un control y una verificación independientes;

27. Recuerda a la Comisión la solicitud del Parlamento de que presente una propuesta de modificación de la Cuarta Directiva 78/660/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1978, basada en la letra g) del apartado 3 del artículo 54 del Tratado y relativa a las cuentas anuales de determinadas formas de sociedad (Cuarta Directiva en materia de derecho de sociedades)(18) para incluir en ella la información en materia medioambiental y social junto con los requisitos de información en materia financiera; considera que esto es importante para aumentar la sensibilización sobre las disposiciones relativas a la información en materia social y medioambiental en el marco de la Recomendación 2001/453/CE de la Comisión sobre la publicación de aspectos medioambientales, de la Directiva 2003/51/CE de modernización de las cuentas y de la Directiva 2003/71/CE(19) sobre los folletos; apoya la transposición oportuna de dicha Recomendación y Directivas en todos los Estados miembros y pide que se realicen estudios sobre su aplicación efectiva a fin de aumentar esa sensibilización;

28. Reconoce las actuales limitaciones del "sector" de la RSE en relación con la medición del comportamiento empresarial, la auditoría social y la certificación, en particular por lo que respecta al coste, la comparabilidad y la independencia, y considera que será necesario elaborar un marco profesional que incluya cualificaciones específicas en este ámbito;

29. Recomienda a la Comisión que incremente la responsabilidad de los dirigentes de empresas con más de 1 000 empleados para incluir el compromiso de dichos empresarios por minimizar el posible impacto perjudicial, desde el punto de vista social y medioambiental, de las actividades de la empresa;

30. Reitera su apoyo al sistema de gestión y auditoría medioambientales de la UE, en particular su requisito de verificación externa y la obligación de los Estados miembros de fomentar el sistema, y considera que aún queda margen para desarrollar sistemas similares relativos a la protección del trabajo y de los derechos humanos y sociales;

31. Apoya el Código de buenas prácticas de la Alianza Internacional para la Certificación y el Etiquetado Social y Medioambiental, que constituye el ejemplo más importante para fomentar la

colaboración entre las iniciativas existentes en materia de etiquetado, de preferencia la creación de nuevas etiquetas sociales a escala nacional o europeo;

32. Pide a la Comisión que aplique un mecanismo en el que las víctimas, incluidos los nacionales de terceros países, puedan recurrir contra empresas europeas a través de los tribunales nacionales de los Estados miembros;

33. Toma nota de que la Comunicación de la Comisión sobre RSE no ha tenido en cuenta la cuestión de la inversión social responsable, manifiesta su apoyo a la plena participación de los inversores como partes interesadas en el debate sobre la RSE a escala de la UE, en el marco del Foro Multilateral Europeo, apoya las solicitudes de transparencia de la industria en lugar de prescripciones a través de la introducción de una "declaración de principios de interés" a escala de la UE para fondos de inversiones;

34. Subraya que los consumidores desempeñan un importante papel en la creación de incentivos para una producción y una práctica comercial responsables; no obstante, opina que por el momento, esta situación es poco transparente para los consumidores, entre otras cosas, debido a la confusión que existe entre las diferentes normas nacionales de producción y los diversos sistemas de etiquetado de los productos, lo que contribuye a menoscabar las actuales etiquetas sociales de productos; observa que al mismo tiempo esto supone gastos considerables para las empresas que deben adaptarse a las numerosas exigencias y normas nacionales diferentes; señala además que resulta caro crear mecanismos de vigilancia relacionados con el etiquetado social de productos, sobre todo en los países pequeños;

35. Apoya los esfuerzos de Eurostat para desarrollar indicadores que midan los resultados de la RSE en el contexto de la Estrategia de Desarrollo Sostenible de la UE así como la intención de la Comisión de desarrollar nuevos indicadores para evaluar el conocimiento y el consumo de productos que llevan la etiqueta ecológica de la UE y la cuota de producción de las empresas adheridas al EMAS;

36. Recuerda la consideración previa dedicada a la designación de un Defensor del Pueblo de la UE sobre RSE encargado de realizar investigaciones independientes sobre temas relacionados con la RSE a petición de las empresas o de cualquier grupo de partes interesadas; pide que se siga reflexionando sobre esta propuesta y otras similares en el futuro

Mejora de la reglamentación y RSE: Puntos 37 a 39.

37. Considera que las políticas de RSE pueden reforzarse mejorando el conocimiento y la aplicación de los instrumentos jurídicos existentes; pide a la Comisión que organice y fomente campañas de sensibilización y que controle la aplicación de la responsabilidad directa extranjera de conformidad con la Convención de Bruselas, y la aplicación de la Directiva 84/450/CEE(20) sobre la publicidad engañosa y de la Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales con el fin de adherir a las empresas a sus códigos de conducta voluntarios en materia de RSE;

38. Reitera la necesidad de utilizar un lenguaje sencillo y fácilmente comprensible para incentivar a las empresas a promover la RSE;

39. Afirma una vez más que la Comisión y los Gobiernos de los Estados miembros a escala nacional, regional y local deberían realizar mayores esfuerzos para aprovechar las oportunidades que ofrece la revisión en 2004 de las Directivas relativas a la contratación pública, con el fin de apoyar a la RSE promoviendo los criterios sociales y medioambientales entre los suministradores potenciales y reconociendo al mismo tiempo la necesidad de evitar la imposición de cargas administrativas adicionales a las pequeñas empresas, lo que podría disuadirlas de participar en la licitación, y de descartar, si fuera necesario, a las empresas involucradas en casos de corrupción; pide a la Comisión, al Banco Europeo de Inversiones y al Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo que apliquen criterios sociales y medioambientales estrictos a todas las subvenciones y préstamos concedidos a las empresas del sector privado, que disponen de mecanismos claros de recurso, basándose en el modelo que vincula la contratación pública con el respeto de las convenciones fundamentales de la OIT y de las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales en los Países Bajos y de la norma SA8000 RSE por parte de diversas provincias italianas; recuerda que los Estados miembros deben adoptar medidas para asegurar que las garantías de crédito a la exportación cumplen los criterios más exigentes en materia medioambiental y social y no se utilizarán para proyectos contrarios a los objetivos políticos acordados por la UE relacionados, por ejemplo, con la energía o el armamento

Integración de la RSE en las Políticas y Programas de la UE: Puntos 40 a 55.

40. Se congratula de los compromisos de la Comisión, repetidos en su Comunicación sobre RSE, de apoyar y promover la RSE en todos sus campos de actividad, y pide un mayor esfuerzo para que estos compromisos se traduzcan en acciones concretas en todos los ámbitos;

41. Considera que el debate sobre la RSE no debe ir separado de las cuestiones de responsabilidad de las empresas, y que las cuestiones relativas al impacto social y medioambiental de las empresas, las relaciones con las partes interesadas, la protección de los derechos de los accionistas minoritarios y los deberes de los directores de empresa a este respecto deben integrarse plenamente en el Plan de Acción de la Comisión sobre Gobernanza Empresarial; considera que estas cuestiones deberían incluirse en el debate sobre la RSE; pide a la Comisión que tenga en cuenta estos aspectos y formule propuestas concretas al respecto;

42. Se felicita del apoyo financiero directo de la Comisión en favor de iniciativas en materia de RSE, en particular para fomentar la innovación, permitir la participación de las partes interesadas y ayudar, si fuera el caso, a las asociaciones de víctimas en relación con supuestas malas prácticas, incluido el "homicidio empresarial"; alienta a la Comisión a que desarrolle, en particular, mecanismos que garanticen que las comunidades afectadas por empresas europeas tengan derecho a un proceso judicial justo y accesible; subraya la importancia de la línea B3-4000 (partida 04 03 03 01) del presupuesto de la UE para proyectos piloto como los que implican la participación de la comunidad de asalariados, los fondos hipotecados de apoyo a la RSE en el marco del programa de la Comisión para la competitividad y la innovación, y para que el 3 % de la investigación sobre las ciencias sociales y las humanidades se dedique a las empresas en la sociedad en el marco del 7º Programa Marco de Investigación; pide que la Comisión realice mayores esfuerzos en relación con las empresas de la UE que funcionan en terceros países a través de los programas de ayuda exterior;

43. Acoge con satisfacción el compromiso de hacer de la educación una de las ocho acciones prioritarias; pide una mayor integración de la RSE en el programa Sócrates, la puesta a disposición de una amplia gama de material sobre la RSE en el futuro Centro Europeo de Recursos Pedagógicos y la creación de una lista europea en línea de las escuelas y facultades de economía que se ocupan de la RSE y del desarrollo sostenible;

44. Alienta a presentar iniciativas a escala de la UE y de los Estados miembros destinadas a mejorar la enseñanza de la gestión y la producción responsables en las escuelas europeas de economía;

45. Observa que la responsabilidad social y ambiental se aplica tanto a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales como a las empresas, y pide a la Comisión que cumpla su compromiso de publicar un informe anual sobre los efectos sociales y ambientales de sus actividades directas y que elabore políticas que alienten al personal de las instituciones de la UE a comprometerse con el voluntariado en favor de la comunidad;

46. Considera que, en el marco de la RSE, las empresas podrían apadrinar actividades culturales y educativas, lo que daría un valor añadido a las políticas europeas en el ámbito de la cultura y de la formación permanente;

47. Pide a la Comisión que integre mejor la RSE en sus políticas comerciales, sin dejar de respetar las normas de la OMC y sin crear barreras comerciales injustificadas al intentar introducir disposiciones en todos los acuerdos internacionales, regionales o multilaterales de conformidad con las normas acordadas a escala internacional en materia de RSE, como por ejemplo, las directrices de la OCDE sobre empresas multinacionales, la declaración tripartita de la OIT y los Principios de Río, así como la reserva de competencia reguladora sobre cuestiones de derechos humanos y de responsabilidad social y medioambiental; acoge con satisfacción el apoyo prestado a estos objetivos en la comunicación sobre el trabajo digno; reitera su llamamiento a las delegaciones de la Comisión en terceros países para que promuevan y actúen, dentro del marco de las competencias de la Comisión, como puntos de contacto en relación con las directrices de la OCDE; pide a la Comisión y a los Estados miembros que mejoren el funcionamiento de los puntos de contacto nacionales, en particular por lo que respecta a los informes de instancias específicas sobre presuntas violaciones en las operaciones y en las cadenas de producción de empresas europeas a escala mundial;

48. Toma nota de la contribución del movimiento internacional en favor del comercio justo por ser pionero en fomentar desde hace 60 años prácticas comerciales responsables y demostrar que dichas prácticas son viables y sostenibles a lo largo de toda la cadena de suministro; pide a la Comisión que tenga en cuenta la experiencia del movimiento en favor del comercio justo y analice sistemáticamente el modo en que dicha experiencia puede utilizarse en el contexto de la RSE;

49. Pide a la Comisión que garantice que las empresas transnacionales con sede en la UE y con unidades de producción en terceros países, en particular los que participan en el sistema SPG+, cumplan las normas fundamentales de la OIT así como los convenios sociales y medioambientales y los acuerdos internacionales con el fin de garantizar a escala mundial el equilibrio entre crecimiento económico y mejora de las normas sociales y medioambientales;

50. Celebra el compromiso del "Consenso europeo sobre el desarrollo" de apoyar a la RSE como acción prioritaria; pide a la Dirección General de Desarrollo de la Comisión que desempeñe un papel activo en el debate sobre el RSE, examine las condiciones laborales y las modalidades de utilización de los recursos naturales en los países en desarrollo, coopere con las empresas domésticas así como con las filiales exteriores de las empresas europeas, los subcontratistas y las otras partes interesadas con el fin de combatir los abusos y las irregularidades observados en las cadenas de suministro, luche contra la pobreza y garantice un crecimiento equitativo;

51. Propone que la Comisión aspire a la participación de las pequeñas y medianas empresas en la RSE a través de trabajos comunes con los organismos intermediarios, ofreciendo un apoyo específico a la participación de las cooperativas y empresas que actúan para la economía social a través de sus asociaciones especializadas, y que utilice la red de centros europeos de información para promover directamente las iniciativas en materia de RSE, y considera la posibilidad de designar a un representante de la RSE similar al representante de las PYME en el marco de la Dirección General para la Empresa y la Industria de la Comisión;

52. Recomienda a la Comisión que lleve a cabo un estudio exhaustivo a escala europea sobre las distintas formas posibles de participación de las PYME en la RSE, así como sobre los incentivos para que las PYME adopten de forma voluntaria e individual los principios vinculados a la RSE, y que extraiga las conclusiones pertinentes de las experiencias y buenas prácticas logradas en este ámbito;

53. Se felicita del compromiso formulado en la Comunicación de la Comisión sobre RSE de fomentar la participación de los asalariados y sus sindicatos en la RSE y reitera su petición a la Comisión y los interlocutores sociales de que avancen en la exitosa negociación de los actuales 50 acuerdos marco internacionales y 30 acuerdos marco europeos que se refieren principalmente a las normas fundamentales en materia de trabajo de las empresas individuales o de los sectores, lo que supone un planteamiento para desarrollar la responsabilidad social de las empresas en Europa y en todo el mundo; hace referencia a los comités de empresa europeos, que están especialmente capacitados para fomentar la RSE y en particular para fomentar los derechos fundamentales de los trabajadores en empresas multinacionales;

54. Insiste en la importancia del papel de los interlocutores sociales para promover el empleo femenino y luchar contra las discriminaciones; anima a los interlocutores sociales a que, en el marco de la RSE, tomen iniciativas en pro de una mayor participación de mujeres en los puestos de gestión de las empresas, en los comités de empresas y en los organismos que toman parte en el diálogo social;

55. Recomienda que la investigación futura en materia de RSE vaya más allá de un simple "estudio de casos" sobre la RSE, de modo que se centre la atención en el vínculo que existe entre competitividad y desarrollo sostenible a nivel macro (UE y Estados miembros), a nivel meso (sectores industriales y cadenas de suministro) y a nivel micro (PYME) y la interrelación entre ellos, así como en el impacto de las actuales iniciativas en materia de RSE y de posibles violaciones de los principios que la rigen; apoya el papel de liderazgo desempeñado por la European Academy of Business in Society a este respecto; pide a la Comisión que publique un "estado anual de la RSE" oficial, elaborado por expertos e investigadores independientes que recopilen la información existente, describiendo las nuevas tendencias y formulando recomendaciones para las acciones futuras

Contribución de Europa a la RSE Global: Puntos 56 a 68”.

56. Considera que el impacto potencial de las políticas en materia de RSE sigue siendo el mayor en relación con las cadenas mundiales de abastecimiento de las empresas, para permitir que las inversiones responsables por parte de las empresas, para combatir la pobreza en los países en desarrollo, fomentar condiciones dignas de trabajo, apoyar los principios de comercio justo y buena gobernanza, así como para reducir la incidencia de violaciones de normas internacionales, en particular de normas del trabajo, por parte de empresas en los países donde la normativa es escasa o inexistente;

57. Pide a la Comisión que lleve a cabo estudios específicos sobre este impacto y formule propuestas para aumentar las inversiones responsables de las empresas así como su responsabilidad;

58. Reconoce que algunas iniciativas internacionales en materia de RSE están más enraizadas y han alcanzado una mayor madurez, en particular la reciente publicación de las orientaciones para la información sobre el desarrollo sostenible "G3" de Global Reporting Initiative, la exclusión de 200 empresas por parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el nombramiento de un representante especial del Secretario General de las Naciones Unidas para las actividades empresariales y los derechos humanos;

59. Manifiesta su decepción por el hecho de que la Comisión no haya dado una mayor prioridad a la promoción de iniciativas globales en su Comunicación sobre RSE, y pide a la Comisión que, junto con los Estados miembros y las partes interesadas, desarrolle una visión estratégica y una aportación al desarrollo de iniciativas en materia de RSE a escala internacional, así como un mayor esfuerzo para aumentar de manera significativa la participación en estas iniciativas por parte de las empresas de la UE;

60. Pide a los Estados miembros y a la Comisión que apoyen y promuevan el respeto a las normas básicas de la OIT, como componente de la RSE allá donde ejerzan su actividad;

61. Considera que la dimensión internacional de la RSE deberá impulsar la elaboración de líneas directrices que favorezcan el establecimiento de estas políticas en todo el mundo;

62. Pide a la Comisión que organice, junto con los demás socios relevantes, una importante iniciativa internacional en 2007 que marque el quinto aniversario de los compromisos acordados en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible para emprender iniciativas intergubernamentales en el ámbito de la responsabilidad empresarial;

63. Pide a la Comisión que se apoye en el éxito del Diálogo Comercial Transatlántico sobre RSE que tuvo lugar en los años 90, organizando una práctica similar entre la UE y Japón;

64. Alienta a que se desarrollen más iniciativas internacionales en favor de la transparencia total de los ingresos por parte de las empresas europeas sobre sus actividades en países terceros, a fin de apoyar el pleno respeto de los derechos humanos en sus operaciones en zonas conflictivas y rechazar las acciones de presión, incluidos los "acuerdos con el país anfitrión" concluidos por las empresas para comprometer o eludir las obligaciones reglamentarias de dichos países;

65. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que contribuyan a apoyar y consolidar las directrices de la OCDE sobre las empresas multinacionales, en particular realizando análisis sobre la eficacia de los puntos nacionales de contacto europeos y su papel en la mediación eficaz entre las partes interesadas para resolver conflictos; pide que se desarrolle un modelo para los puntos nacionales de contacto europeos que incluya las mejores prácticas en cuanto a su marco institucional, la visibilidad, la accesibilidad para todas las partes interesadas y la tramitación de las quejas; pide que se haga una interpretación amplia de la definición de inversión en la aplicación de las directrices de la OCDE, con el fin de garantizar que las cuestiones relativas a la cadena de suministro quedan cubiertas por los procedimientos de aplicación;

66. Pide el apoyo para el desarrollo de la Global Reporting Initiative invitando a las empresas líderes de la UE a participar en nuevos enfoques sectoriales que cubran ámbitos como la construcción, los productos químicos y la agricultura; pide asimismo que se fomente la investigación relativa a la participación de las PYME, se permitan las actividades de divulgación, principalmente en los países de Europa Central y Oriental, y que desarrollen índices de sostenibilidad junto con las bolsas en los mercados emergentes;

67. Pide a la Comisión que, en los futuros acuerdos de cooperación con países en desarrollo, incluya capítulos relativos a la investigación, la supervisión y la asistencia destinada a la resolución de problemas sociales, humanos y ambientales, tanto en la actividad como en la cadena de suministro de las empresas de la UE en países terceros;

68. Se felicita en principio de los debates en la Organización Internacional de Normalización sobre la creación de una norma en materia de responsabilidad social; y pide a la representación europea que garantice que cualquier resultado sea coherente con las normas y acuerdos internacionales y con la oportunidad de garantizar métodos paralelos de evaluación y certificación externas.

ANEXO B

La declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT:

Esta declaración es adoptada por el Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo en su 204.^a reunión (Ginebra, noviembre de 1977) en la forma enmendada en sus 279.^a noviembre de 2000) y 295.^a (marzo de 2006) reuniones).

A continuación Sumario de los temas relevantes de la misma:

“Política General: Puntos: 1 a 12.

1. Las empresas multinacionales desempeñan un papel muy importante en las economías de la mayor parte de los países y en las relaciones económicas internacionales, que es de interés creciente para los gobiernos, así como para los empleadores, los trabajadores y sus respectivas organizaciones. Mediante las inversiones directas internacionales y otros medios, estas empresas pueden aportar ventajas substanciales al país de acogida y los países de origen, contribuyendo a una utilización más eficaz del capital, la tecnología y el trabajo. En el marco de las políticas de desarrollo establecidas por los gobiernos, pueden aportar también una contribución muy importante a la promoción del bienestar económico y social; a la mejora del nivel de vida y la satisfacción de las necesidades básicas; a la creación de oportunidades de empleo, tanto directa como indirectamente; y a la promoción de los derechos humanos básicos, incluida la libertad sindical, en todo el mundo. Por otra parte, los progresos realizados por las empresas multinacionales en la organización de sus operaciones que trascienden el marco nacional pueden dar lugar a una concentración abusiva de poder económico y a conflictos con los objetivos de la política nacional y los intereses de los trabajadores. La complejidad de estas empresas y la dificultad de percibir claramente sus estructuras, operaciones y planes son también motivo de preocupación en el país de acogida, en el país de origen o en ambos.

2. Esta Declaración tripartita de principios tiene por objeto fomentar la contribución positiva que las empresas multinacionales pueden aportar al progreso económico y social y minimizar y resolver las dificultades a que pueden dar lugar las operaciones de estas empresas, teniendo en cuenta las resoluciones de las Naciones Unidas que preconizan el establecimiento de un nuevo orden económico internacional, así como acontecimientos que se hayan producido ulteriormente en las Naciones Unidas, por ejemplo, el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

3. Este objetivo será promovido por leyes y políticas, medidas y disposiciones apropiadas adoptadas por los gobiernos y mediante la cooperación entre los gobiernos y las organizaciones de empleadores y de trabajadores de todos los países.

4. Los principios que figuran en esta Declaración son recomendados a los gobiernos, a las organizaciones de empleadores y de trabajadores de los países de acogida y de origen y a las propias empresas multinacionales.

5. Tienen también por objeto guiar a los gobiernos, las organizaciones de empleadores y de trabajadores y las empresas multinacionales en la adopción de medidas y acciones, así como de políticas sociales, incluidas las basadas en los principios establecidos en la Constitución y los convenios y recomendaciones pertinentes de la OIT, capaces de promover el progreso social.

6. Para realizar su finalidad, esta Declaración no requiere una definición jurídica precisa de las empresas multinacionales; este párrafo tiene por objeto facilitar la comprensión de la Declaración, no proporcionar tal definición. Entre las empresas multinacionales figuran las empresas, ya sean de dominio público, mixto o privado, que son propietarias o controlan la producción, la distribución, los servicios u otras facilidades fuera del país en que tienen su sede. El grado de autonomía de las distintas entidades que componen la empresa multinacional en relación con las demás varía grandemente de una empresa multinacional a otra, según el carácter de los lazos existentes entre estas unidades y sus respectivos campos de actividad, y teniendo en cuenta la gran diversidad en la forma de propiedad, el tamaño, el carácter y la localización de las operaciones de las empresas. A menos que se especifique de otro modo, la expresión «empresas multinacionales» se utiliza en esta Declaración para designar las distintas entidades (compañías matrices o unidades locales, o ambas, así como también el conjunto de la empresa) según la distribución de responsabilidades entre ellas, partiendo de la base de que se prestarán cooperación y mutua asistencia cuando sea necesario para facilitar la aplicación de los principios establecidos en esta Declaración.

7. Esta Declaración contiene principios en materia de empleo, formación profesional, condiciones de trabajo y de vida y relaciones laborales, cuya aplicación se recomienda con carácter voluntario a los gobiernos, a las organizaciones de empleadores y de trabajadores y a las empresas

multinacionales; las disposiciones que contiene no deberían limitar ni afectar de otro modo las obligaciones derivadas de la ratificación de un convenio de la OIT.

POLÍTICA GENERAL

8. Todas las partes a que se refiere esta Declaración deberían respetar los derechos soberanos de los Estados, observar las leyes y reglamentos nacionales, tener debidamente en cuenta las prácticas locales y respetar las normas internacionales aplicables. Deberían también respetar la Declaración Universal de Derechos Humanos y los Pactos internacionales correspondientes adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y la Constitución de la Organización Internacional del Trabajo y sus principios, de acuerdo con los cuales la libertad de expresión y de asociación son esenciales para un progreso sostenido. Deberían contribuir a hacer realidad la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento, adoptada en 1998. Deberían también cumplir los compromisos libremente contraídos de conformidad con la legislación nacional y las obligaciones internacionales aceptadas.

9. Se exhorta a los gobiernos de los Estados que no hayan ratificado todavía los Convenios núms. 29, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 138 y 182 a que procedan a esta ratificación y, en todo caso, apliquen en la medida más amplia posible, a través de sus respectivas políticas nacionales, los principios incorporados en dichos Convenios y en las Recomendaciones núms. 35, 90, 111, 119, 122, 146, 169, 189 y 1901. Sin perjuicio de la obligación de los gobiernos de asegurar la aplicación de los convenios que han ratificado, en los países en que los convenios y recomendaciones citados en este párrafo no sean aplicados, todas las partes deberían referirse a los mismos a fines de orientación a seguir en su respectiva política social.

10. Las empresas multinacionales deberían tener plenamente en cuenta los objetivos de la política general establecida en los países en que realicen sus operaciones. Sus actividades deberían estar en armonía con las prioridades del desarrollo y con los objetivos y la estructura social del país en que realicen sus operaciones. Con tal fin, deberían celebrarse consultas entre las empresas multinacionales, los gobiernos y, siempre que sea apropiado, las correspondientes organizaciones nacionales de empleadores y de trabajadores.

11. Los principios contenidos en esta Declaración no tienen por objeto introducir o mantener desigualdades de trato entre las empresas multinacionales y las empresas nacionales. Dichos principios

reflejan prácticas adecuadas para todos. Las empresas multinacionales y las nacionales, siempre que los principios de esta Declaración sean aplicables a ambas, deberían estar sujetas a las mismas expectativas en lo que se refiere a su conducta en general y a las prácticas sociales en particular.

12. Los gobiernos de los países de origen deberían promover prácticas sociales adecuadas de conformidad con esta Declaración de principios, teniendo en cuenta la legislación, los reglamentos y las prácticas en materia social y laboral de los países de acogida, así como las normas internacionales correspondientes. Los gobiernos de los países de acogida y de los países de origen deberían estar dispuestos a consultarse mutuamente, cada vez que sea necesario, por iniciativa de cualquiera de ellos.

Promoción del Empleo: Puntos del 13 al 28.

13. Con el objeto de estimular el crecimiento y el desarrollo económicos, elevar los niveles de vida, satisfacer las necesidades de mano de obra y resolver el problema del desempleo y el subempleo, los gobiernos deberían formular y llevar a cabo, como objetivo de mayor importancia, una política activa destinada a fomentar el pleno empleo, productivo y libremente elegido.

14. Esto es particularmente importante en el caso de los gobiernos de los países de acogida de las regiones en vías de desarrollo del mundo, en las que son más graves los problemas de subempleo y desempleo. A este respecto deberían tenerse en cuenta las conclusiones generales adoptadas por la Conferencia mundial tripartita sobre el empleo, la distribución de los ingresos, el progreso social y la división internacional del trabajo (Ginebra, junio de 1976)³, y el Programa Global de Empleo (Ginebra, marzo de 2003).

15. Los párrafos 13 y 14 anteriores constituyen el marco dentro del cual debería prestarse debida atención, tanto en los países de origen como en los países de acogida, a las repercusiones de las empresas multinacionales sobre el empleo.

16. Las empresas multinacionales, en particular cuando realicen sus operaciones en los países en vías de desarrollo, deberían esforzarse por aumentar las oportunidades y niveles de empleo, teniendo en cuenta la política y los objetivos de los gobiernos a este respecto, así como la seguridad del empleo y el desarrollo a largo plazo de la empresa.

17. Antes de comenzar sus operaciones, las empresas multinacionales deberían consultar, siempre que sea apropiado, a las autoridades competentes y a las organizaciones nacionales de empleadores y de trabajadores, a fin de armonizar, en cuanto sea factible, sus planes de mano de obra con la política nacional de desarrollo social. Estas consultas, como en el caso de las empresas

nacionales, deberían proseguirse entre las empresas multinacionales y todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones de trabajadores.

18. Las empresas multinacionales deberían dar la prioridad al empleo, el desarrollo profesional, la promoción y el perfeccionamiento de los nacionales del país de acogida en todos los niveles, en cooperación, cuando corresponda, con los representantes de los trabajadores de la empresa o las organizaciones de estos trabajadores y con las autoridades gubernamentales.

19. Las empresas multinacionales, cuando realicen sus inversiones en los países en vías de desarrollo, deberían tener debidamente en cuenta la importancia de utilizar tecnologías capaces de crear empleos tanto directa como indirectamente. En la medida en que lo permitan el carácter de los procedimientos de producción y las condiciones existentes en el sector económico de que se trate, deberían adaptar las tecnologías a las necesidades y características de los países de acogida. Siempre que sea posible, deberían también participar en el desarrollo de una tecnología apropiada en los países de acogida.

20. Para promover el empleo en los países en vías de desarrollo, en el marco de una economía mundial de expansión, las empresas multinacionales, siempre que sea posible, deberían tener en cuenta la conclusión de contratos con las empresas nacionales para la fabricación de piezas de recambio y equipo, la utilización de las materias primas locales y la promoción progresiva de la transformación local de las materias primas. Estas medidas no deberían ser utilizadas por las empresas multinacionales para evitar las responsabilidades formuladas en los principios de la presente Declaración.

Igualdad de oportunidades y de trato

21. Todos los gobiernos deberían aplicar políticas destinadas a promover la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo, con miras a eliminar toda discriminación basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social⁵.

22. Las empresas multinacionales deberían guiarse por este principio general en todas sus operaciones, sin perjuicio de las medidas previstas en el párrafo 18 ni de la política seguida por los gobiernos para corregir las pautas históricas de discriminación y, sobre esta base, dichas empresas deberían extender la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo⁶. De acuerdo con esto, las empresas multinacionales deberían hacer lo necesario para que las calificaciones profesionales y la

experiencia sean la base para la contratación, la colocación, la formación profesional y la promoción de su personal a todos los niveles.

23. Los gobiernos no deberían nunca requerir ni alentar a las empresas multinacionales para ejercer discriminación por algunos de los motivos mencionados en el párrafo 21; sería muy conveniente la orientación permanente de los gobiernos, en los casos apropiados, para evitar la discriminación en el empleo.

Seguridad del empleo

24. Los gobiernos deberían estudiar cuidadosamente las repercusiones de las empresas multinacionales sobre el empleo en diferentes sectores industriales. Los gobiernos, así como las propias empresas multinacionales, en todos los países, deberían adoptar medidas apropiadas para ocuparse de las repercusiones de las actividades de las empresas multinacionales sobre el empleo y el mercado del trabajo.

25. Las empresas multinacionales, al igual que las empresas nacionales, deberían esforzarse, mediante una planificación activa de la mano de obra, por asegurar un empleo estable a sus trabajadores y por observar las obligaciones libremente negociadas en materia de estabilidad del empleo y seguridad social. Teniendo en cuenta la flexibilidad que pueden tener las multinacionales, deberían esforzarse por actuar como modelo en la promoción de la seguridad del empleo, particularmente en los países en que el cese de las operaciones pueda acentuar el desempleo a largo plazo.

26. Las empresas multinacionales, cuando prevean cambios en las operaciones (incluidos los resultantes de fusiones, adquisiciones de empresas o transferencias de producción) que puedan tener efectos importantes sobre el empleo, deberían notificar estos cambios con antelación razonable a las autoridades gubernamentales competentes y a los representantes de sus trabajadores y sus organizaciones, a fin de que las repercusiones puedan ser examinadas conjuntamente con miras a mitigar los efectos adversos al máximo posible. Esto es particularmente importante en el caso de cierre de un establecimiento que implique suspensiones o despidos colectivos.

27. Deberían evitarse los procedimientos de despido arbitrario⁷.

28. Los gobiernos, en cooperación con las empresas multinacionales y con las empresas nacionales, deberían asegurar alguna forma de protección de los ingresos de los trabajadores cuyo empleo haya terminado.

Formación: Puntos 29 al 32.

29. Los gobiernos, en cooperación con todas las partes interesadas, deberían elaborar políticas nacionales en materia de orientación y formación profesionales que guarden estrecha relación con el empleo⁹. Este es el marco dentro del cual las empresas multinacionales deberían aplicar sus políticas de formación profesional.

30. En sus operaciones, las empresas multinacionales deberían asegurarse de que se proporciona una formación apropiada a sus trabajadores de todos los niveles en el país de acogida, habida cuenta de las necesidades de la empresa, así como de la política de desarrollo del país de acogida. Esa formación, en la medida de lo posible, debería permitir la obtención de calificaciones profesionales de utilidad general y promover las oportunidades de carrera. Esta labor debería efectuarse, siempre que sea apropiado, en cooperación con las autoridades del país, las organizaciones de empleadores y de trabajadores y las instituciones competentes de carácter local, nacional o internacional.

31. Las empresas multinacionales que operen en los países en vías de desarrollo deberían participar, junto con las empresas nacionales, en programas que incluyan fondos especiales y que cuenten con el apoyo de los gobiernos de los países de acogida y con el apoyo de las organizaciones de empleadores y de trabajadores y que tengan por objeto fomentar la formación y desarrollo de las calificaciones profesionales y proporcionar orientación profesional y serían administrados conjuntamente por las partes que presten su apoyo a los mismos. Siempre que sea practicable, las empresas multinacionales deberían proporcionar los servicios de un personal calificado para prestar ayuda a los programas de formación profesional organizados por los gobiernos, como parte de su colaboración al desarrollo nacional.

32. Las empresas multinacionales, en cooperación con los gobiernos y en la medida compatible con su buen funcionamiento, deberían ofrecer oportunidades en el conjunto de la empresa para ampliar la experiencia del personal directivo local en campos apropiados, como por ejemplo, las relaciones de trabajo.

Condiciones de Trabajo y de Vida: Puntos 33 a 40.

Salarios, prestaciones y condiciones de trabajo

33. Los salarios, prestaciones y condiciones de trabajo que ofrezcan las empresas multinacionales no deberían ser menos favorables para los trabajadores que los ofrecidos por empleadores comparables en el país de que se trate.

34. Cuando las empresas multinacionales operen en países en vías de desarrollo en los que puedan no existir empleadores comparables, deberían proporcionar los salarios, prestaciones y condiciones de trabajo mejores posible, en el marco de la política gubernamental¹⁰. Tales condiciones estarán en relación con la situación económica de la empresa, pero en todo caso deberían al menos ser suficientes para satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias. Cuando proporcionen a los trabajadores prestaciones básicas, como vivienda, asistencia médica o alimentos, estas prestaciones deberían ser de nivel adecuado.

35. Los gobiernos, especialmente de los países en vías de desarrollo, deberían esforzarse por adoptar medidas adecuadas que aseguren que los grupos de ingresos más reducidos y las zonas menos desarrolladas se beneficien cuanto sea posible de las actividades de las empresas multinacionales.

Edad mínima

36. Las empresas multinacionales, así como las empresas nacionales, deberían respetar la edad mínima de admisión al empleo o al trabajo con el fin de garantizar la efectiva abolición del trabajo infantil y deberían adoptar medidas inmediatas y eficaces dentro de su ámbito de competencia para garantizar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil con carácter urgente.

Seguridad e higiene

37. Los gobiernos deberían asegurarse de que tanto las empresas multinacionales como las nacionales apliquen normas adecuadas en materia de seguridad e higiene para sus trabajadores. Se exhorta a los gobiernos que no hayan ratificado todavía los Convenios sobre la protección de la maquinaria (núm. 119); sobre la protección contra las radiaciones (núm. 115); sobre el benceno (núm. 136) y sobre el cáncer de origen profesional (núm. 139) a que apliquen, sin embargo, en la medida más

amplia posible, los principios contenidos en estos Convenios y en las Recomendaciones correspondientes (núms. 118, 114, 144 y 147). Deberían también tenerse en cuenta la lista de enfermedades profesionales y los repertorios de recomendaciones prácticas y las guías que figuran en la lista actual de publicaciones de la OIT sobre seguridad e higiene en el trabajo.

38. Las empresas multinacionales deberían mantener un nivel máximo de seguridad e higiene, de conformidad con las exigencias nacionales, teniendo en cuenta la experiencia adquirida a este respecto en el conjunto de la empresa, incluido cualquier conocimiento sobre riesgos especiales. Deberían comunicar a los representantes de los trabajadores en la empresa y, si lo solicitan, a las autoridades competentes y a las organizaciones de trabajadores y de empleadores en todos los países en que operen, informaciones acerca de las normas sobre seguridad e higiene aplicables a sus operaciones locales, que observen en otros países. En particular, deberían poner en conocimiento de los interesados los riesgos especiales y medidas protectoras correspondientes que guarden relación con nuevos productos y procedimientos de fabricación. Debe esperarse de estas empresas, al igual que de las empresas nacionales comparables, que desempeñen un papel de catalizador en el examen de las causas de los riesgos a la seguridad y la higiene en el trabajo y en la aplicación de las mejoras resultantes en el conjunto de la empresa de que se trate.

39. Las empresas multinacionales deberían cooperar en la labor de las organizaciones que se ocupan de la preparación y adopción de normas internacionales sobre la seguridad y la higiene.

40. De conformidad con la práctica nacional, las empresas multinacionales deberían cooperar plenamente con las autoridades competentes en materia de seguridad e higiene, los representantes de los trabajadores y sus organizaciones y las instituciones establecidas que se ocupan de esta cuestión. Cuando sea apropiado, las cuestiones relativas a la seguridad y la higiene deberían incorporarse en convenios colectivos concluidos con los representantes de los trabajadores y sus organizaciones.

Relaciones de Trabajo: Puntos 41 a 59”.

41. Las empresas multinacionales deberían aplicar normas en materia de relaciones de trabajo que no sean menos favorables que las observadas por empleadores comparables en el país de acogida.

Libertad sindical y derecho de sindicación

42. Los trabajadores empleados por las empresas multinacionales, al igual que los empleados por las empresas nacionales, deberían, sin ninguna distinción y sin autorización previa, tener el derecho de constituir las organizaciones que estimen convenientes, así como el de afiliarse a estas organizaciones, con la sola condición de observar los estatutos de las mismas¹⁴. Dichos trabajadores deberían también gozar de adecuada protección contra todo acto de discriminación tendiente a menoscabar la libertad sindical en relación con su empleo.

43. Las organizaciones que representen a las empresas multinacionales o a los trabajadores en su empleo deberán gozar de adecuada protección contra todo acto de injerencia de una respecto de las otras, ya se realice directamente o por medio de sus agentes o miembros, en su constitución, funcionamiento o administración.

44. Siempre que sea apropiado según las circunstancias locales, las empresas multinacionales deberían dar su apoyo a las organizaciones representativas de empleadores.

45. Se exhorta a los gobiernos a que, cuando no lo hayan hecho todavía, apliquen los principios contenidos en el artículo 5 del Convenio núm. 87, teniendo en cuenta la importancia, en relación con las empresas multinacionales, de permitir que las organizaciones que representen a estas empresas o los trabajadores en ellas empleados se afilien a las organizaciones internacionales de empleadores y de trabajadores que estimen convenientes.

46. Cuando los gobiernos de los países de acogida ofrezcan incentivos especiales para atraer la inversión extranjera, estos incentivos no deberían incluir ninguna limitación a la libertad sindical de los trabajadores ni al derecho de sindicación y de negociación colectiva.

47. No debería impedirse que los representantes de los trabajadores de las empresas multinacionales se reúnan entre ellos para consultarse e intercambiar opiniones, siempre que esto no perjudique la buena marcha de las operaciones de la empresa y los procedimientos normales que regulan las relaciones con los representantes de los trabajadores y sus organizaciones.

48. Los gobiernos no deberían restringir la entrada de representantes de las organizaciones de empleadores y de trabajadores que se trasladen desde otros países por invitación de las organizaciones locales o nacionales a fines de consulta sobre asuntos de interés mutuo, aduciendo solamente que estos representantes tratan de entrar en el país con estas funciones.

Negociación colectiva

49. Los trabajadores empleados por las empresas multinacionales deberían tener derecho, de conformidad con la legislación y la práctica nacionales, a que las organizaciones representativas que estimen convenientes sean reconocidas a fines de negociación colectiva.

50. Cuando sea necesario, deberían tomarse medidas adecuadas a las condiciones nacionales para fomentar y estimular el pleno desarrollo y uso de procedimientos de negociación voluntaria entre los empleadores o las organizaciones de empleadores y las organizaciones de trabajadores, con objeto de reglamentar, por medio de convenios colectivos, las condiciones de empleo¹⁷.

51. Las empresas multinacionales, así como las nacionales, deberían proporcionar a los representantes de los trabajadores las facilidades que sean necesarias para prestarles asistencia en la conclusión de convenios colectivos eficaces.

52. En cada uno de los países en que operen, las empresas multinacionales deberían facultar a los representantes debidamente autorizados de los trabajadores en ellas empleados para entablar negociaciones con los representantes de la dirección que estén autorizados a tomar decisiones sobre las cuestiones objeto de negociación.

53. Las empresas multinacionales, en el marco de negociaciones de buena fe con los representantes de los trabajadores sobre las condiciones de trabajo, o mientras que los trabajadores estén ejerciendo el derecho de sindicación, no deberían amenazar con utilizar su poder de trasladar una sección, o parte de una sección, de la empresa desde el país de que se trate a otro, con el fin de influir ilícitamente en dichas negociaciones o dificultar el ejercicio del derecho de sindicación; tampoco deberían trasladar a los trabajadores desde las filiales en países extranjeros con miras a poner obstáculos a las negociaciones de buena fe con los representantes de los trabajadores o al ejercicio por parte de los trabajadores de su derecho a organizarse.

54. Los convenios colectivos deberían incluir disposiciones para la solución de los conflictos que se deriven de la interpretación y la aplicación de estos convenios y para asegurar el mutuo respeto de los derechos y responsabilidades.

55. Las empresas multinacionales deberían proporcionar a los representantes de los trabajadores las informaciones requeridas para celebrar negociaciones eficaces con la entidad de que se trate, y cuando esté de conformidad con la legislación y las prácticas locales, deberían también proporcionar información para que los trabajadores puedan disponer de datos adecuados y fidedignos

sobre las actividades de la unidad en que trabajan o, cuando sea apropiado, del conjunto de la empresa¹⁹.

56. Los gobiernos deberían proporcionar a los representantes de las organizaciones de trabajadores, a petición de los mismos, y siempre que lo permitan la legislación y la práctica, información sobre las industrias en que opera la empresa, de manera que se contribuya a establecer criterios objetivos en el proceso de negociación colectiva. En este marco, las empresas multinacionales, al igual que las nacionales, deberían responder de manera constructiva cuando los gobiernos pidan información pertinente sobre sus operaciones.

Consultas

57. En las empresas multinacionales, al igual que en las nacionales, deberían elaborarse sistemas por mutuo acuerdo entre los empleadores y los trabajadores y sus representantes, para asegurar, de conformidad con la legislación y la práctica nacionales, consultas regulares sobre las cuestiones de interés mutuo. Estas consultas no deberían considerarse como sustituto de la negociación colectiva.

Examen de las reclamaciones

58. Las empresas multinacionales, al igual que las nacionales, deberían respetar el derecho de los trabajadores en ellas empleados para que todas sus reclamaciones sean tramitadas de conformidad con lo siguiente: todo trabajador que, individualmente o en conjunción con otros trabajadores, considere que tiene motivos de reclamación, debería tener el derecho de someter ésta sin que pueda resultar para el interesado ningún perjuicio y también a que su reclamación sea examinada siguiendo un procedimiento adecuado²¹. Esto es especialmente importante siempre que las empresas multinacionales operen en países que no apliquen los principios contenidos en los convenios de la OIT aplicables a la libertad sindical, el derecho de sindicación, la negociación colectiva, la discriminación, el trabajo infantil y el trabajo forzoso.

Solución de los conflictos laborales

59. Las empresas multinacionales, al igual que las nacionales, en conjunción con los representantes y las organizaciones de los trabajadores en ellas empleados, deberían esforzarse por

establecer organismos de conciliación voluntaria, apropiados a las condiciones nacionales, que puedan incluir disposiciones de arbitraje voluntario, a fin de contribuir a la prevención y solución de los conflictos de trabajo entre empleadores y trabajadores. Los organismos de conciliación voluntaria deberían comprender una representación igual de empleadores y de trabajadores.

ANEXO C

PROVINCIA DE MENDOZA, Ley 8.488

LEY 8.488 (Pcia. de Mendoza)

Mendoza, 7 de noviembre de 2012

B.O.: 28/11/12 (Mza.)

Vigencia: 7/12/12

Provincia de Mendoza. Responsabilidad social empresaria. Valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera. Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria - BRSAE. Su creación. Certificado de Empresa Socialmente Responsable. Su obtención. Obligaciones tributarias. Bonificación. Beneficios.

Ley de Responsabilidad Social Empresaria

CAPITULO I - Del objeto y ámbito de aplicación

Objeto

Art. 1 – El objeto de la presente ley es promover conductas socialmente responsables de las empresas y organizaciones en general, en el diseño y materialización de sus políticas, con el fin que se cumpla una objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera. Para ello se fija el marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRSAE).

Exigibilidad

Art. 2 – La aplicación de esta ley es obligatoria para aquellas empresas que cuenten con una dotación de más de trescientos trabajadores y, asimismo, tengan una facturación que supere, en el último año, los valores indicados para medianas empresas en la Res. S.E.P. y M.E. 147/06, siendo voluntaria para las demás que no se encuadren en las características referidas.

Ámbito de aplicación

Art. 3 – Se encuentran comprendidas dentro del alcance de la ley todas las organizaciones que tengan domicilio legal y/o comercial en la jurisdicción de la provincia de Mendoza o desarrollen su actividad principal, con al menos un año de funcionamiento en la misma, desde el momento de vigencia de esta ley, ya sean privadas o estatales, nacionales o extranjeras.

CAPITULO II - Del balance de responsabilidad social y ambiental empresaria

Definición

Art. 4 – A los efectos de la presente ley, se entiende por balance social y ambiental al instrumento para informar, medir y evaluar, en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política social y ambiental de la organización. En este documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, valorando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento.

Presentación y publicidad del BRSAE

Art. 5 – Los BRSAE deben reflejar los procedimientos internos aplicables por las empresas y que satisfagan los requisitos de: objetivos mensurables, trazables y auditables. Su presentación será anual en la fecha de cierre de cada ejercicio económico. Una vez presentados, de conformidad con la normativa que establezca la autoridad de aplicación, serán públicos y de libre acceso por parte de la población.

Contenido

Art. 6 – El contenido para la presentación de los BRSAE será establecido por la autoridad de aplicación. Los compromisos asumidos en los BRSAE estarán basados en indicadores que permitan mostrar el esfuerzo que realiza la empresa en beneficio de la comunidad, el ambiente y su personal, así

como también la magnitud de su impacto social, teniendo como referencia los desarrollados por la Global Reporting Initiative (GRI en su Versión G3.1), que como Anexo I forma parte de la presente, y sin perjuicio de las modificaciones, reemplazos y actualizaciones que se implementen al respecto, para la mejor consecución de los fines buscados en esta norma. Asimismo, se tomarán en cuenta los estándares que en el futuro se creen a nivel nacional a fin de actualizar estos parámetros.

Índice de responsabilidad social empresaria

Art. 7 – La autoridad de aplicación debe elaborar un “Índice de responsabilidad social empresaria” (IRSE) considerando los indicadores establecidos mediante los mecanismos mencionados anteriormente, como instrumento de medición y evaluación del aporte integral de las empresas al bienestar de la sociedad mendocina.

Auditoría

Art. 8 – El BRSAE debe ser auditado por profesionales independientes especialistas en la materia, quienes emitirán su informe de acuerdo con normas profesionales, cuyas firmas serán certificadas por el Consejo Profesional respectivo.

CAPITULO III

I. De la certificación de responsabilidad social

Obtención del distintivo socialmente responsable

Art. 9 – Las organizaciones podrán obtener el Certificado de Empresa Socialmente Responsable que servirá para acreditar que alcanzaron o superaron las pautas fijadas en el “Índice de responsabilidad social empresaria” (IRSE).

El distintivo será otorgado por la autoridad de aplicación y tendrá una vigencia de un año, pudiendo en este sentido obtenerlo de acuerdo con distintas y progresivas categorías. El mantenimiento de la certificación exige de la auditoría de su cumplimiento efectivo, con la periodicidad, método y requerimientos que establezca la norma a cuya conformidad se ha certificado, pudiendo ser revocado antes del vencimiento por incumplimiento de las condiciones que lo fundamentaron, lo que implica la pérdida automática de todo beneficio que se establece en esta ley.

II. Uso y beneficios de la certificación

Utilización

Art. 10 – La empresa tiene el derecho de utilizar públicamente el distintivo de “Empresa socialmente responsable” con la identificación de la marca de la entidad que haya extendido la certificación.

Beneficios

Art. 11 – Las empresas que obtengan el Certificado de Empresa Socialmente Responsable y que no estuvieren obligadas por ley, podrán acceder, de acuerdo con las pautas y categorías que oportunamente determine la autoridad de aplicación, a los siguientes beneficios:

a) Prioridades en las contrataciones con el Estado provincial y/o municipal que adhiera a la presente ley, cuando exista igualdad de condiciones en la oferta.

b) Mejor y mayor posibilidad de acceso a líneas de crédito y financiación del Fondo para la Transformación y el Crecimiento de la provincia, así como de toda entidad financiera, pública o privada, que así lo disponga mediante convenio con el Estado provincial. Asimismo, podrán habilitarse líneas de créditos para aquellas empresas que, no habiendo sido certificadas, inicien el trámite para acceder al CESR con el compromiso de afectar los fondos obtenidos para solventar los gastos que demanden las medidas necesarias para obtener dicha certificación, atendiendo principalmente a las pequeñas y medianas empresas.

c) Las empresas acreedoras del premio anual a la RSE, mencionado en el art. 12 de la presente, podrán contar con una bonificación de hasta un diez por ciento (10%) en el pago de impuestos provinciales, u otro tipo de beneficios fiscales, según lo determine la reglamentación.

d) Podrá el Estado provincial y/o municipal que adhiera a la presente proveer un espacio físico a los fines que las empresas publiciten sus productos o servicios en eventos públicos de índole provincial o municipal.

e) Podrán representar a la provincia con sus productos o servicios en las ferias nacionales e internacionales en las cuales la provincia concurra con un stand.

Premio anual

Art. 12 – Se crea el premio anual a la excelencia de las empresas socialmente responsables, cuya reglamentación quedará formalizada por la autoridad de aplicación de la presente.

CAPITULO IV - De la autoridad de aplicación

Autoridad de aplicación

Art. 13 – El Ministerio de Agroindustria y Tecnología, o el que en un futuro lo remplace, a través del organismo que considere pertinente, será la autoridad de aplicación de la presente ley.

Responsabilidades de la autoridad de aplicación

Art. 14 – La autoridad de aplicación tiene las siguientes responsabilidades:

- a) Establecer la forma de presentación, su contenido y publicación de los BRSAE.
- b) Reglamentar los requisitos de la auditoría que establece la presente ley, pudiendo suscribir con la Universidad Nacional de Cuyo un convenio a los fines de coordinar un posgrado de especialización en la materia.
- c) Elaborar el “Índice de responsabilidad social empresaria” (IRSE).
- d) Otorgar el Certificado de Empresa Socialmente Responsable, previa verificación de los requisitos correspondientes.
- e) Llevar un registro actualizado de empresas socialmente responsables, el cual tendrá carácter público y donde se inscribirán las empresas que obtienen la certificación, como también sus revocaciones.
- f) Emitir un informe anualmente sobre el grado de implementación de la ley, que debe remitir a la H. Legislatura.
- g) Elaborar y dar a publicidad un “Manual de buenas prácticas” destinado a promover, generar y sugerir a las empresas con asiento en la provincia de Mendoza, acciones concretas relativas a la RSE, dotándolas de herramientas de gestión, redes y mecanismos de información e intercambio de experiencia y colaboración recíproca.
- h) Promover el cumplimiento de esta norma a través de la participación y promoción de la misma por parte de los tres poderes del Estado y los municipios de la provincia, procurando la consolidación definitiva de la cultura de la RSE.
- i) Reglamentar el premio anual a la excelencia de las empresas socialmente responsables.

Cooperación

Art. 15 – La autoridad de aplicación puede convocar a participar, en el desarrollo de la instrumentación de la presente ley, a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que desarrollen actividad empresaria, así como a especialistas del ámbito empresario y/o toda organización profesional con vinculación en lo temático y social en materia de RSE, priorizando el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

En el marco de esta norma, puede realizar acuerdos y convenios con entidades provinciales, nacionales y/o internacionales similares o análogas, para el mejor cumplimiento de sus objetivos y fundamentalmente para la realización de cursos, talleres de capacitación y formación en RSE.

Reglamentación

Art. 16 – El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley en un plazo de ciento veinte días a partir de la promulgación de la misma.

Art. 17 – Invitar a los municipios a dictar las normas necesarias para la aplicación de la presente ley en el ámbito de sus respectivas competencias.

Art. 18 – De forma.

ANEXO D

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD. GUÍA GRI

En el presente anexo, podemos observar un reporte de sustentabilidad de una bodega, que si bien está ubicada en Chile, nos permite conocer de qué se trata un Balance Social elaborado con la Guía GRI, que comienza a implementarse en el país y principalmente en la Provincia de Mendoza.

Como observaremos en las siguientes páginas del presente anexo, el reporte de sostenibilidad está formado por diferentes capítulos que muestran los antecedentes de la bodega, su estructura y la gestión que lleva a cabo en la dimensión económica, social y ambiental.



**REPORTE
DE SOSTENIBILIDAD**
— 2010 —



er

1

CAPÍTULO

Antecedentes Generales

En este capítulo damos a conocer aspectos relativos a como VIA Wines conduce sus relaciones diarias, respeta los derechos humanos, su relación con la sociedad y comunidades aledañas a sus operaciones y su relación con el producto.





MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

Me es grato presentar el primer Reporte de Sostenibilidad de VIA Wines, bajo la metodología de Tercera Generación de Global Reporting Initiative (GRI), el cual resume el compromiso de nuestra organización con los principios y prácticas sostenibles.

La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de la estrategia de VIA Wines con miras a convertirse en una de las diez principales vitas exportadoras de vinos finos al año 2018.

Con el propósito de difundir ampliamente nuestra filosofía de trabajo sostenible al interior de la organización, creamos un Comité de Sostenibilidad representativo de todas las áreas de la vitina, incluyendo viticultura, enología, operaciones, control de calidad, manenciión y prevención de riesgos con la asesoría de Yerko

Moreno, Director del Centro Tecnológico de la Vid y el Vino de la Universidad de Talca. Este comité se reunió cada vez más para fijar políticas, revisar procedimientos y preparar a la vitina para el proceso de certificación bajo el Código Nacional de Sostenibilidad de la Industria Vitivinícola Chilena que impulsan los Consorcios Tecnológicos del Vino.

Cabe destacar que en este mismo ámbito, hemos firmado los acuerdos necesarios para la medición de nuestra huella de carbono. En este desafío nos asesorará Poch Ambiental en la determinación de la huella y Deloitte actuará como auditor. El trabajo concluirá durante el segundo semestre de 2011.

La excelencia operacional es parte de nuestra filosofía para así lograr nuestro objetivo estratégico. Durante el año 2010

y luego de dieciocho meses de trabajo, finalizó la primera etapa en la cual revisamos nuestros procesos, con el objetivo final de entregar a nuestros clientes un servicio de excelencia. Este trabajo involucró a toda la organización y produjo una serie de resultados destacables que se detallan en este reporte.

Sin duda alguna, el año 2010 estuvo marcado por el terremoto que afectó al país el cual nos puso a prueba a todos, considerando que nuestras operaciones se ubican en San Rafael, a sólo 25 kilómetros de Talca, zona que se vio fuertemente afectada. Asimismo, podemos informar queafortunadamente no registramos víctimas fatales y que 26 colaboradores se vieron afectados con la pérdida parcial o total de sus hogares. A todos ellos les apoyamos en forma

inmediata con cajas con alimentos, que entre otras cosas contenían agua emvasada, harina, pasas, arroz, salchicha de tomates, aceite, azúcar, te y leche. Además, se entregaron sacos de dormir, colchones, carpas, linternas y pañales. Posteriormente, se entregó material de construcción.

El terremoto de 27 de febrero, una vendimia que por las características climáticas de la temporada tuvo una baja de un 25% en los kilos cosechados y la valorización del peso chileno respecto al dólar fueron hitos que marcaron el año 2010. No obstante esta realidad, para VIA Wines, el año terminó con resultados altamente positivos tanto en ventas, incremento de nuestros precios de exportación, como también en la apertura de nueva distribución y sólidos avances

en nuestro programa de sostenibilidad. En este primer Reporte de Sostenibilidad de VIA Wines, junto con informar a nuestros distintos grupos de interés en materias de responsabilidad social, en el ámbito económico-financiero, social y ambiental, asumimos el desafío de mejorar en forma continua los resultados de nuestros indicadores, con el propósito de ser un referente del sector en la esfera de sostenibilidad.

Atentamente,

Ricardo Urrutia / Gerente General



ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

DIRECTORIO

GERENTE GENERAL
R. Urresti

GERENTE DE VENTAS
F. Lagos

Director Regional
América del Norte
C. Miquel

Director Regional
Europa
S. Wilson

Director Regional
América Latina
S. Alvia

GERENTE LEGAL
F. Maturana

GERENTE DE MARKETING
E. Waxman

Sub-Gerente de Relaciones Públicas
M. Espindola

Sub-Gerente de Desarrollo de Productos
J. Escobar

GERENTE DE OPERACIONES
V. Baeza

Enólogo Oveja Negra
E. Carter

Enólogo Chicas
C. Viani

Enólogo Chilensis
C. Villouta

Viticultor
N. Zagmutt

Jefe de Planta
F. Beltrami

Jefe Aseguramiento de Calidad
P. Abarca

GERENTE DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
R. Villena

Subgerente de Abastecimientos
G. Garcia

Contador General
M. Reyes

Tesorería
A. Román

Jefe Sistemas de Información
E. Andrade

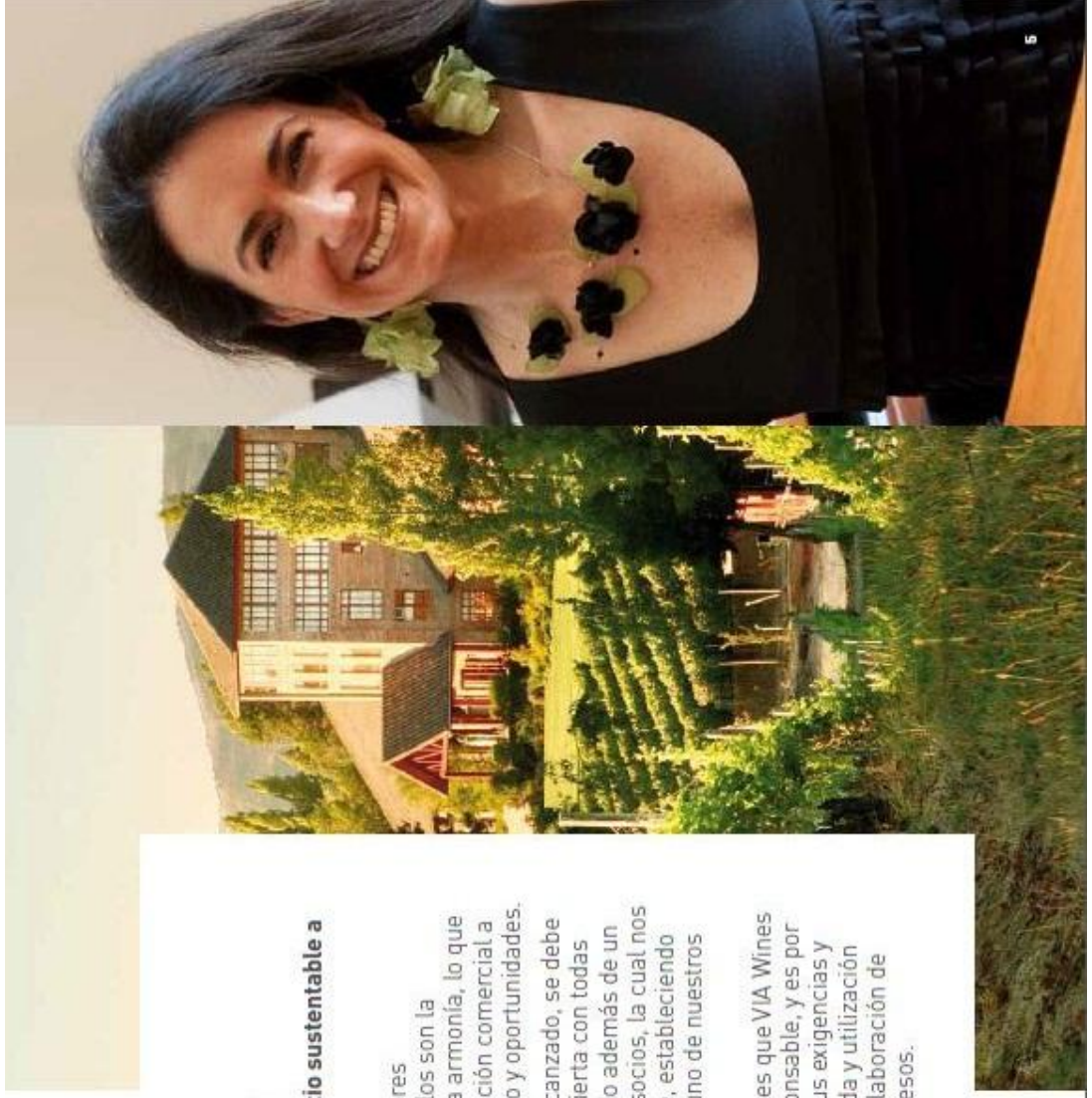
Andrea Ramirez, Artica Impresores

Compartimos una visión de negocio sustentable a través del tiempo.

Como compañía compartimos valores fundamentales con VIA Wines, y ellos son la autenticidad, la sustentabilidad y la armonía, lo que nos ha llevado a construir una relación comercial a largo plazo, llena de nuevos desafío y oportunidades.

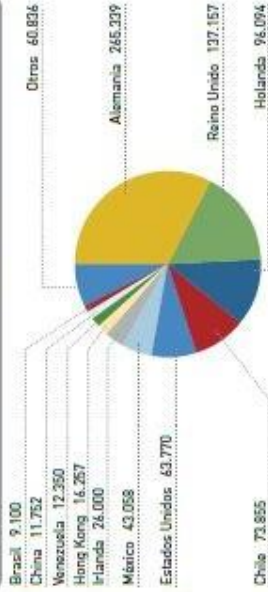
Un factor importante en el éxito alcanzado, se debe a una comunicación periódica y abierta con todas las áreas de la empresa, generando además de un trabajo en equipo una relación de socios, la cual nos permite medirnos constantemente, estableciendo así una mejora continua, en cada uno de nuestros procesos.

Como proveedor estamos consientes que VIA Wines es una empresa socialmente responsable, y es por ello que debemos hacer frente a sus exigencias y solicitudes, en cuanto a la búsqueda y utilización de materiales sustentables en la elaboración de etiquetas y en todos nuestros procesos.





MERCADO DE DESTINO



ANTECEDENTES GENERALES

PERFIL Y ALCANCES DEL REPORTE

Bajo el nombre de fantasía VIA Wines, Viña San Rafael S.A. está dedicada desde 1999 a la elaboración de vinos finos orientados al mercado nacional e internacional. Para todos los efectos de este reporte, se mencionará indistintamente VIA Wines y Viña San Rafael S.A.

NUESTRA MARCAS

A nivel global VIA Wines comercializa las siguientes marcas principales:

- Chilcas
- Oveja Negra
- Chilenais

En estos viñedos, según el clima y la calidad del suelo se han plantado las variedades adecuadas a las condiciones del terroir.

Variedades Tintas Plantadas

- Cabernet Sauvignon
- Carmenère
- Merlot
- Syrah
- Cabernet Franc
- Tintorero
- Tempranillo
- Petit Verdot
- Malbec
- Pinot Noir

Variedades Blancas Plantadas

- Sauvignon Blanc
- Sauvignon Asse
- Chardonnay
- Pinot Blanc
- Riesling
- Sauvignon Gris
- Gewurztraminer
- Viognier

Un 3,84% de nuestras plantaciones son manejadas en forma orgánica, lo cual está certificado por Cerro EmbóF.

Campos, Instalaciones e Infraestructura

Para cumplir con su objetivo fundacional, VIA Wines posee 1.039 hectáreas de campos propios ubicados en los principales valles vitivinícolas de Chile: Casablanca, Colchagua, Curicó y Maule.

La bodega principal y planta de embotellación de la viña se encuentra a 25 kilómetros de la ciudad de Talca en la comuna de San Rafael, Valle del Maule, donde en 2010 se vinificaron 9.931.326 millones de kilogramos cifra inferior a lo experimentado el 2009, oportunidad en la cual se produjeron 12.647.237 millones de kilogramos.



RESEÑA HISTÓRICA

A principios de los años ochenta, Simon Farr, fundador de Bibendum, reconocida casa importadora de vinos del Reino Unido, visitó Chile con la misión de crear una viña innovadora y diferente. A comienzos de los noventa, Simon Farr conoció a la familia Coderch, de vasta trayectoria en vino, licores y espirituosos, y en 1998, después de investigar y experimentar exhaustivamente el terroir de Chile, dieron vida a VIA Wines. El nombre VIA fue escogido del latín "el camino" para articular la visión de una nueva viña, audaz, basada en la tradición vitivinícola de Chile pero abierta al futuro. Inicialmente fueron plantadas 400 hectáreas de viñedos en la zona de San Rafael, subregión del Valle del Maule,

bajo el principio de excelencia en la elaboración de vinos de la más alta calidad para ser ofrecidos al mundo. Los socios vieron en esta zona, el clima ideal y el terroir apropiado para materializar su sueño conjunto. "San Rafael" es el viñedo emblemático de VIA y el hogar de su bodega y moderna planta de embotellación.

El Viñedo San Rafael, dotado de grandes bellezas naturales a los pies del Volcán Descabezado, posee un paisaje rodeado por pequeñas lagunas con cisnes y pastizales. Posteriormente, un grupo de inversionistas amantes del vino de Brasil, Estados Unidos y Chile, se incorporaron al proyecto.

Naturaleza y forma legal de VIA Wines

VIA Wines es una sociedad anónima cerrada, constituida con el fin de elaborar vinos finos para los mercados de Chile e internacional. Su Rol Único Tributario es el 96.822.190-6 y su casa matriz está ubicada en Av. Viacura 4380 - Piso 4 - Oficina 41, Viacura, Santiago de Chile.

CERTIFICACIONES

Durante el año 2010 VIA Wines renovó su certificación BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Food Standard). Ambas certificaciones son requeridas en Europa para comercializar productos en el canal retail correspondiente a supermercados. Igualmente fue renovada la certificación orgánica NDP (Certificate

of Organic Operation under the US National Standard) otorgado por Ceres GmbH de 38,3 hectáreas en nuestro viñedo San Rafael correspondientes a plantaciones de:

- Cabernet Franc
- Cabernet Sauvignon
- Chardonnay
- Malbec
- Merlot
- Pinot Noir
- Sauvignon Blanc
- Syrah

Premios Obtenidos

Durante 2010 VIA Wines participó en los más importantes concursos y degustaciones de vino en Chile y a nivel internacional. En nuestro sitio web www.viawines.com, se ha dispuesto un buscador en donde se puede revisar y conocer los premios obtenidos.



LIMITES DEL REPORTE

A través de este Reporte de Sostenibilidad, VIA Wines informa por primera vez su gestión socialmente responsable en los ámbitos económico – financiero, social y ambiental, correspondiente al periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2010, comparativo a 2009, utilizando rigurosamente los principios de la metodología de Tercera Generación (G3) del Global Reporting Initiative (GRI).

Como parte de su compromiso con el desarrollo sostenible, VIA Wines está incorporando de manera paulatina políticas y prácticas socialmente responsables en todas las etapas de la cadena de valor, por lo cual el directorio de VIA Wines ha determinado publicar anualmente un Reporte de Sostenibilidad, conforme a los principios de contenido y calidad de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), cuyo manual está disponible en www.globalreporting.org

Mediante este documento, VIA Wines da a conocer a sus partes interesadas las principales acciones desarrolladas en sus operaciones en Chile por Vinya San Rafael S.A.

IDENTIFICACIÓN DE DOCUMENTOS MARCO PROCESO DE DEFINICIÓN DE CONTENIDOS DEL REPORTE

La documentación utilizada por nuestra compañía para la elaboración de este reporte, se concentran principalmente en los Estatutos de VIA Wines; la Política de Selección y Evaluación de Proveedores; la Política de Reclutamiento Interno; el Reglamento Interno y la Descripción de Cargos; la Política Ambiental; la Política de Uso Eficiente de la Energía; la Política de Uso Eficiente del Agua; la Política de Clientes; la Política de Información y Etiquetado de los Productos; y el Código de Ética, en su fase final de aprobación.

Adicionalmente, se ha incorporado información proveniente de fuentes primarias y secundarias tales como: información publicada en nuestro sitio Web www.viawines.com; publicaciones de la Asociación Chilena de Seguridad y de otras organizaciones, así como testimoniales y fotografías.

En 2010, VIA Wines a través de su Gerente de Marketing y Jefe de Aseguramiento de Calidad participó de un curso de formación de cuatro sesiones de trabajo, de ocho horas cada una, impartidas en Santiago por el consultor del Centro Vincular de

Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), Francisco Rojas Lardiz, producto de un convenio suscrito por Vinos de Chile A.G. y los Consorcios Tecnológicos del Vinos – cofinanciado por Innova Chile CORFO - orientado a instalar las capacidades necesarias que aseguren la elaboración de Reportes de Sostenibilidad utilizando correctamente la metodología G3 de GRI.

TECNICAS PARA LA MEDICIÓN DE DATOS Y/O BASE DE CÁLCULO.

La información cuantitativa en el presente reporte es el resultado de las tareas desarrolladas el 2010 por VIA Wines en las dimensiones económica – financiera, ambiental y social, producido de base de cálculo comúnmente aceptadas y validadas por la compañía.

NIVEL DE REPORTABILIDAD

Siendo este el primer ejercicio utilizando a plenitud los principios de contenido y calidad de la metodología G3 de GRI, la vinya VIA Wines ha resuelto auto declararse en Nivel B, dado que reporta 44 indicadores.

ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SISTEMA DE GESTIÓN

ORGANIZACIÓN

VIA Wines es administrada por un directorio que define las políticas y estrategias generales de desarrollo de la compañía, relativa tanto a sus negocios como en el ámbito de responsabilidad social. El funcionamiento de su gobierno corporativo está regulado por los Estatutos de la Sociedad y por lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas, la cual establece los deberes y las responsabilidades que deben tener los miembros del Directorio el cual está integrado por 16 miembros, siendo 8 Directores Titulares y 8 Directores Suplentes.

La administración de VIA Wines recae en el Gerente General de la compañía y en las cinco gerencias que le reportan directamente.

JUNTA DE ACCIONISTAS

Los accionistas de la compañía se reúnen en Juntas Ordinarias y Extraordinarias. La primera de ellas, se llevan a efecto anualmente dentro de los primeros cuatro meses de cada año. Las Juntas Extraordinarias, pueden celebrarse cuando las necesidades de la compañía lo ameritan. Los acuerdos tomados son de carácter obligatorio, tanto para los miembros del Directorio como para los accionistas.

Dentro de las atribuciones de la Junta Ordinaria de Accionistas - y con el propósito de que examine la contabilidad, inventario, balance y estados financieros de VIA Wines - está la de designar anualmente a los auditores externos, según el registro que para el efecto dispone la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

En 2010 se contrató a Deloitte Chile quien audió los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2010 así como los de 2009.

VIA Wines ha adoptado como principio de contabilidad las Normas Internacionales de Información Financiera, NIIF.

Con ocasión de la Junta Ordinaria de Accionistas, el Directorio de la compañía da cuenta del balance general de las operaciones al 31 de diciembre de cada año, para su aprobación.

DIRECTORIO

El Directorio VIA Wines está conformado por 16 miembros, los cuales son elegidos por un periodo de tres años, al término del cual se renueva totalmente, pudiendo ser reelegidos indefinidamente por la Junta Ordinaria de Accionistas.

Este Directorio, que sesiona de manera ordinaria al menos cuatro veces al año, designa de entre sus miembros al Presidente, cuyo voto dirime en caso de empate. Las sesiones extraordinarias deben ser convocadas por el Presidente del Directorio o a solicitud de uno o más miembros de éste, previa autorización del presidente, salvo que ésta sea solicitada por la mayoría de los directores en ejercicio. El quórum mínimo de asistencia para las sesiones, tanto ordinarias como extraordinarias, es de mayoría absoluta de Directores Titulares.

GERENTE GENERAL (CEO)

Su función principal es la de administrar los destinos de la compañía y dar cumplimiento a las determinaciones tomadas por el directorio. Asimismo, la función de gerente general, es incompatible con la del Presidente, Director, Auditor o Contralor de VIA Wines.

y a ejecutivos, a objeto de desarrollar el giro social. El Directorio tiene la facultad de designar al gerente general de la sociedad quien ejerce bajo la denominación de Chief Executive Officer (CEO).





GERENCIAS CORPORATIVAS

Bajo el gerente general, se encuentran cinco gerencias corporativas:

Gerencia de Administración y Finanzas

Con el propósito de generar y operar con estándares internacionales, los sistemas y normas requeridas, la gerencia de Administración y Finanzas, encabezada por Rodrigo Villena provee información financiero - contable para la gestión de la compañía, realiza los procesos de cobranza, optimiza la obtención de recursos financieros y controla el riesgo y los gastos de la empresa. Es responsable de esta gerencia el abastecimiento de insumos, como también todo lo relativo a la administración de los recursos humanos.

Gerencia de Ventas

La gerencia de Ventas encabezada por Francisco Lagos es la responsable de la comercialización de los productos de la uva, para lo cual busca y selecciona importadores y distribuidores en los mercados de interés, a quienes la uva denomina "clientes", atendiendo permanentemente sus necesidades. Asimismo, informa regularmente sobre el estado de las ventas, proyecciones futuras y necesidad de nuevos productos.

Gerencia de Marketing

Con la misión de posicionar la imagen de VIA Wines a nivel mundial y apoyar el esfuerzo de ventas, la gerencia de Marketing, encabezada por Eduardo Wexman, tiene como propósito posi-

cionar las marcas de VIA Wines en los mercados internacionales proveyendo programas y servicios a sus clientes manteniendo una comunicación fluida con ellos, junto con establecer vínculos duraderos con los distintos grupos de interés.

Esta gerencia es responsable de la coordinación del Programa de Sostenibilidad de VIA Wines.

Gerencia de Operaciones

A cargo de Victor Baeza, la gerencia de Operaciones tiene como misión velar por la calidad de los vinos producidos por VIA Wines. Tiene a su cargo las áreas de viticultura, enología y las operaciones de la uva, incluyendo la embotellación y el Sistema Integrado de Aseguramiento de Calidad.

Gerencia Legal

La gerencia Legal, bajo la responsabilidad de Francisca Maturana, tiene como misión velar porque todas las operaciones, contratos y compromisos en que participe la uva cumplan con la legislación de la República de Chile.

ESTRATEGIA CORPORATIVA

Misión

Crear valor sustentable para los accionistas, entregando un servicio y productos de valor de excelencia para nuestros clientes

Visión

Ser una de las diez viñas más importantes de Chile, reconocida por la calidad de sus vinos y por la excelencia

en sus operaciones con un servicio al cliente como primera prioridad a través del trabajo en equipo y fomentando la innovación de nuestros colaboradores.

Valores

- Calidad y confianza
- Rentabilidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Eficiencia

CÓDIGO DE ÉTICA

Durante 2010 la compañía dio forma a su Código de Ética, el cual fija los parámetros del comportamiento que deben observar sus colaboradores, en cuanto a sus relaciones internas como con clientes, proveedores, entes gubernamentales y el medio en general. El código será entregado a los colaboradores de la viña durante el primer semestre de 2011.

MEMBRESÍAS EN ASOCIACIONES Y/O ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES DE ASESORAMIENTO

Con el propósito de generar procesos de interacción y colaboración recíproca con representantes del sector, VIA Wines es socio de Vinos de Chile A.G., asociación gremial responsable de representar los intereses e incluir a entre los diferentes organismos gubernamentales y privados de Chile. Asimismo, como viña somos miembros de Wines of Chile, área de negocios de esta entidad gremial, responsable de la difusión del vino chileno en el exterior.

MEMBRESÍAS REGIONALES

A nivel regional, VIA Wines es socio de la Ruta del Vino del Valle del Maule, cuyo propósito es promover la oferta turística de las viñas del valle.

CARTAS, PRINCIPIOS U OTRAS INICIATIVAS A LAS CUALES LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBE O APOYA

VIA Wines adhiere a los lineamientos expuestos en la Convención de Derechos del Niño, tratado aprobado por nuestro país en 1990.

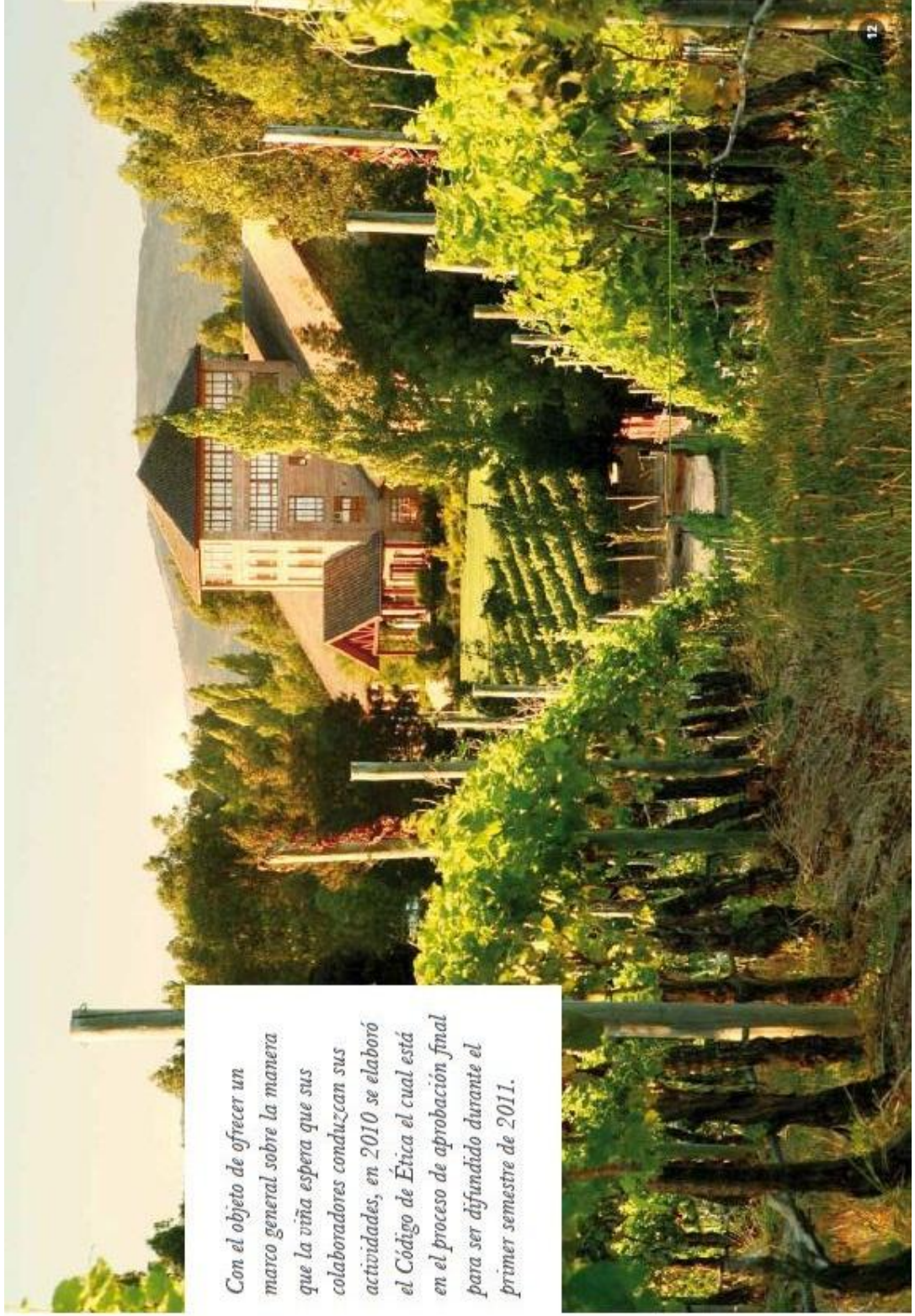
En materia de publicidad, la compañía adhiere al Código Chileno de Ética Publicitaria para miembros de Vinos de Chile A.G. Adicionalmente adherimos al Código de Ética Publicitaria desarrollado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), incorporación de derecho privado sin fines de lucro, cuyo objetivo principal es autorregular, desde la perspectiva ética, la actividad publicitaria nacional. Ese organismo es integrado por la Asociación Nacional de Avisadores (ANADA), la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) e Interactive Advertising Bureau (IAB CHILE).

PARTES INTERESADAS INVOLUCRADAS CON LA ORGANIZACIÓN

Con el propósito de elaborar este primer reporte de sostenibilidad utilizando rigurosamente la metodología G3 de GRI, VIA Wines ha identificado y priorizado, en orden alfabético, las siguientes partes interesadas: accionistas, autoridades nacionales (Ministerio de Agricultura, Ministerio de Salud, Ministerio del Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Medio Ambiente), autoridades regionales y autoridades locales, competencia, comunidad, clientes, consumidores, entidades gremiales y empresariales, proveedores, colaboradores externos que trabajan en las dependencias de la empresa, y colaboradores internos.



Con el objeto de ofrecer un marco general sobre la manera que la viña espera que sus colaboradores conduzcan sus actividades, en 2010 se elaboró el Código de Ética el cual está en el proceso de aprobación final para ser difundido durante el primer semestre de 2011.



do 2

CAPÍTULO

Dimensión Económica Financiera

La gestión económica financiera de VIA Wines está a cargo de la Gerencia de Administración y Finanzas, siendo su tarea principal garantizar el normal funcionamiento de la compañía tanto financiera como contablemente, optimizando los recursos financieros, gastos, tecnología de información y control de riesgo. El sistema de control financiero y contable de la compañía es auditado por la empresa externa Deloitte.



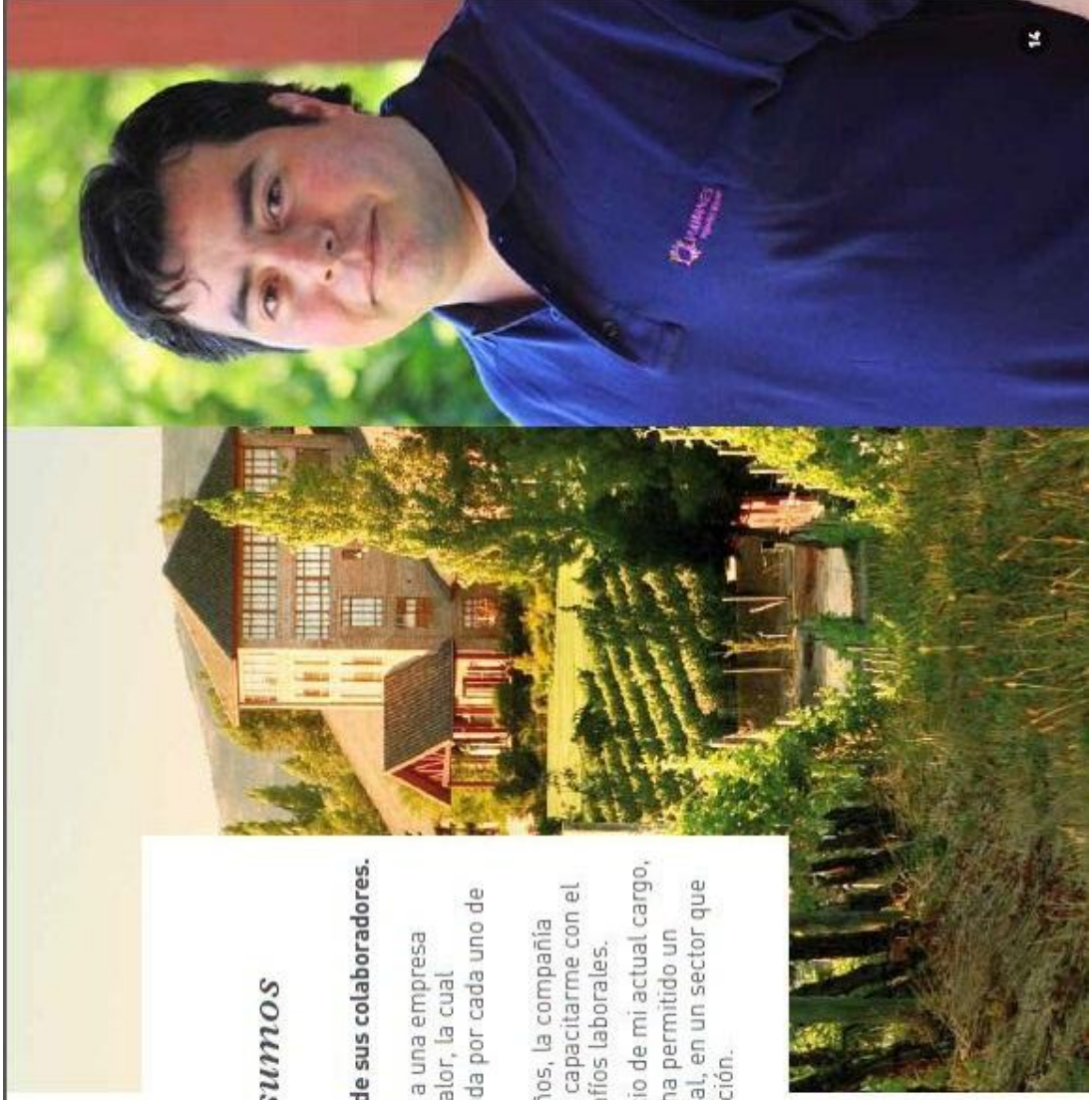
Marcelo Lillo, Jefe de Bodega Insumos Secos

Comprometida por el bienestar de sus colaboradores.

Hablar de VIA Wines es referirse a una empresa dinámica en toda su cadena de valor, la cual trasciende en la labor desarrollada por cada uno de sus colaboradores.

Durante los estos últimos tres años, la compañía me ha brindado la posibilidad de capacitarme con el propósito de asumir nuevos desafíos laborales.

Todo ello se traduce en el ejercicio de mi actual cargo, como jefe de bodega, lo que me ha permitido un crecimiento personal y profesional, en un sector que cada día crece con mayor proyección.





DIMENSIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

La gestión económica financiera de VIA Wines está a cargo de la Gerencia de Administración y Finanzas, siendo su tarea principal garantizar el normal funcionamiento de la compañía como entidad financiera, optimizando los recursos financieros, gastos, tecnología de información y control de riesgo. El sistema de control financiero y contable de la compañía es auditado por la empresa externa Deloitte.

La información contable y financiera es llevada bajo los principios contables generalmente aceptados.

VENTAS

Nuestra compañía en 2010 registró ventas por un valor de MMS 18.150, monto superior si lo comparamos a los MMS 14.893 registrados en 2009.

Asimismo, nuestras ventas en volumen experimentaron un alza, a excepción de la comercialización de vino a granel que disminuyó, producto de estrategia de la viña de privilegiar la venta de vino embotellado.

	2009	2010
Embotellado (Cajas 9 litros)	737.864	815.567
Granel (Litros)	10.092.901	8.664.136

El aumento de ventas de vino embotellado se debió a la apertura de nuevos mercados, introducción de nuevos productos y ampliación del número de vinos ofrecidos por actuales clientes.

Del mismo modo, es importante señalar que nuestros principales mercados, durante el período reportado, y considerando sólo el vino embotellado fueron Europa, América, Asia y Chile.

Tres son las marcas que VIA Wines comercializa mundialmente: Chilcas, Oveja Negra y Chilensis (la excepción de Chile).

CAJAS 9 LTS	VOLUMENES	
	2009	2010
Mercaaba		
Europa	604.715	623.180
América	57.419	92.667
Asia	13.674	22.965
Chile	62.257	76.775
Totales	739.873	815.567
		100%
		100%

LIQUIDEZ Y ACTIVO FIJO

En 2010, VIA Wines logró una liquidez de 0,98, cifra inferior si se compara con 2009, la cual correspondió a 1,37. En igual período, el activo fijo de nuestra compañía alcanzó los MM\$ 31.612, cifra relativamente inferior al registrado el 2009, el cual fue de MM\$ 32.339.

FRANQUICIAS EN CAPACITACIÓN

Bajo los términos de la Ley N° 19.518, que regula la Franquicia Tributaria para Capacitación, como también bajo los proyectos de capacitación generados por Vinos de Chile A.G., VIA Wines ha promovido la capacitación de sus colaboradores con el propósito de impulsar la especialización de éstos, y así entregar servicios de excelencia tanto a los clientes internos como externos.

La Franquicia Tributaria de Capacitación - SENCE - permite a las empresas chilenas que tributan en la primera categoría de la Ley de Impuesto a la Renta descontar del monto de los impuestos por pagar, los gastos efectuados por capacitación de los colaboradores. Igualmente, pueden acceder a ese beneficio las compañías afectas a régimen de renta presunta y aquellas que tienen y declaran pérdidas.

Durante 2009 y 2010, VIA Wines hizo uso de estas franquicias por un total de \$ 7.322.354 --correspondiente a 1.608 horas pedagógicas-- y \$ 8.308.320, equivalentes a 2.265 horas, respectivamente.

PRESENCIA EN EL MERCADO

Remuneraciones

El salario mínimo que VIA Wines canceló a sus colaboradores durante 2009 y 2010, fue idéntico al mínimo legal pagado en Chile en igual período, el cual ascendió a \$ 165.000 y \$ 172.000, respectivamente.

RELACION CON PROVEEDORES

El 38% de las compras realizadas por VIA Wines en 2010 corresponde a adquisiciones a proveedores de las zonas en las cuales están emplazadas nuestras operaciones, lo que resulta superior en comparación a 2009 en que alcanzó 34%.

CONTRATACION DE PERSONAL

Con el propósito de conformar equipos de trabajo de excelencia para ofrecer a nuestros clientes los mejores productos acompañados de un servicio que nos distinga, VIA Wines busca incorporar a los mejores talentos del mercado laboral. Para lograr este objetivo, la viña utiliza publicaciones en diario de cobertura nacional y regional, junto con contratar los servicios de headhunters.

En particular, durante 2010 Libano y Asociados y SommerGroup, fueron las empresas que prestaron dichos servicios.

IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

Durante 2010 VIA Wines pagó impuestos territoriales por \$ 32.446.382, monto relativamente superior, si se compara con 2009 en que se pagaron \$ 30.278.683

VALLE	COMUNA	2009	2010
Valle de Casablanca	Casablanca	3.528.708	3.781.334
	Lolol	3.027.840	3.244.408
	Curicó	5.138.903	5.506.805
Valle del Maule	San Rafael	18.583.272	19.913.635
TOTAL		30.278.683	32.446.382



3^{er}

CAPÍTULO

Dimensión Social

En este capítulo presentamos aspectos de como VIA Wines conduce las relaciones con sus colaboradores.



Claudio Villouta, Enólogo Chilensis

Liderazgo, trabajo en equipo y profesionalismo son nuestras virtudes.

Hace ya casi 3 años que tomé la determinación de ingresar a esta familia, llamada VIA Wines. Durante estos años he alcanzado un desarrollo profesional integral, al incorporar a un equipo de trabajo de primera línea.

Asimismo, debo decir que la experiencia ganada ha sido muy enriquecedora, ya que he participado de una serie de cambios a nivel de procesos y de estrategia de negocios.

A ello se suma, la constante preocupación que la compañía tiene para con sus colaboradores en materia de capacitación y políticas de higiene y seguridad.

Sin dejar de lado, su constante interés por contribuir al crecimiento de las comunidades en la que desarrollamos nuestras actividades, producto de la contratación de mano de obra local.

Este compromiso se vio plasmado producto del terremoto del 27 de febrero de 2010, oportunidad en la cual nuestra compañía prestó la ayuda necesaria a aquellos colaboradores que se vieron afectados como el movimiento sísmico, como a los habitantes de la comunidad de San Rafael.

Todo ello, me lleva a considerar que las principales virtudes que han llevado a VIA Wines a posicionarse como una de las principales viñas chilenas son el liderazgo, el trabajo en equipo y el profesionalismo de su gente.



SUBDIMENSIÓN PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

Seguindo la metodología G3 de GRI, en esta sección se abordan las prácticas laborales, condiciones de empleo, beneficios con que cuentan las personas que trabajan en VIA Wines, relaciones existentes entre la empresa y sus trabajadores, condiciones de salud ocupacional y capacitación y desarrollo.

NUESTROS COLABORADORES

Al mes de diciembre del 2010, VIA Wines registró una dotación de 358 colaboradores, cifra que se compara con el mismo mes del año 2009, período en el cual la compañía contaba con 397 trabajadores directos.

La mayoría de ellos, 258 colaboradores se desempeñaron en nuestra bodega de San Rafael en la VII Región, 6 colaboradores en nuestro viñedo de Casablanca, 29 en nuestro viñedo de Colchagua, 18 en el viñedo de Curicó y 47 en nuestra casa matriz, localizada en Santiago.

Del total de trabajadores, 191 se desempeñaron con contrato indefinido, correspondiente al 53,35% de la dotación; a ellos se suman 15 trabajadores con contrato a plazo fijo (4,19%); y 152 colaboradores contratados por faena (42,46%).

TIPO DE CONTRATO	NÚMERO TRABAJADORES	PORCENTAJE
Indefinido	191	53,35
Plazo Fijo	15	4,19
Por Faena	152	42,46

De los 358 colaboradores - cuyo promedio de edad es de 39 años - 150 de ellos prestan servicios administrativos, mientras que 208 son operarios.

Es importante señalar que en VIA Wines trabajan 135 mujeres, representando 37,71% de la dotación, de las cuales 27 de ellas - 7,54% - ejercen cargos de responsabilidad para el crecimiento y desarrollo de la compañía.

	TOTAL	%
Hombres	223	62,29
Mujeres	135	37,71
Total Trabajadores	358	100,00





Adicionalmente, en nuestra compañía trabajan 54 personas, pertenecientes a empresas prestadoras de servicios.

EMPRESA	SERVICIO PRESTADO	TOTAL TRABAJADORES
Casino's	Alimentación	5
Eulen	Seguridad	9
Acrópolis	Mano de Obra/Producción	36
Transporte San Cristóbal	Transporte	4

CARRERA PROFESIONAL

En VIA Wines buscamos colaboradores de excelencia, que estén dispuestos al trabajo en equipo, que promuevan buenas relaciones interpersonales y que aporten a la organización.

Priorizamos la selección de personal interna y cuando esta no es posible, buscamos los mejores talentos en el mercado.

SINDICATOS

En VIA Wines existen 3 sindicatos con los cuales se negocia colectivamente. Durante 2010 correspondió la negociación con el Sindicato de Chilcas S.A., compuesto por 38 miembros. El proceso de negociación culminó satisfactoriamente para todos con un acuerdo cuya vigencia será por 4 años.

Adicionalmente está conformado un Sindicato de Trabajadores de Viña San Rafael, con un total de 10 trabajadores y el Sindicato de Trabajadores Viña San Rafael Agrícola, con un total de 30 trabajadores.

FAMILIA Y TRABAJO

Los períodos de vendimia (marzo-junio) y como también el cuarto trimestre del año en que nuestros clientes internacionales hacen sus pedidos de fin de año son etapas de mucho trabajo para la organización por lo cual se han implementado beneficios que apuntan a compatibilizar el desafío laboral con una adecuada vida familiar.



1. Bus de Acercamiento

Este bus funciona entre la ciudad de Talca y la bodega de VIA Wines en San Rafael. Durante el año 2010 este servicio fue utilizado por 200 personas promedio diario.

2. Sala Cuna

En San Rafael, la compañía proporciona un bono de \$ 100.000.-, líquidos mensuales, a todas las colaboradoras que finalizan su período de post natal hasta que el niño(a) cumple dos años. En Santiago este beneficio es pagado directamente al establecimiento que proporciona el servicio de Sala Cuna.

3. Nacimientos

De acuerdo a la ley, los padres reciben cinco días para compartir con su familia. Adicionalmente se cancela un bono de \$ 30.000.

4. Fallecimientos

Legales:

En el caso de muerte de un hijo así como en el de muerte del cónyuge, todo trabajador tendrá derecho a siete días corridos de permiso pagado, adicional al feriado anual, independiente del tiempo de servicio.

Igual permiso se aplicará por tres días hábiles en el caso de muerte de un hijo en período de gestación así como en el de muerte del padre o de la madre del trabajador.

Estos permisos deberán hacerse efectivos a partir del día del respectivo fallecimiento.

No obstante, tratándose de una defunción fetal, el permiso se hará efectivo desde el momento de acreditarse la

muerte, con el respectivo certificado de defunción fetal.

Contractuales:

En caso de muerte del cónyuge, madre, padre o hijos se otorgan tres días de permiso pagado.

Adicionalmente se cancela un bono de \$ 120.000.-

5.- Saludo de Cumpleaños

En la Casa Mairiz de Santiago se celebran una vez al mes a los colaboradores que han cumplido años durante el período. En ocasiones, un enólogo o miembro del equipo comercial o marketing dirigen una degustación de algún nuevo vino para que los colaboradores tengan la oportunidad de probarlo.

BENEFICIOS ECONÓMICOS

VIA Wines ha implementado una serie de beneficios económicos como una forma de retribuir el desempeño de sus colaboradores.

1.- Bono PEG (Bono participación por éxito en la gestión)

Premia a los trabajadores que intervinieren directamente en las labores de planta productiva y bodega enológica.

El bono se calcula en base a dos componentes: PEG 1 = \$ 38.660 x (Productividad Cuatrimestral) - \$ 551.400, más PEG 2 = -348.550 x (Merma de Vino) + 188.216. Bono PEG = PEG 1 + PEG 2.

2.- Bono de Fiestas Patrias

Para el 18 de septiembre cada colaborador recibe \$ 37.500. En septiembre 2009, 371 personas recibieron este beneficio y en septiembre 2010, 319 personas.

3.- Bono de Navidad

Para la Navidad del año 2009 recibieron este beneficio de \$ 37.500, un total de 153 trabajadores y el 2010 igual monto un total de 192 personas.

OTROS BENEFICIOS

1.- Casino

Nuestros colaboradores ubicados en San Rafael se benefician con los servicios de alimentación gratuita en un casino especialmente habilitado.

El servicio es provisto por terceros y la alimentación es balanceada y cumple con las normas de higiene requeridas.

En el caso de los colaboradores que trabajan en las localidades de Curicó, Casablanca y Colchagua se otorga en su remuneración un Bono de Colación.

2.- Bono Colación

Nuestros colaboradores que trabajan en la casa matriz de Santiago reciben un bono diario de alimentación de \$ 5.000

VESTUARIO

El personal administrativo -secretarías y auxiliares- de la Casa Matriz reciben uniformes corporativos dos veces al año, acorde a las actividades que diariamente deben desempeñar.

Por su parte en el centro productivo, los trabajadores reciben vestuario para enfrentar su trabajo en forma diaria, como poleras, polar, casacas, gorro polar y jockey.

CAJA DE COMPENSACIÓN LA ARAUCANA CCAF

La viña se encuentra afiliada a esta institución. Sus colaboradores pueden acceder a todos los beneficios que esta

institución ofrece, así como la posibilidad de utilizar sus centros de recreación.

MUTUALIDAD

VIA Wines se encuentra afiliada a Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), administradora de la Ley N° 16.744, de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, las cuales prestan servicios y asesorías en la prevención de accidentes laborales, junto con ofrecer los convenios con instituciones ligadas al ámbito de la salud y la educación.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

En materia de seguridad y salud ocupacional VIA Wines está asociada a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), por lo tanto cuenta con la protección establecida en la Ley N° 16.744, la cual tiene como propósito proteger al trabajador mediante programas preventivos y de capacitación, junto con otorgar prestaciones médicas y conceder indemnizaciones, subsidios o pensiones a aquel colaborador que haya sido víctima de un siniestro o enfermedad profesional en el trabajo.

VIA Wines dispone de un Departamento de Prevención de Riesgos, el cual inspecciona y gestiona mejoras continuas, respecto a condiciones riesgosas que puedan ocasionar algún accidente. Durante 2010 este departamento, junto a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), realizó capacitaciones constantes en materia de prevención de riesgos; alcances de la Ley N° 16.744, relativos a beneficios, clasificación de accidentes y riesgos de la actividad laboral; procedimientos ante emergencia; uso de extintores; y curso básico de primeros auxilios. A ello se suma,

la realización de visitas periódicas a las instalaciones de la viña, con el propósito de evaluar las condiciones de riesgos en áreas comunes; instalación de señalética y afiches de seguridad, indicando vías de evacuación, salidas de emergencias, zonas de seguridad, sistemas contra incendios y riesgos eléctricos; e inducción a colaboradores nuevos, entre otras tareas.

En VIA Wines, existen dos comités paritarios:

Inmigrantes del CPHS Chilicas

Jessica Zuniga / Presidente (Representante de la empresa).
Juan Carlos Aguilera / Secretario (Representante de la empresa).
Lidia Rojas / Representante de los Trabajadores.
Juan Urrutia / Representante de los trabajadores.

Inmigrantes del CPHS Viña San Rafael

Claudio Morales / Presidente (Representante de la empresa).
Francisco Gomez / Secretario (Representante de los Trabajadores).
Cecilia Poblete / Representante de la Empresa.

María Gutiérrez / Representante de los trabajadores.
Victor Bravo / Representante de los trabajadores.

Tasa de cotización seguro de accidente

La tasa de cotización por seguro de accidente de VIA Wines es de:

- Chilicas S.A.: 1,97%
- Viña San Rafael S.A.: 1,29%
- Altos de Nilahue: 2,65%



Los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad se reúnen en forma ordinaria, una vez al mes; pero podrán hacerlo en forma extraordinaria a petición conjunta de un representante de los trabajadores y de uno de los de la empresa.





CHILCAS AÑO 2009						
Mes	Días Perdidos	Nº Accidentes	Nº Trabajadores	Tasa Accidentabilidad	Índice Severidad	Tasa Siniestralidad
Enero	40	4	375	1,1	10,0	10,7
Febrero	3	2	382	0,5	1,5	0,8
Marzo	10	1	432	0,2	10,0	2,3
Abril	0	0	402	0,0	0,0	0,0
Mayo	67	4	400	1,0	16,8	16,8
Junio	1	1	382	0,3	0,0	0,3
Julio	2	1	380	0,3	0,0	0,5
Agosto	6	2	380	0,5	0,0	1,6
Septiembre	0	0	388	0,0	0,0	0,0
Octubre	1	1	388	0,3	1,0	0,3
Noviembre	3	1	388	0,3	0,0	0,8
Diciembre	4	2	397	0,5	2,0	1,0
Total	137	19	391,17	4,9	7,2	35,0

CHILCAS AÑO 2010						
Mes	Días Perdidos	Nº Accidentes	Nº Trabajadores	Tasa Accidentabilidad	Índice Severidad	Tasa Siniestralidad
Enero	36	1	57	1,8	36,0	63,2
Febrero	0	0	66	0,0	0,0	0,0
Marzo	10	1	88	1,1	10,0	11,4
Abril	13	2	98	2,0	6,5	13,3
Mayo	0	0	93	0,0	0,0	0,0
Junio	0	0	93	0,0	0,0	0,0
Julio	0	0	80	0,0	0,0	0,0
Agosto	1	1	88	1,1	1,0	1,1
Septiembre	0	0	60	0,0	0,0	0,0
Octubre	0	0	60	0,0	0,0	0,0
Noviembre	0	0	60	0,0	0,0	0,0
Diciembre	1	1	60	1,7	1,0	1,7
Total	61	6	75,25	8,0	10,2	81,1

EJERCICIOS DE EVACUACIÓN

Durante el año 2010, nuestra Casa Marrz participó en los ejercicios de evacuación desarrollados por la administración del edificio donde operamos. En nuestra bodega en San Rafael, se realizó un ejercicio por área.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

En VIA Wines la capacitación tiene un espacio de especial importancia razón por la cual durante 2009 hizo uso de la franquicia tributaria SENCE por un monto de \$ 6.224.000, con un total de 1.698 horas pedagógicas, correspondiente a 46 trabajadores.

De igual forma durante el año 2009, se capació a 44 colaboradores en los diferentes cursos de Competencias Laborales ofrecidos a través de Vinos de Chile A.G., correspondientes al área de bodega.

En lo que respecta al año 2010, la franquicia utilizada fue de \$ 7.383.300, con un total de 457 horas pedagógicas, correspondiente a 78 trabajadores.

SUBDIMENSIÓN DERECHOS HUMANOS

De acuerdo a la metodología G3 de GRI en esta sección corresponde abordar materias relativas a no discriminación, libertad de asociación, prevención de la explotación infantil y trabajo forzado o no consentido, así como el respeto

por los derechos indígenas y de etnias originarias.

En lo relativo a Derechos Humanos, VIA Wines cumple fielmente con lo establecido en la Constitución Política de la República de Chile, la legislación vigente, incluido los tratados internacionales suscritos y ratificados por Chile y señala explícitamente en su Código de Ética que está en contra de todo tipo de discriminación, sea ésta de carácter sexual, racial, étnica, religiosa, social, política, de género o de estado civil. En ese sentido, en el proceso de selección de personal, VIA Wines no discrimina por sexo o edad y la remuneración pagada a sus colaboradores es fijada acorde con el mercado o las características propias de la función.

Al seleccionar un contratista, se le exige el cumplimiento de las leyes laborales. Igualmente se efectúan visitas aleatorias a las dependencias del contratista para verificar que se cumpla la legislación en cuanto a contratación de menores de edad, higiene y seguridad y de producción limpia.

NO DISCRIMINACIÓN

Nuestra compañía rechaza todo tipo de discriminación y a la fecha no hemos registrado incidentes de esta índole.

EXPLOTACIÓN INFANTIL Y TRABAJO FORZADO

VIA Wines rechaza tajantemente el trabajo infantil, no contratando menores de 18 años, salvo que cuenten con una autorización notarial en la que sus padres los autoricen.

Del mismo modo, nuestra compañía rechaza y prohíbe el trabajo forzado en toda su esfera de influencia.

PRÁCTICAS DE SEGURIDAD

Es importante que si bien nuestros colaboradores no han sido capacitados en materia de seguridad y DD.HH., el servicio de vigilancia de VIA Wines ha sido externalizado a la empresa Eulen, siendo su personal capacitado en estas materias, a través de la Subdirección de Seguridad Privada (DS 10) de Carabineros de Chile.

DERECHOS DE LOS INDIGENAS

Durante el período reportado no hemos registrado incidentes relacionados con violaciones de los derechos indígenas.

SUBDIMENSIÓN SOCIEDAD

Según lo establecido en la metodología G3 de GRI en la presente sección abordaremos de manera detallada las siguientes temáticas: corrupción, políticas públicas, libre competencia y cumplimiento normativo.

CORRUPCIÓN

Si bien nuestra viña no ha formado a sus colaboradores en políticas anti-corrupción, por su honorabilidad y producto del proceso interno de gestión, nuestra viña no ha representado acciones riesgosas relacionadas con la corrupción.

En caso de detectarse un caso de corrupción las personas involucradas serán separadas de su cargo según lo establece el Reglamento Interno.

POLÍTICA PÚBLICA

Si bien VIA Wines no tiene una política al respecto, no apoyamos partidos políticos o gobiernos. Nuestra posición sobre el desarrollo de políticas públicas que afectan a nuestra industria la representamos a través de la Asociación Vinos de Chile A.G.

COMPETENCIA DESLEAL

En esta materia, VIA Wines rechaza toda conducta de competencia desleal con independencia de quien incurra en ella.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

En el período reportado nuestra viña no ha sufrido sanciones ni multas producto del incumplimiento de leyes, normativas y regulaciones vigentes.



SUBDIMENSION RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO

La cuana categoría de la dimensión social dice relación con todos aquellos procesos que tengan que ver con nuestros productos, tales como: salud y seguridad, etiquetado, satisfacción de clientes, comunicación y marketing, entre otras materias.

SALUD Y SEGURIDAD DE NUESTROS CLIENTES

Los productos elaborados por nuestra viña cumplen con todos los requisitos legales establecidos en Chile y en los mercados de destino, asimismo en nuestras etiquetas damos a conocer el grado alcohólico real según los Boletines de Análisis efectuados en entidades reconocidas al efecto, entre las que se cuentan Servicios Terroir (Humbser & Humbser).

Del mismo modo, desarrollamos una estricta gestión de calidad de nuestros productos, la cual comienza con la cosecha y/o recepción de la uva, hasta el despacho del producto terminado, incluyendo su comercialización.

En el período reportado, no se registran incidentes derivados a incumplimientos legales.

ETIQUETADO

Nuestras etiquetas cumplen con los requisitos exigidos tanto en Chile como por los países a los cuales exportamos. En el período reportado no se ha generado ningún incumplimiento de regulaciones.

SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

La unidad de Servicio al Cliente efectúa una encuesta anual a todos nuestros clientes con el fin de recabar su grado de satisfacción con el servicio ofrecido. Los miembros de la Gerencia de Ventas como de Marketing, visitan constantemente a los clientes alrededor del mundo, oportunidad en que también reciben retroalimentación al respecto.

COMUNICACIONES DE MARKETING

Nuestras comunicaciones tanto internas como externas, se basan en los principios establecidos por nuestra organización en cuanto a que debe ser real, objetiva y no debe conducir a engaño.

En el período reportado no hemos recibido sanciones por el incumplimiento a la normativa legal vigente, ni en Chile ni en el extranjero, ni reclamamos con relación a la fuga de datos personales de nuestros clientes, ni que atenten contra la vida privada de las personas.

Como se indicó, en materia de comunicaciones adherimos al Código Chileno de Ética Publicitaria para miembros de Vinos de Chile A.G. Adicionalmente adherimos al Código de Ética Publicitaria desarrollado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).

Es importante señalar que durante el período reportado no hemos sido multados por el suministro y consumo de nuestros productos por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), organismo gubernamental cuya finalidad es la protección del consumidor, ni por algún otro ente fiscalizador.



4 to

CAPÍTULO

Dimensión Medioambiental

En este capítulo presentamos aspectos de como VIA Wines conduce sus operaciones con respeto al medio ambiente.

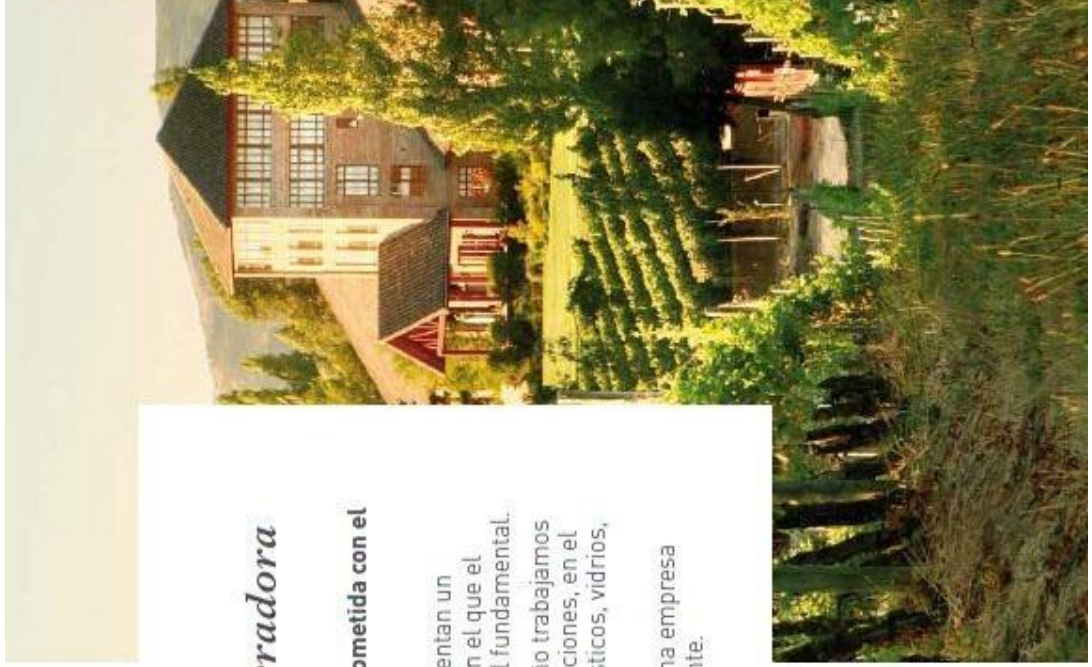


***Rodolfo Ortiz,
Gerente de Recuperadora
Ortiz.***

VIA Wines es una empresa comprometida con el medioambiente.

Hoy por hoy las empresas experimentan un desarrollo en materia ambiental, en el que el proceso de reciclaje juega un papel fundamental. Y es por ello, que desde hace un año trabajamos con VIA Wines, en excelentes condiciones, en el reciclaje de papeles, cartones, plásticos, vidrios, zunchos y nylon.

Reflejando así, que VIA Wines es una empresa comprometida con el medioambiente.





DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

De acuerdo con la metodología G3 de GRI, la dimensión medioambiental debe incluir información sobre la gestión de la empresa en consumo de materiales, energía, agua, cuidado de la biodiversidad, emisiones, vertidos y residuos, productos y servicios, transporte, cumplimiento normativo e inversiones ambientales.

Por el giro particular de VIA Wines, algunos de estos indicadores son imposibles de reportar.

VIA Wines tiene como política fundamental el estricto cumplimiento a las obligaciones establecidas en la normativa vigente y en las políticas internacionales relativas a su giro.

ENERGÍA

La política de Eficiencia Energética de VIA Wines busca minimizar el uso de electricidad en las operaciones de la viña sin descuidar la adecuada operación y seguridad del personal. Viña San Rafael opera utilizando energía del Sistema Interconectado Central (SIC) y generador en los meses de horario punta.

En 2010 el consumo total de energía obtenida del SIC incluyendo a las operaciones de la viña en la bodega de San Rafael y la Casa Maritz fue de 1.12 Mwh lo que resulta en una disminución del 22% en relación a 2009 cuando se consumieron 1.50 Mwh de energía. Esta disminución se explica por cambio en los procesos de elaboración y vinificación, apuntando a bajar el consumo de energía (Kw/Litro de vino envasado o despachado).

En cuanto a la generación de energía matriz, el año 2010 fue de 0,54 Mwh lo que equivale a una disminución del 20% respecto al 2009 (0,58 Mwh) EL EN 4.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Para VIA Wines la eficiencia energética es un proceso continuo a través del cual buscamos disminuir el uso de energía aportando a la conservación del medio ambiente. Entre las acciones implementadas en 2010 resaltamos las siguientes:

Cambio en los procesos de envasado de los vinos antes de envasar o despachar. Con esa medida, bajamos en un 40% el uso de energía en este proceso, respecto al periodo anterior. En 2010 el consumo de energía en este proceso fue de 0,73 Mwh, un 30% menos que lo consumido en 2009 de 0,95 Mwh.

Racionalización en el sistema de alumbrado en las bodegas.

Cambio en el tipo de ampolletas en el alumbrado oficinas y pasillos.

Instalación de aliches donde se incrementa el ahorro energético a nivel de oficinas.

AGUA

El abastecimiento de agua en la bodega de San Rafael es por medio de extracción de pozo profundo.

En el marco del Proyecto de Sostenibilidad de VIA Wines, durante 2010 se han seguido implementando mecanismos y acciones para disminuir el consumo del recurso hídrico buscando el adecuado balance entre la sostenibilidad de nuestro negocio y el cuidado del recurso natural protegiendo el medio ambiente. En este sentido se han implementado:

Reutilización de las aguas en lavado de estanques (similar a sistema CIP).

Utilización de sistemas de auto-corte en los puntos de suministro de agua para Bodega de vinos.

Utilización de sistemas de lavado alta presión y bajo flujo (Hidrolavadoras), en algunos procesos específicos de limpieza en bodega.

Estandarización de lavados en línea de envasado dependiendo el tipo de vino a envasar (programación de vinos orientada a realizar menos lavados por día) Capacitación al personal en el uso eficiente y eficaz del recurso hídrico.

El consumo anual de agua en la bodega de Viña San Rafael en 2010 correspondió a 7.744 m³, lo que corresponde a 1,4 litros de agua consumida por litro de vino despachado.



EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS

En VIA Wines se implementó el uso de Caldera de Biomasa, cuyo material de combustión son chips de madera. Este material, es un subproducto de empresas de transformación de maderas de la zona donde está inserta nuestra viña. La generación de emisiones es bastante inferior a la generada por calderas que funcionan mediante la combustión de gas licuado (sistema utilizado anteriormente por la viña), dado que es de carácter fósil.

AGUAS RESIDUALES

Las aguas de residuos industriales líquidos (RILES), son vertidas a un sistema de tratamiento aerobio. Este sistema consta de una zona de recepción e impulsión de los riles a un tranque diseñado para el tratamiento aerobio de las aguas. Con ese tratamiento, los riles tratados se encuentran dentro de los parámetros establecidos en la Norma 90, para verter a aguas de escorrentamiento superficial. Este sistema se encuentra aprobado por la SISS (controla el cumplimiento de la Norma). En el año 2010 la generación de riles fue de 9.600 m³.

RESIDUOS

Los principales residuos de VIA Wines corresponden a basura generada en oficinas, cartón, papel, plásticos, Nylon, Vidrio, Zunchos, Borrás, Tierras Filitrantes y desechos orgánicos (orujo y escobajo). El total de residuos gestionados en 2010 fue de 735 m³.

CARTONES Y PAPELES

VIA Wines ha establecido un convenio de reciclaje de cartones con la empresa perteneciente a Rodolfo Ortiz, Resolución N° 606, en donde la empresa prestadora de servicios entrega en concesión contenedores donde se almacenan estos residuos en forma limpia y ordenada. Estos son retirados cada vez que estos contenedores se encuentran a máxima capacidad de su guarda.

Para el reciclaje de papeles generados en las oficinas de San Rafael y Santiago, VIA Wines ha establecido un convenio con la empresa Sorreja S.A. la cual retira el papel que ha sido almacenado en recipientes provistos al efecto. El total de cartón retirado en 2010 fue de 100 toneladas.

Asimismo, dicha empresa retira de nuestras instalaciones Plástico, Vidrios, Zunchos y Nylon. Para ello la empresa en cuestión entrega en concesión contenedores donde almacenar estos residuos en forma limpia y ordenada. Estos son retirados cada vez que estos contenedores se encuentran a máxima capacidad de su guarda.

Los volúmenes retirados en 2010 fueron:

- Nylon: 22 toneladas
- Vidrio: 319 toneladas

BORRAS Y TIERRAS FILTRANTES

Via Wines ha establecido un convenio de retiro y disposición de Borrás y Tierras Filtrantes con la empresa "Distribuidora Industrial Disa S.A." (N° Resolución 2475). El retiro de tierras y borras fue de 154 toneladas en 2010.

ORUJO Y ESCOBAJO

Respecto a los residuos orgánicos de la viña, como lo son orujos y escobajos, estos son almacenados en un sector habilitado en la viña donde por medio de un proceso de temperaturas y ausencia de oxígeno, realizamos un producto similar al Compost, el cual es posteriormente incorporado a las plantaciones de vid de los campos.

RESIDUOS PELIGROSOS

VIA Wines no requiere para sus operaciones el transporte de sustancias peligrosas según lo establecido por el Convenio de Basilea sobre metales pesados.

De igual forma en 2010 no se registró derrames accidentales de sustancias peligrosas en ninguna de las operaciones de VIA Wines.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Durante el período 2009-2010 VIA Wines no ha sido multada por incumplimiento de normas ambientales.

INVERSIONES AMBIENTALES DE CARÁCTER GENERAL

Via Wines se encuentra en Via de implementar un cambio en la totalidad de las calderas existentes de generación de calor, a calderas de biomasa. Además la viña se encuentra en estudio

la implementación de uso de paneles solares (para incorporar calor al sistema, apoyando la caldera convencional) y uso de sistema Solarube, el cual ayuda a la iluminación de las bodegas de forma natural.

BIODIVERSIDAD

Finalmente cabe destacar que las dependencias de nuestras viñas no afectan espacios naturales protegidos o áreas de alta diversidad, razón por la cual no se produce un impacto significativo en el entorno.

Al momento de escribir este reporte, VIA Wines se encuentra en proceso de certificación bajo el Código de Sustentabilidad de la Industria Vitivinícola Chilena el cual en su capítulo sobre viticultura, contiene parámetros de evaluación y guía para la protección del entorno de las operaciones de la viña.

PUNTO DE CONTACTO:

De acuerdo a las prácticas que contempla la guía G3 de CRI VINA VIA Wines ha designado como punto de contacto a Eduardo Waxman, Gerente de Marketing de nuestra viña, quien deberá responder sus dudas e inquietudes que se manifiesten frente a los contenidos de este documento.



*(Quiéres deozer hacer llegar sus dudas, consultas o sugerencias puedes comunicarte al:
Teléfono (06 2) 3359900 / Fax (06 2) 3359926
Correo electrónico: ventas@via.wines.com
Sitio Web: www.viawines.com*

INDICADORES GRI

1:	PERFIL	
1.1	Declaración de la alta dirección	3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	3
2: PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	Nombre de la organización informante	3, 6
2.2	Marcas, productos y servicios	6
2.3	Estructura operativa de la organización	4, 9, 10
2.4	Ubicación de la casa matriz	7
2.5	Países en los que opera la organización	6, 7
2.6	Naturalaleza de la propiedad y forma legal	7
2.7	Principales mercados de destino	6
2.8	Dimensión de la organización informante	6
2.9	Principales decisiones adoptadas durante el periodo que cubre la memoria	3
2.10	Premios recibidos en el periodo reportado	7
3: PARÁMETROS DEL REPORTE		
3.1	Periodo que cubre el reporte	8
3.2	Fecha del reporte inmediatamente anterior	3, 8
3.3	Ciclo del reporte	8
3.4	Punto de contacto	30
3.5	Proceso para definir el contenido del reporte	8
3.6	Límites del reporte	6
3.7	Informar sobre alguna limitación en el alcance o límite del reporte	8
3.8	Base para reportear sobre joint-ventures, divisiones subsidiarias, operaciones tercerizadas y otras	8
3.9	Técnicas para la medición de datos y bases de cálculos	8
3.10	Explicación del efecto de cualquier cambio en la información entregada en los reportes previos	8
3.11	Cambios significativos en el alcance, límites o métodos de medición aplicados en este reporte, respecto del anterior	8
3.12	Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro de la memoria	31 a 37
3.13	Políticas y prácticas relacionadas con la búsqueda del aseguramiento externo del reporte	
4: GOBIERNO, COMPROMISOS E INVOLUCRAMIENTO		
4.1	La estructura de gobierno de la organización	9, 10
4.2	Función del más alto ejecutivo	9
4.3	Estructura directiva	9
4.4	Participación de accionistas y empleados	9
4.5	Vínculo entre las compensaciones y el desempeño de la organización a los miembros del más alto órgano de gobierno	
4.6	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para evitar conflictos de intereses	





4.7	Proceso para determinar las calificaciones y la experiencia de los miembros del más alto órgano de gobierno para guiar la estrategia de la organización sobre temas económicos, de medio ambiente y sociales	10
4.8	Declaraciones de misión y valores	
4.9	Proceso de los miembros del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y la gestión del desempeño social, medioambiental y económico de la organización	11
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño del más alto órgano de gobierno	9
4.11	Explicación si la organización ha adoptado un enfoque o principio precautorio	
4.12	Cartas, principios u otras iniciativas externas de tipo económicas, ambientales y sociales a las cuales la organización suscribe o apoya	3, 6, 11
4.13	Miembros en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de asesoramiento	11
4.14	Lista de grupos de interés involucrados con la organización	11
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés	
4.16	Enfoque del involucramiento con los distintos grupos de interés	
4.17	Principales cuestiones y asuntos de interés que hayan surgido a través de la participación de los stakeholders	

INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS

ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación; retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	15, 16
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	21
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	16
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	16
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	16
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	16
ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	16

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

ASPECTO: EMPLEO

- LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. 19, 20
- LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal. 21, 22

ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES

- LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. 20
- LA5 Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.

ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

- LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. 22
- LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región. 22 y 23
- LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. 23
- LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.

ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

- LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. 24
- LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión de sus carreras profesionales.
- LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.

ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

- LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
- LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. 24





**INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL
DERECHOS HUMANOS**

ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	24
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	20
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	24
ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	24
ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	20
ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL		
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	24
ASPECTO: TRABAJO FORZADO		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	24
ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
HR8	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	24
ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDIGENAS		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	24
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL SOCIEDAD		
ASPECTO: COMUNIDAD		
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo la entrada, operación y salida de la empresa.	



ASPECTO: CORRUPCIÓN	
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 24
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. 24
ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA	
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". 24
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. 24
ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL	
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. 24
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO	
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. 24
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL	
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS	
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. 25
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.
ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. 25
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes. 25
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. 25

ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING	
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. 11 y 25
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. 25
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. 25
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO	
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. 25
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIO AMBIENTAL	
ASPECTO: MATERIALES	
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.
ASPECTO: ENERGÍA	
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. 28
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. 28
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.
ASPECTO: AGUA	
EN8	Capitación total de agua por fuentes. 28
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y utilizada.
ASPECTO: BIODIVERSIDAD	
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. 30
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. 6, 30
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado del amenazas de la especie.



ASPECTO: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	
EN16	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.
EN19	Emissiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.
ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS	
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reciclados al final de su vida útil por categorías de productos.
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO	
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
ASPECTO: TRANSPORTE	
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.
ASPECTO: GENERAL	
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.



ENCUESTA DE RETROALIMENTACIÓN

¿CUAL ES SU RELACION CON VIA WINES (VIÑA SAN RAFAEL S.A.)?

- Colaborador de VIA Wines
- Director o Accionista de VIA Wines
- Importador / Distribuidor de VIA Wines
- Proveedor / Contratista de VIA Wines
- Medio de Comunicación / Periodista
- Otro: especificar

INDIQUE LAS SECCIONES DEL REPORTE QUE MÁS INTERÉS TIENEN PARA USTED COLOCANDO UN NÚMERO DONDE 1 ES LA MÁS INTERESANTE Y 5 LA MENOS INTERESANTE

- Mensaje del Gerente General
- Alcances del Reporte
- Dimensión Económica y Financiera de VIA Wines
- Dimensión Social de VIA Wines
- Prácticas laborales y ética de trabajo
- Carrera Profesional
- Derechos Humanos
- Dimensión Medioambiental de VIA Wines

**¿QUE LE HA PARECIDO ESTE REPORTE DE SOSTENIBILIDAD DE VIA WINES?
EXTENSION (CANTIDAD DE INFORMACION PRESENTADA Y/O NÚMERO DE PAGINAS)**

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

UTILIDAD (EN CUANTO AL CONTENIDO PRESENTADO, ¿LE HA SIDO DE UTILIDAD?)

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

PRESENTACION (DISEÑO, FOTOGRAFÍAS, GRÁFICOS, ESTRUCTURA, FORMATO, TIPOGRAFÍA, ETC.)

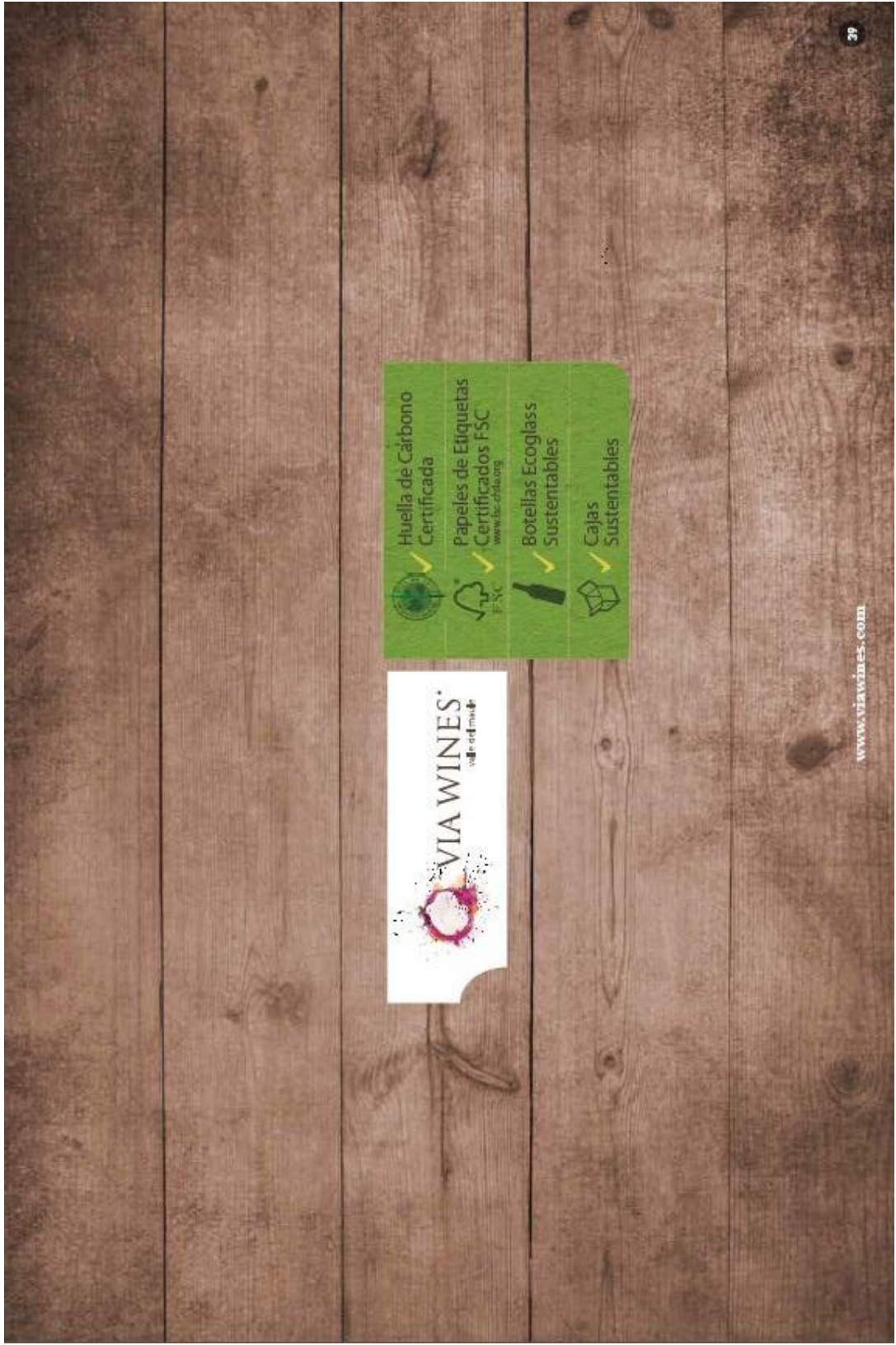
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

CLARIDAD (INFORMACION ORDENADA, ENTENDIBLE, LENGUAJE CLARO)

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Sus comentarios, sugerencias y opiniones sobre el reporte GRI de VIA Wines son bienvenidas
Agradeceremos enviar este cuestionario de retroalimentación a ewexam@viawines.com





www.viawines.com

DECLARACION JURADA – Res. 212/99-CD

“El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgredí o afecta derecho de terceros”.

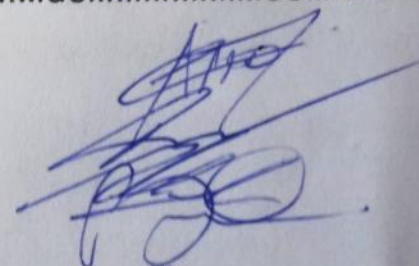
Mendoza, 30 de Julio del 2013

Ciclotto, Cristian
Azócar, Andrés
CID, Horacio Elso
Dassy, EMILIA

24259
24206
24260
24227

Nº de Registro

Apellido y Nombre



Firma