



El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011

Percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas

Red Forum Empresa

Yanina Kowszyk
Andrés Covarrubias
Laura García

Estudio realizado por Red Forum Empresa

Yanina Kowszyk
Andrés Covarrubias
Laura García

Comité Asesor del Estudio:

- Acción RSE, Chile, representado por Alejandro Díaz.
- Deres, Uruguay, representado por Eduardo Shaw.
- Forética, Argentina, representado por Cristián Pérez y Mónica Calo.
- Fenalco Solidario, Colombia, representado por Sandra Sierra.
- CERES, Ecuador, representado por Laura Fährndrich y Fabrice Hansé.

Forum Empresa es una red de organizaciones empresariales que promueve la RSE en las Américas.

Sobre la Red Forum Empresa:

- Cuenta con 21 organizaciones miembro, a través de las cuales congrega a más de 3.400 empresas.
- La red reúne a más de 400 personas que trabajan en forma permanente en las instituciones que la componen. En conjunto, cuenta con más de 200 alianzas internacionales y gracias a sus conferencias, talleres y seminarios ha sensibilizado a cerca de 20.000 personas en el continente, sobre temas de RSE.
- Impulsa proyectos a nivel regional, vinculando esfuerzos nacionales con orientaciones internacionalmente definidas.

Miembros y Afiliados de la Red



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen ejecutivo	1
Presentación del estudio	12
Los cuestionarios utilizados	14
• Criterios de selección de ítems 2011	14
• ¿Cómo interpretar los datos?	18
¿Quiénes son los ejecutivos y consumidores que respondieron los cuestionarios?	19
• Características de los consumidores	20
• Características de los ejecutivos	21
• Tamaño de las empresas participantes	22
• Actividad económica	18
Estado de la RSE y sus dimensiones	23
• Nivel de RSE de las empresas participantes según ejecutivos y consumidores	23
• Nivel de RSE de las empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de América Latina	26
• Nivel de RSE de las empresas según actividad económica	27
• Resultados por dimensión de RSE	28
• Brechas de percepción sobre las dimensiones de RSE	29
• Brechas de percepción sobre el nivel de RSE por país	30
• Avance en el desempeño de las empresas en comparación a 2009	31
Capacidad instalada en las empresas para la implementación de la RSE	35
• Reportes de sustentabilidad	35
• Conocimiento y percepción de avance de la práctica de reportar aspectos de RSE	38
• Estrategias o políticas de RSE	39
• Estrategias de comunicación de RSE	40
• Adhesión a estándares internacionales	41
• Cargo específico de RSE	42
• Relación entre nivel de RSE y capacidad instalada	43
• Capacidad instalada por país	45
Entorno latinoamericano y avance de la RSE	46
• Nivel de confianza en los sectores de la sociedad	46
• Satisfacción de ejecutivos y consumidores con las empresas de su país	47
• Preferencia por productos socialmente responsables	48
• Obstáculos para el avance de la RSE	49
• Opinión de ejecutivos y consumidores sobre el marco legal de la RSE, la regulación laboral y medioambiental	50
Referencias bibliográficas	53
Anexo I: Metodología del estudio	54
• Análisis de los datos	54
• Limitaciones del estudio	54
• Cuestionario utilizado para ejecutivos	55
• Cuestionario utilizado para consumidores	63
• Pregunta por empresas en el Ranking de las 500 compañías más grandes en América Latina	69
Anexo II: Listado de entidades de promoción de la RSE en América Latina	72

Resumen Ejecutivo

El **Estado de la RSE 2011** es un estudio cuantitativo que describe las percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas sobre el estado de la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) en América Latina.

Más de 3.200 personas completaron la encuesta. Un total de 1.279 ejecutivos y 1.927 consumidores, de 17 países de América Latina, respondieron un cuestionario "online" que se construyó con las dimensiones de RSE y las acciones y expectativas relacionadas de la guía ISO 26.000, que un panel de expertos consideró como apropiadas y relevantes en el contexto latinoamericano.

La investigación es impulsada por la Red Forum Empresa que agrupa 21 entidades sin fines de lucro que promueven la RSE en 18 países del continente americano, reuniendo un total de 3.400 empresas.



1.279

ejecutivos

completaron la encuesta.



1.927

consumidores

completaron la encuesta.

Los cuestionarios utilizados indagaron la percepción de ejecutivos y consumidores sobre los siguientes aspectos:

- **Dimensiones de RSE:**
 - » Toma de decisiones y transparencia (incluye prácticas justas de operación).
 - » Relación con la comunidad.
 - » Medio ambiente.
 - » Consumidores o usuarios.
 - » Relación con los trabajadores.
- **Estrategias de difusión de información sobre RSE de la empresa.**
- **Capacidad instalada en la empresa para el avance de la RSE.**
 - » Reportes de sustentabilidad.
 - » Adhesión a estándares internacionales.
 - » Cargo específico sobre RSE.
 - » Adhesión a una entidad promotora de RSE.
- **Ambiente favorable o desfavorable para el desarrollo de la RSE.**
 - » Nivel de confianza en los distintos sectores (sólo para consumidores).
 - » Opinión sobre la legislación en temas sociales y medio-ambientales.
 - » Prácticas de consumo responsable (sólo para consumidores).
- **Información sobre la empresa: actividad económica, cantidad de trabajadores, pertenencia al ranking de las 500 más grandes.**

Nivel de RSE de las empresas participantes según ejecutivos

GRÁFICO N° 1

“Nivel de RSE” es el promedio de todos los ítems que componen las cinco dimensiones de la RSE estudiadas. El gráfico N° 1 indica que los ejecutivos asignaron a las empresas en las que trabajan un “Nivel de RSE” del 73%, mientras que los consumidores asignaron a las empresas de los países donde viven, un 54% en “Nivel de RSE”. Al analizar “Nivel de RSE” según actividad económica, la brecha de 20 puntos se mantiene para los tres grupos de actividades analizadas: servicios, industria y comercio.

Nivel de RSE de las empresas según actividad económica:

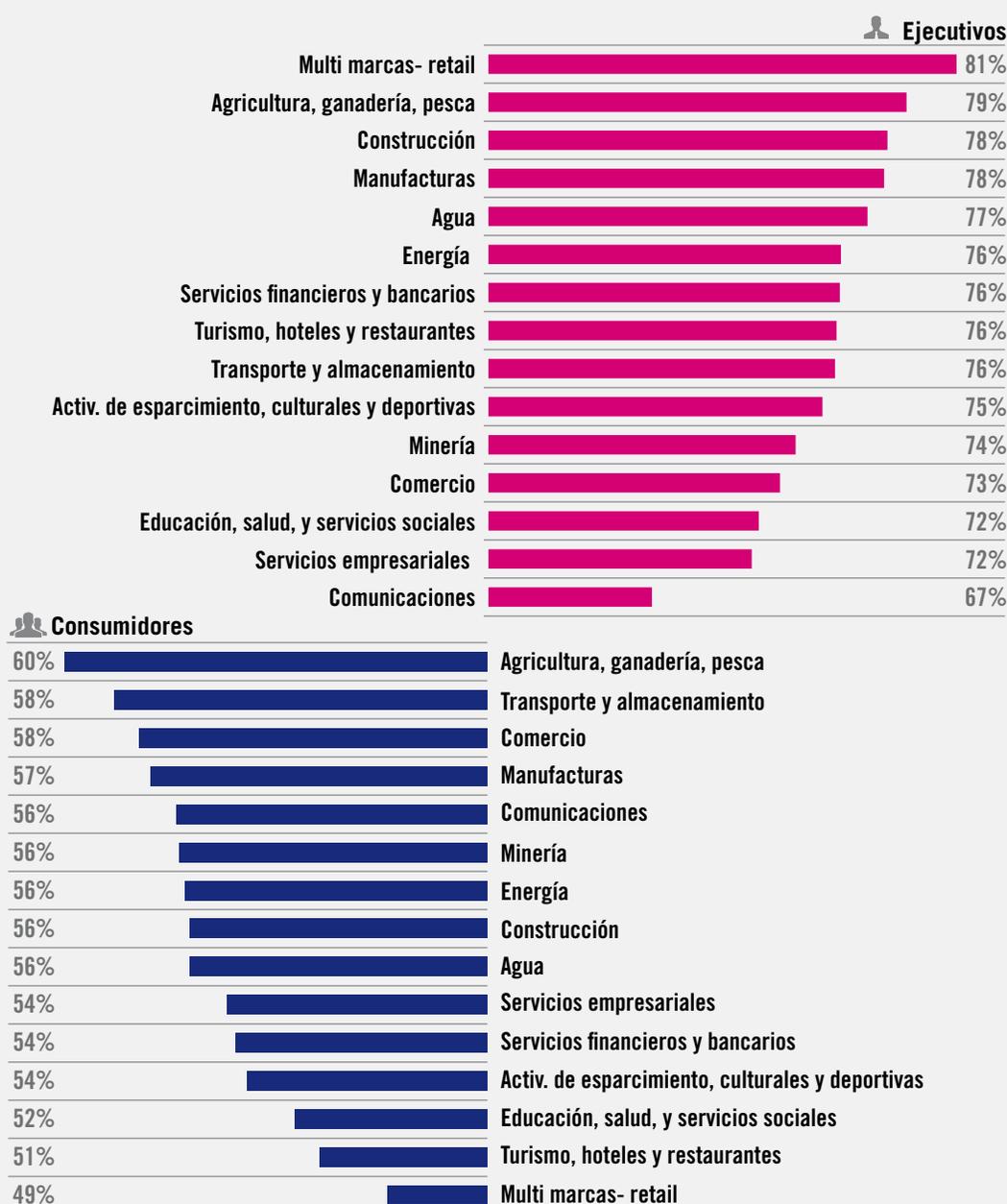
tal como lo consigna el gráfico N° 2, los ejecutivos que mejor evaluaron a las empresas donde trabajan corresponden a los sectores multi marcas- retail, agricultura, ganadería y pesca, construcción y manufacturas. Los consumidores indicaron que los sectores económicos más socialmente responsables desde su perspectiva son agricultura, ganadería y pesca, transporte, comercio y manufacturas. Un dato a considerar es que si bien el sector de las multi marcas-retail está primero en la lista según los ejecutivos, para los consumidores se encuentra en el último lugar.

“Nivel de RSE” según ejecutivos y consumidores



GRÁFICO N° 2

Percepción sobre el “Nivel de RSE” de las empresas según actividad económica



Resultados por dimensión de RSE:

la dimensión "Consumidores y usuarios" fue la mejor evaluada tanto por ejecutivos como consumidores en 2011, como lo indica el gráfico N°3. En segundo lugar, se encuentra "Relación con los trabajadores", que fue la mejor evaluada en 2009. "Toma de decisiones y transparencia" continúa siendo la peor evaluada desde 2009. Sin embargo, este tema fue el primero en la lista cuando preguntamos a los consumidores: ¿Con qué temas relaciona la RSE? -gráfico N° 4.

GRÁFICO N° 3

Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos

■ Ejecutivos 2009
■ Ejecutivos 2011
■ Consumidores 2011

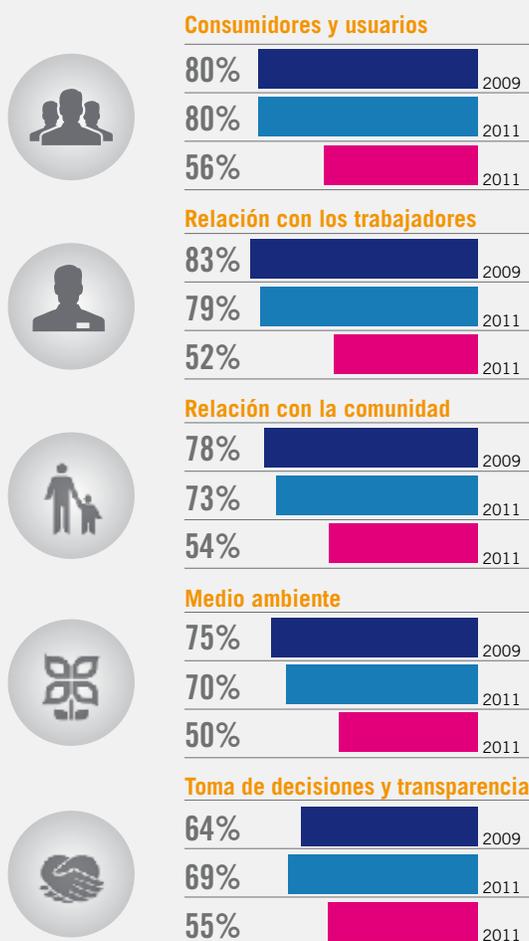
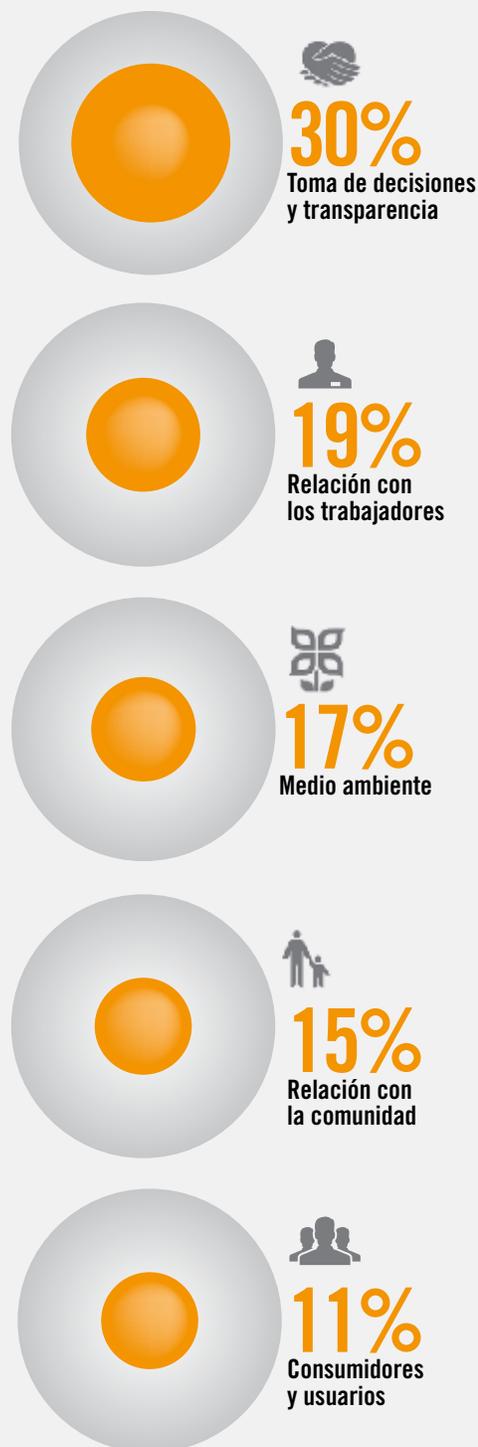


GRÁFICO N° 4

¿Con qué temas relaciona la RSE? Sólo consumidores



Avance en el desempeño de las empresas en comparación a 2009:

es percepción de ejecutivos y consumidores que las empresas multinacionales están más avanzadas que las nacionales en el nivel de RSE- gráfico N° 6.

No obstante, ejecutivos y consumidores consideran en mayor proporción (72%) que las empresas nacionales han mejorado en los últimos dos años, frente a una menor proporción (64%) de quienes consideran que las multinacionales han mejorado desde 2009 -gráfico N° 7.

Asimismo, el 55% de los consumidores piensa que la implementación de RSE por parte del total de las empresas ha mejorado en los dos últimos años -gráfico N° 5.

GRÁFICO N° 5

¿Cómo considera el desempeño de las empresas de su país en RSE a comparación a dos años atrás? Sólo consumidores

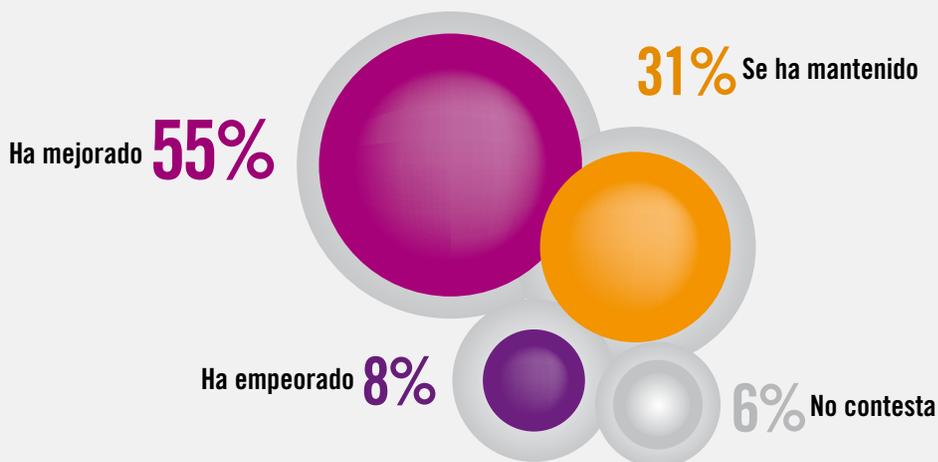


GRÁFICO N° 6

Ud. considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son (percepción de ejecutivos y de consumidores):

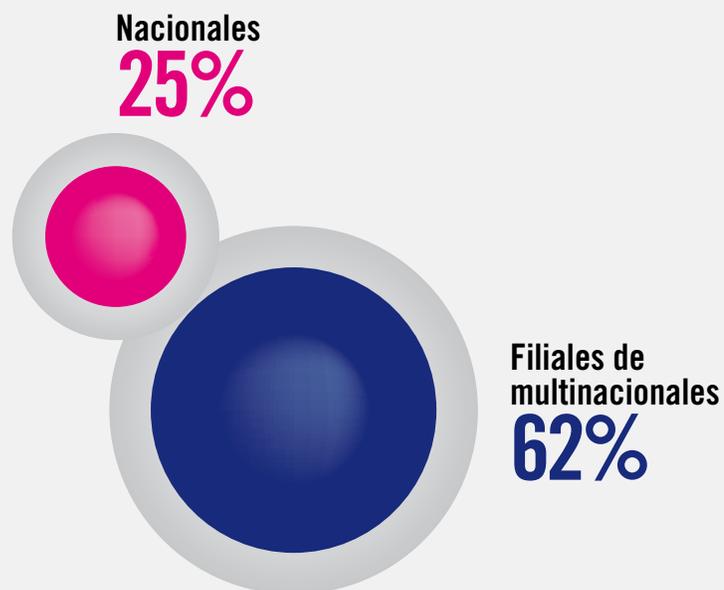


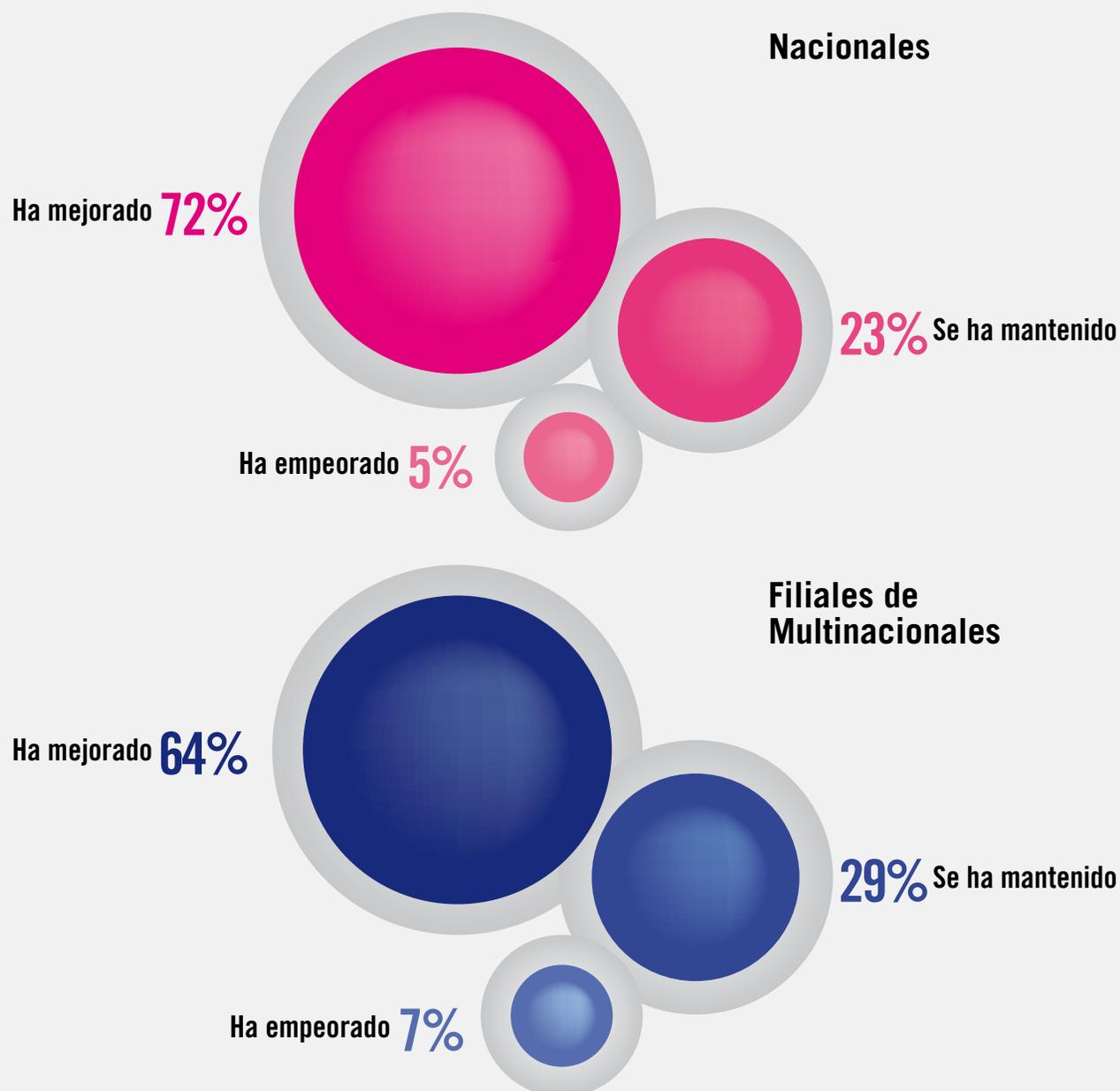
GRÁFICO N° 7

¿Cómo se han comportado las empresas en los últimos dos años?

Ejecutivos y consumidores consideran que las empresas

nacionales

han mejorado en los últimos dos años



Reportes de sustentabilidad: existe un leve aumento entre 2009 y 2011 en el número de empresas que publican reportes de sustentabilidad. En 2011, casi la mitad de las empresas que participaron en el estudio publica su reporte- gráfico N° 8. El 68% de los reportes se basa en la metodología GRI - gráfico N° 9- y el 65% incorpora a sus grupos de interés en su elaboración y/o revisión- gráfico N° 10.

GRÁFICO N° 8

¿Su empresa publica reportes de sustentabilidad? Comparación con 2009

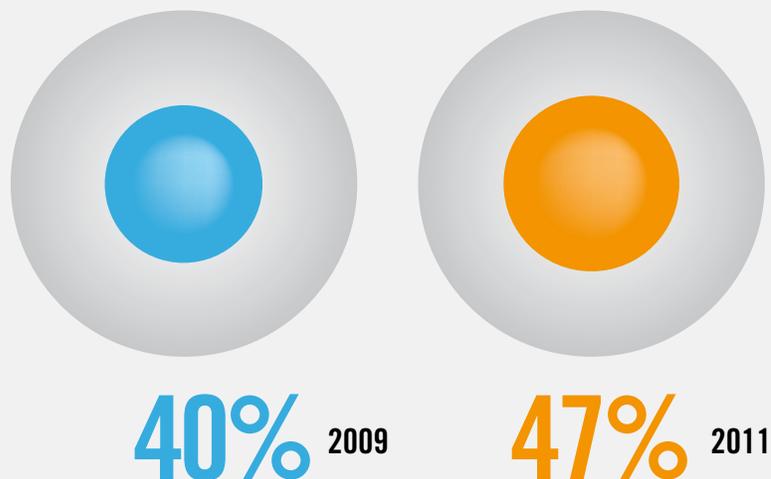


GRÁFICO N° 9

Empresas que utilizan metodología GRI. Año 2011

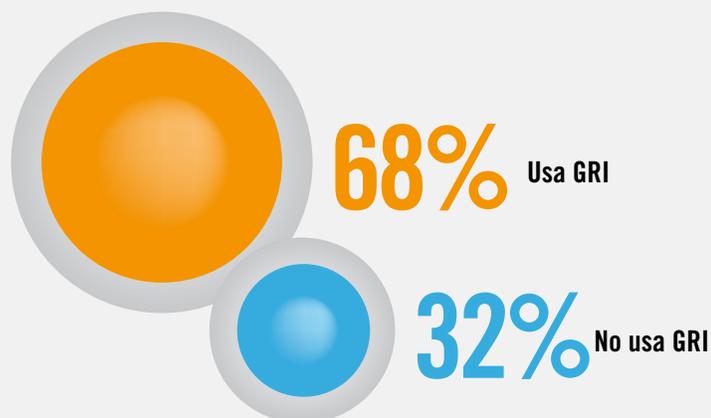


GRÁFICO N° 10

Empresas que incorporan a sus grupos de interés en la elaboración de reportes. Año 2011

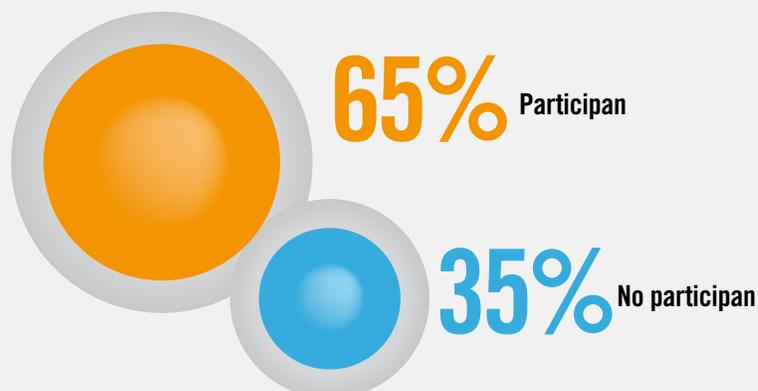
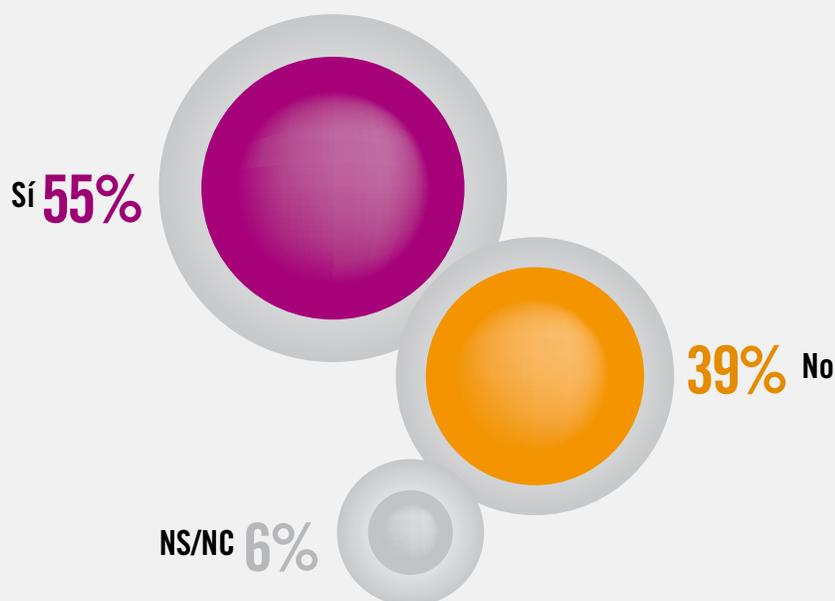


GRÁFICO N° 11 (a)

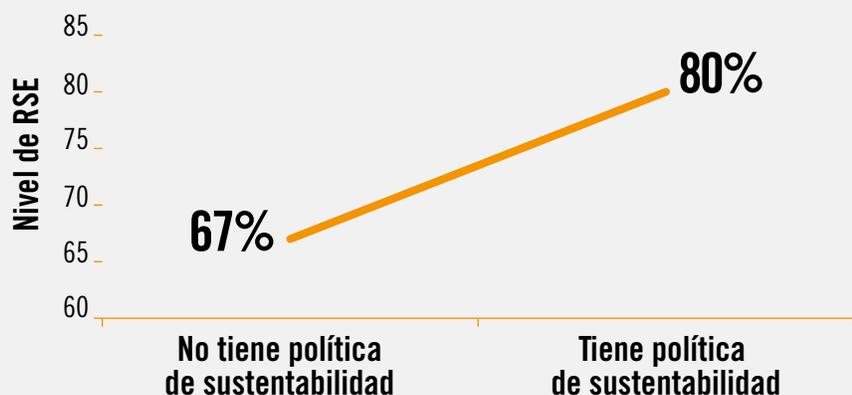
¿Cuenta su empresa con una estrategia/ política de sustentabilidad o RSE escrita y difundida?

**Estrategias o políticas de RSE:**

La mitad de las empresas informó que cuentan con estrategias o políticas de RSE escritas y difundidas - gráfico N°11 (a). Justamente este grupo de empresas son las que lograron mejores niveles de RSE que aquellas que no tienen una política definida - gráfico N° 11 (b).

GRÁFICO N° 11 (b)

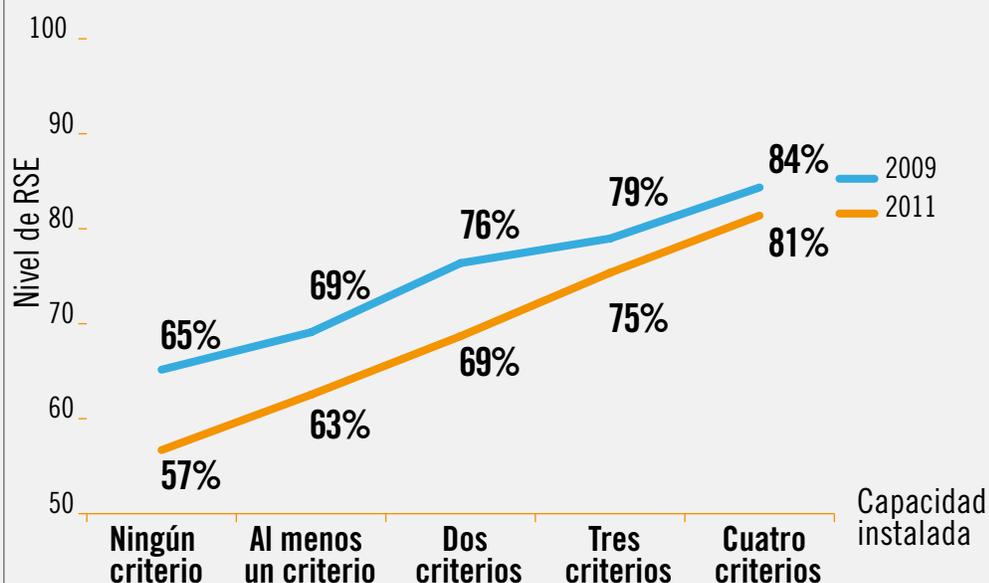
Relación entre “Nivel de RSE” y posee o no posee una política de sustentabilidad escrita y difundida



Relación entre “Nivel de RSE” y “Capacidad instalada”: al igual que en 2009, en la versión actual, se comprobó que las empresas que tienen más recursos o capacidades instaladas para el avance de la RSE lograron mejores resultados en su “Nivel de RSE” - gráfico N° 12.

GRÁFICO N° 12

Relación entre “Nivel de RSE” y “Capacidad instalada” en la empresa para implementar RSE



Componentes “Capacidad instalada” de la Empresa:

1. Cuenta con un reporte de sostenibilidad.
2. Ha integrado al menos un estándar internacional.
3. Cuenta con un cargo específico de RSE entre su personal.
4. Adhiere a una entidad promotora de RSE.

Categorías:

Capacidad no desarrollada: la empresa no cuenta con ninguno de los componentes de “Capacidad instalada”.

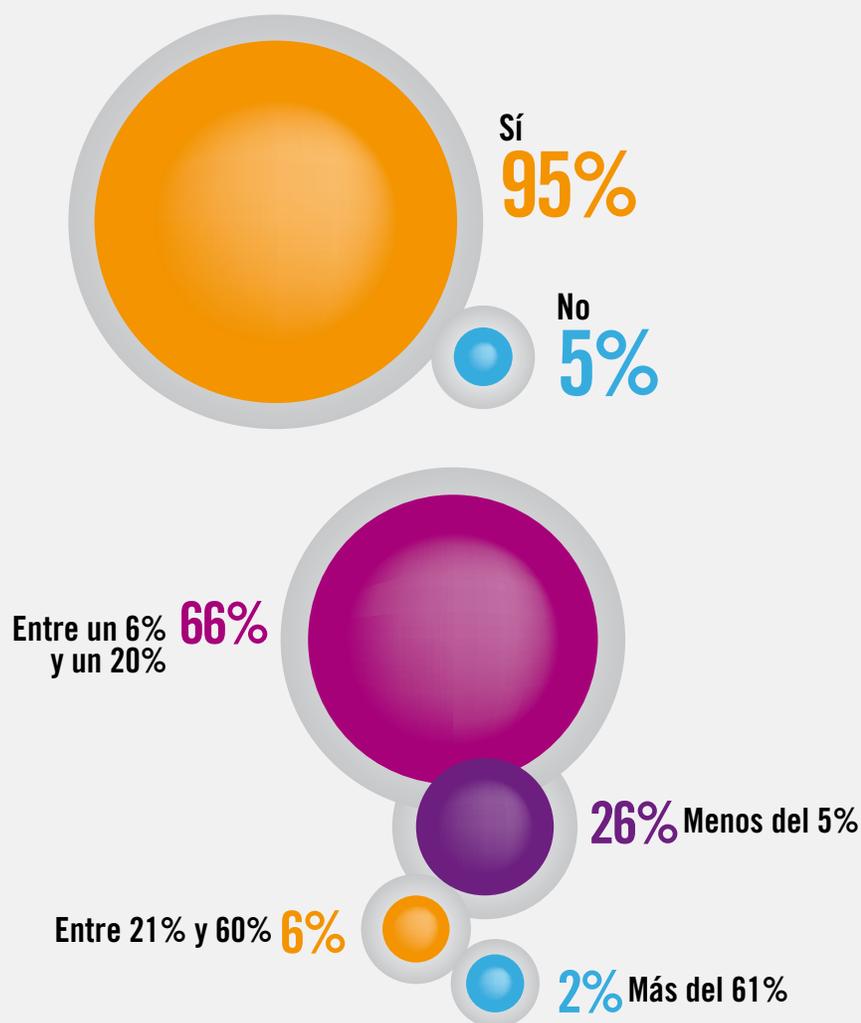
Capacidad instalada incipiente: la empresa ha integrado uno de los componentes.

Capacidad instalada intermedia: la empresa ha integrado entre 2 y 3 componentes.

Capacidad instalada avanzada: la empresa ha integrado los 4 componentes.

GRÁFICO N° 13

¿Usted preferiría comprar un producto que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor? ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar?



Preferencia por productos socialmente responsables: en Latinoamérica coexiste una actitud favorable hacia el consumo de productos socialmente responsables, pero también la creencia de que esta actitud no es generalizada o compartida por los consumidores de la región -gráfico N° 13.

Obstáculos para el avance de la RSE:

En cuanto a los obstáculos para el avance de la RSE en el continente, el más relevante para los ejecutivos es la actitud pública hacia la RSE (Gráfico N° 14), a diferencia de los consumidores que responsabilizan a la falta de confianza en el sector privado -gráfico N° 15. Sin embargo, en aspectos más específicos, como los medioambientales, hay bastante acuerdo y los dos afirman que la regulación debe incrementarse -gráfico N° 16. En el ámbito de la legislación laboral, consumidores y ejecutivos coinciden en que debe aumentar, aún cuando, los consumidores se muestran mucho más convencidos sobre esta necesidad que los ejecutivos -gráfico N° 17.

GRÁFICO N° 14

Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según ejecutivos

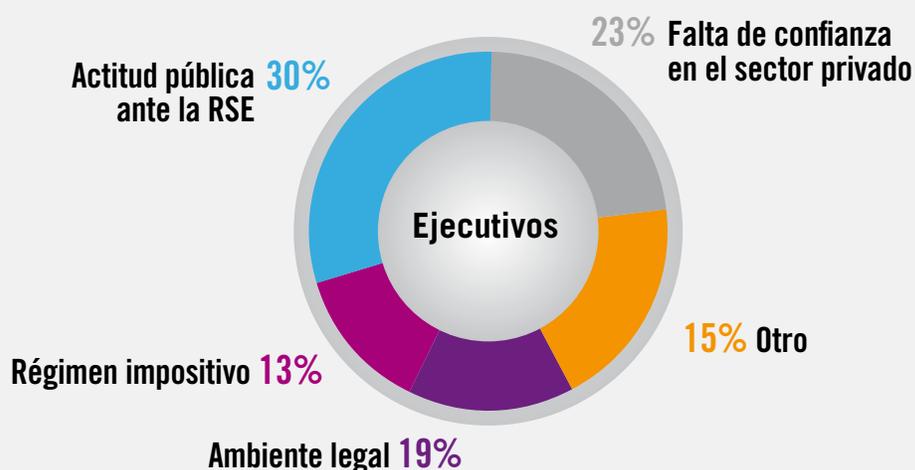


GRÁFICO N° 15

Principales obstáculos para el avance de la RSE según consumidores

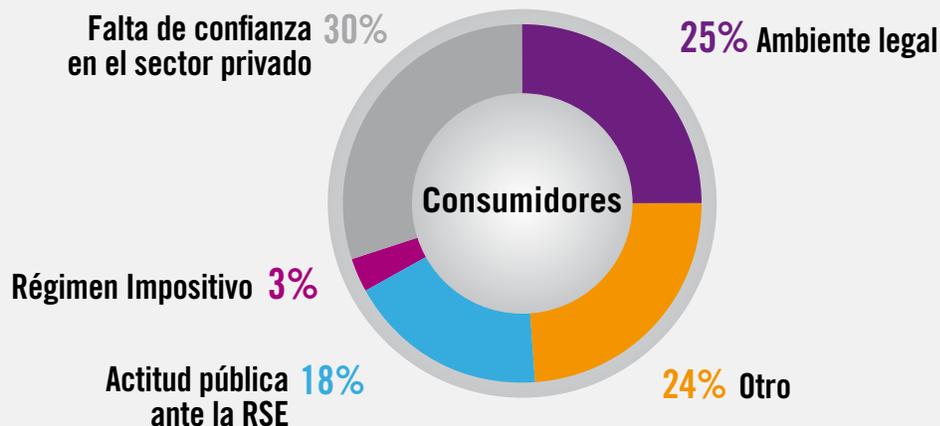


GRÁFICO N° 16

Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe:

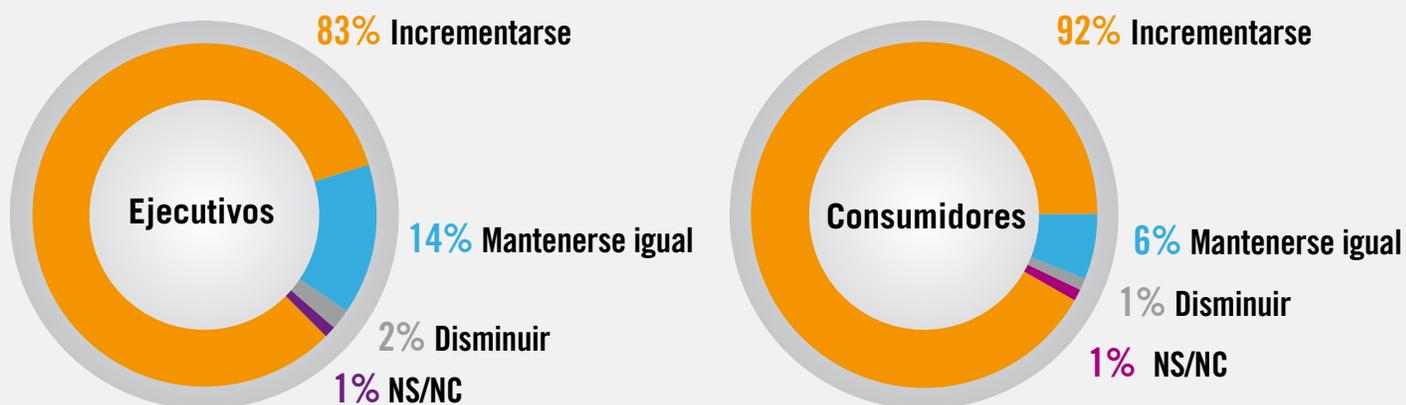
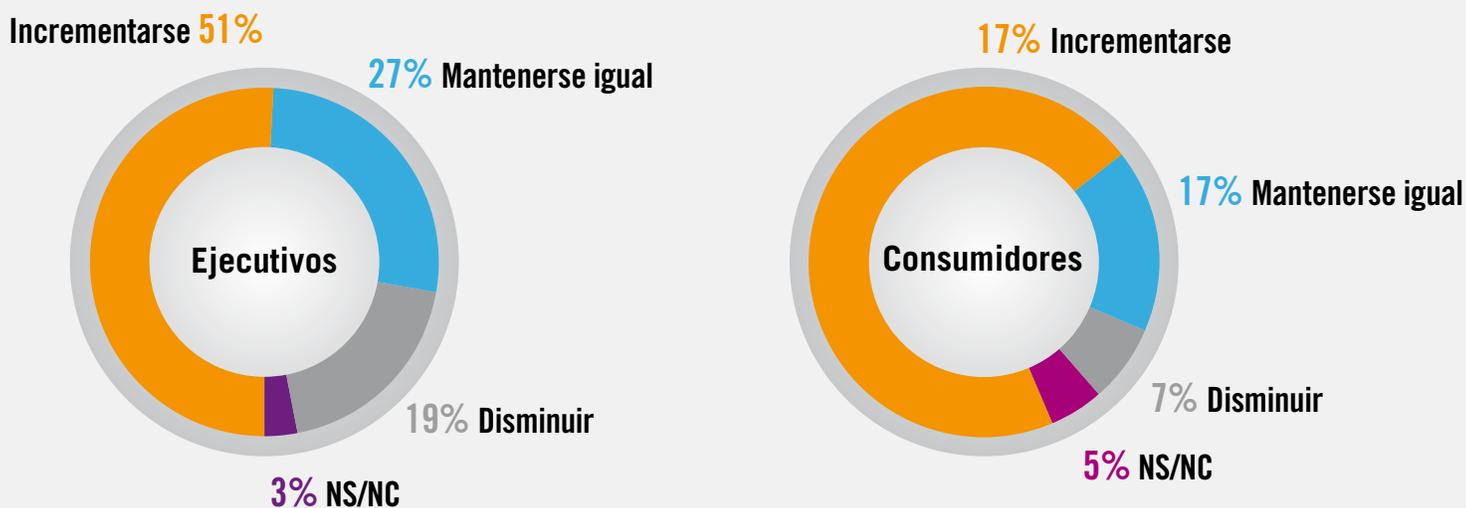


GRÁFICO N° 17

Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe:



Presentación del estudio

Presentamos este estudio sobre la percepción de ejecutivos de empresas y consumidores respecto al estado de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en América Latina. El objetivo es entregar información que sirva como disparador de nuevas reflexiones y debates sobre el rol de las empresas en la región y sobre cómo estos resultados nos ayudan en la tarea de seguir avanzando el tema en el continente.

El Estado de la RSE 2011 es un estudio cuantitativo que destaca la importancia de conocer en qué dimensiones de la RSE hay mayores o menores acuerdos sobre el avance logrado por las empresas que operan en la región. La mirada de los ejecutivos es clave, ya que de su diagnóstico, dependen los avances que se propongan lograr en sus operaciones. Pero la perspectiva del consumidor también es fundamental, si se considera que en América Latina parece estar cada vez más educada y más interesada en ser protagonista de lo que acontece en la sociedad en que vive.

Esta es la segunda versión del estudio cuya primera edición tuvo lugar en 2009. En dicha oportunidad 529 ejecutivos de 15 países respondieron la encuesta. Los resultados motivaron un debate

de gran calidad en los foros y seminarios internacionales donde fue presentado. Fue justamente en estas instancias en las que se recogió la idea de incluir la perspectiva de los consumidores. El estudio 2009 se constituyó en una experiencia inédita pues no existía un trabajo con semejante alcance. Sin embargo, adolecía de un sesgo marcado en los resultados: los ejecutivos opinaban sobre sus propios logros y el diseño de la investigación no permitía incluir otras opiniones. Entonces, surgió la idea de incorporar la voz del consumidor como un actor clave para las empresas, que con su experiencia bien puede colaborar a la hora de analizar cuál es el estado de la RSE en Latinoamérica.

La investigación es impulsada por la Red Forum Empresa que agrupa 21 entidades sin fines de lucro que promueven la RSE en 18 países del continente americano, reuniendo un total de 3.400 empresas. Dos fortalezas de esta red contribuyen en la producción de este estudio: por un lado, su amplio alcance que permite distribuir información (en este caso, la encuesta) a un gran número de empresas y por otro, la cultura colaborativa que impregna a la red, en la cual se unen esfuerzos locales bajo la certeza que el logro de un resultado regional brinda información importante para todos.

Propósito general del estudio:

- » Describir las percepciones de consumidores y ejecutivos sobre el estado de la RSE en América Latina.
- » Brindar información relevante a entidades que están promoviendo o aplicando estrategias de RSE para que sus propuestas puedan anclarse en datos concretos de la realidad de la región.
- » Aportar con datos cuantitativos el debate sobre la ruta de la RSE en América Latina.

Debido a la amplia cobertura de la red, la distribución del cuestionario entre ejecutivos de América Latina estaba casi asegurada. Sin embargo, la pregunta que surgió fue cómo acceder a consumidores dispuestos a completar el cuestionario. La respuesta a este desafío, una vez más, fue posible gracias a la cooperación que distingue a Forum Empresa. Así, para poder llegar a los consumidores se estableció una serie de alianzas con medios de comunicación y entidades de alcance regional quienes enviaron el cuestionario a sus bases de datos.

Finalmente, más de 3.200 personas completaron la encuesta. En concreto, 1.279 respuestas de ejecutivos y 1.927 respuestas de consumidores de 17 países de América Latina.

GRACIAS A TODOS LOS QUE COLABORARON. Esperamos que los resultados que encontramos e incluimos a continuación, los motiven a debatir, reflexionar y a seguir tomando las decisiones correctas para hacer de América Latina una región cada vez más verde, menos pobre y con más negocios.

Los cuestionarios utilizados

El presente estudio toma como punto de partida la guía ISO 26.000 para comprender qué es y qué temas incluye la Responsabilidad Social, a saber: “Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”

La primera versión del cuestionario que se construyó en 2009 fue elaborada considerando sólo los temas de la ISO 26.000 que se relacionaban con dimensiones definidas por Forum Empresa durante la ejecución del proyecto “Promoción de la RSE en las Américas” (2004-2008), a saber:

- Toma de decisiones y transparencia.
- Relaciones con la comunidad.
- Medio ambiente.
- Consumidores y/o usuarios.
- Relación con los trabajadores.

Dichas dimensiones fueron definidas por los integrantes de la Red Forum Empresa como los temas más relevantes para la realidad de América Latina y por ello, se incluyeron en el cuestionario. A su vez, cada una de estas dimensiones se completó con ítems que fueron desarrollados utilizando la sección de “Acciones y expectativas relacionadas” de la ISO 26.000, versión de diciembre de 2008.

En 2011 con la versión definitiva de la guía ISO 26.000 se actualizó el cuestionario para ejecutivos. Para dichos efectos se realizó una revisión total de la guía aprobada con el fin de integrar la mayor cantidad de aspectos vinculados a “Acciones y expectativas relacionadas”. El cuestionario para consumidores se construyó con los mismos ítems que el cuestionario para ejecutivos, pero colocando un lenguaje más simple y excluyendo aquellos aspectos que hacían referencia a temas de la gestión interna de la empresa, y que por lo tanto, no podrían ser respondidos por los consumidores. La inclusión de los nuevos ítems se hizo considerando los criterios que se mencionan a continuación:

Criterios de selección de ítems 2011 (en base a la sección “Acciones y expectativas asociadas de los temas fundamentales” de la ISO 26.000):

- Que la afirmación especifique una buena práctica concreta que la empresa puede realizar. No se incluyen ítems generales, como por ejemplo: "Usar eficientemente los recursos financieros, naturales y humanos; crear un ambiente que practique los principios de la RSE".
- Que la afirmación tenga relación con una buena práctica sustancial y relevante. No se incluyen ítems como por ejemplo: "Llevar el registro de las decisiones tomadas; revisar frecuentemente los procesos de gobernanza".
- Que la afirmación sea pertinente a una empresa privada, y no refiera a otro tipo de organizaciones que se incluyen en la guía.
- Que la afirmación tenga una terminología y haga referencia a una acción que sea común para interlocutores de América Latina. Estos ítems se validan a través del panel de expertos.
- Que la afirmación sea factible de cuantificar, y por lo tanto, pueda ser incluida en un estudio cuantitativo.
- Que la afirmación no sólo refleje una acción deseada. No se incluyen ítems que enuncien juicios de valor, como por ejemplo: "La organización debería".
- Que la afirmación no esté incluida en otras afirmaciones más amplias. Por ejemplo, "Proporciona condiciones favorables para la libertad de asociación y la negociación colectiva de los trabajadores" contiene a la afirmación: "No obstruir a los trabajadores que busquen formar sus propias organizaciones o unirse a negociar colectivamente".
- Que la afirmación no haga referencia a aspectos regulados por ley y que son obligatorios.
- En el caso del cuestionario para consumidores, también se excluyen todas las afirmaciones que por su complejidad requerían un mayor conocimiento sobre las operaciones internas de las empresas, y que, por lo tanto, hacen necesaria mayor información que aquella que el consumidor tiene. Por ejemplo: "Cuentan con criterios formales para definir la financiación o apoyo a candidatos políticos."

La medición se realizó por medio de variables dicotómicas (SÍ- NO-NS/NC), variables categóricas (de respuesta única y múltiple) y variables ordinales o de escala. Para obtener información acerca del nivel o puntaje alcanzado de RSE se utilizaron escalas likert de 5 categorías. A modo de ejemplo, para cuantificar la dimensión "Toma

de decisiones y transparencia” se presentó a los encuestados una serie de ítems relacionados con 5 posibilidades de respuesta (Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en acuerdo ni en desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de acuerdo / NS/NC), entre otros: “Esta empresa...: incluye a representantes sindicales en su junta o consejo directivo, implementa un procedimiento anónimo de denuncia de la corrupción y los sobornos, cuenta con criterios formales para definir la financiación o apoyo a candidatos políticos, etc”.

Algunos ítems de la dimensión “Relaciones con la comunidad” son: “Esta empresa...: realiza inversiones para contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades donde opera, invita a la comunidad a participar en el diseño e implementación de los proyectos de inversión social, participa en actividades que mejoren la calidad de la educación en la comunidad, entre otros”.

Es importante considerar que para la validación de los dos cuestionarios se utilizó a un panel de expertos internacionales que realizaron sugerencias para ambos instrumentos. A través de esta vía, se insertaron preguntas que no estaban en la ISO 26.000 pero que el panel consideró de interés, por ejemplo, las preguntas sobre

nivel de confianza en los sectores y opinión sobre la legislación de los países. Asimismo, una sugerencia por parte del panel fue la inclusión de un ítem que permitiera distinguir el “Nivel de RSE” del total de empresas participantes de aquellas incluidas en el ranking de las 500 empresas más grandes de América Latina, publicado en 2011 por América Economía¹. De esta forma, en los resultados se pueden encontrar algunas comparaciones, aún cuando son pocas las empresas que indicaron haber sido mencionadas en dicho ranking. El listado de estas empresas por país se encuentra en la sección del Anexo Metodológico.

El panel de expertos se conformó con los representantes de los miembros del Comité Asesor del Estudio y de las Entidades Adherentes al estudio.

En síntesis, los cuestionarios incluyen los siguientes aspectos:

- Dimensiones de RSE:
 - » Toma de decisiones y transparencia (incluye prácticas justas de operación).
 - » Relación con la comunidad.
 - » Medio ambiente.
 - » Consumidores o usuarios.
 - » Relación con los trabajadores.
- Estrategias de difusión de información sobre la RSE de la empresa.

1. Mas información en <http://rankings.americaeconomia.com/2010/500/>

- Capacidad instalada en la empresa para el avance de la RSE.
 - » Reportes de sostenibilidad.
 - » Adhesión a estándares internacionales.
 - » Cargo específico sobre RSE.
 - » Adhesión a una entidad promotora de RSE.
 - » Entorno Latinoamericano y conocimiento sobre RSE. Nivel de confianza en los distintos sectores (sólo para consumidores).
 - » Opinión sobre la legislación en temas sociales y medioambientales.
- Prácticas de consumo responsable (sólo para consumidores).
- Información sobre la empresa: actividad económica, cantidad de trabajadores, pertenencia al ranking de las 500 más grandes.

La distribución de los cuestionarios se realizó por email con un link a la plataforma de internet “surveymonkey” que alojó versiones en español y en portugués de las encuestas para ejecutivos y consumidores. La invitación a participar del estudio se envió tanto a las entidades y empresas miembro de la red, como a los medios de comunicación aliados e instituciones adherentes. Todos ellos reenviaron la convocatoria a sus respectivas bases de datos.



Estado de la RSE en América Latina: Percepciones de ejecutivos y consumidores - 2011

Estado da RSE na América Latina: Percepções dos executivos e consumidores - 2011

El Estado de la RSE en América Latina -2011 Consumidor
O Estado da RSE na América Latina - 2011

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

“Las empresas de mi país...”

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de Acuerdo	NG/NC
Realizan inversiones para que las comunidades adquieran capacidades para planear, administrar recursos, evaluar, negociar y cooperar con otros actores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultan a la comunidad para determinar las prioridades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Para conocer los cuestionarios utilizados, por favor consulte el Anexo Anexo I: Metodología del estudio (página 49).

Ficha técnica del estudio

Metodología	Cuantitativa
Diseño del estudio	No experimental, correlacional - longitudinal
Ámbito geográfico	17 países de América Latina
Técnica de recolección de datos	Encuesta auto aplicada vía internet
Población	Ejecutivos de empresas y consumidores de América Latina
Fecha de recolección de datos	Desde el 1 de agosto al 15 de septiembre de 2011
Técnica de muestreo	No probabilística por accesibilidad
Muestra	3.206 casos: 1.279 ejecutivos y 1.927 consumidores

¿Cómo interpretar los datos? Un aspecto clave para la interpretación de los datos es advertir que la técnica de muestreo es no probabilística por conveniencia, con lo cual, los resultados reflejan la mirada de ejecutivos y consumidores que completaron los cuestionarios. Por lo tanto, la extrapolación de los datos al conjunto de empresas de Latinoamérica debe realizarse con cautela.

Por otra parte, este estudio es de percepción. Visitar a las empresas de la región para constatar el nivel de avance de cada una de ellas

resultaría una tarea imposible y poco eficiente en términos de costo - beneficio. Otras alternativas, como la revisión de los reportes de sustentabilidad implicarían un estudio de menor alcance. De este modo, cuando nos planteamos describir el estado de la RSE en América Latina, por el momento, contamos con las percepciones de ejecutivos y consumidores, confiando en que ambos grupos respondieron con datos objetivos pero entendiendo, a la vez, que sus deseos y aspiraciones pueden haber influido en sus respuestas y por lo tanto, en los resultados de este estudio.

¿Quiénes son los ejecutivos y consumidores que respondieron los cuestionarios?

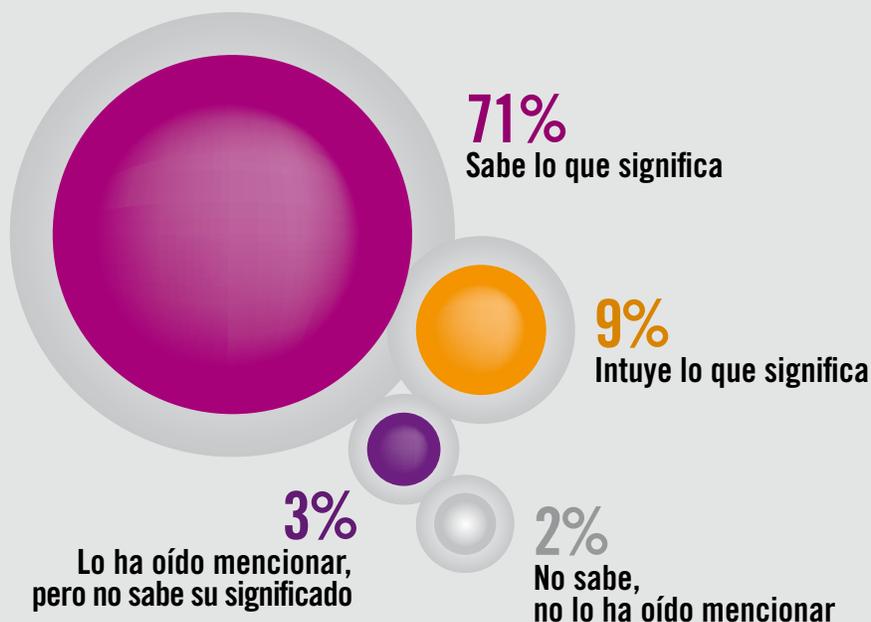
La cantidad total de ejecutivos y consumidores que respondieron esta encuesta por país se encuentra a continuación:

Nº	País	Ejecutivos/Total	Consumidores/Total
1	Argentina	254	450
2	Bolivia	11	25
3	Brasil	54	79
4	Chile	112	136
5	Colombia	192	435
6	Costa Rica	101	71
7	Ecuador	56	51
8	El Salvador	24	45
9	Honduras	47	30
10	México	125	248
11	Nicaragua	15	29
12	Panamá	23	15
13	Paraguay	41	47
14	Perú	77	115
15	Puerto Rico	0	4
16	Uruguay	66	67
17	Venezuela	57	65
18	Otro	24	15
	TOTAL	1279	1927

3.200 personas completaron la encuesta

GRÁFICO N° 1

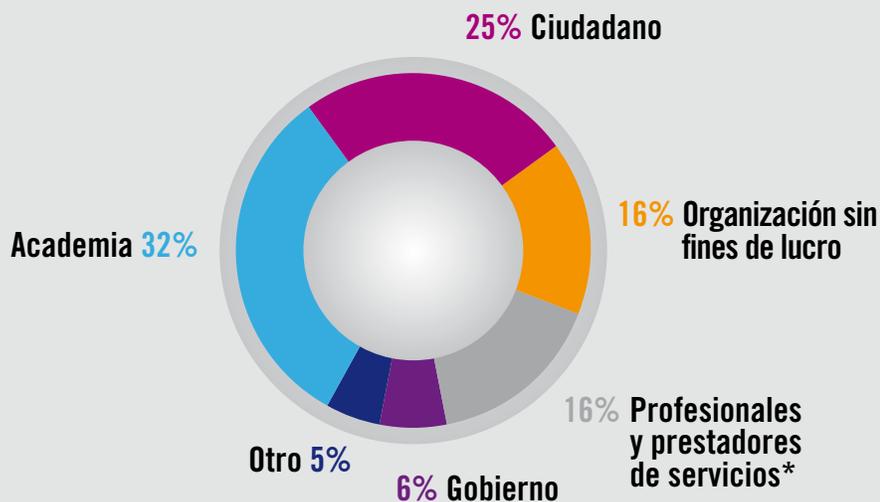
En el mundo empresarial, hoy se suele utilizar el término "Responsabilidad Social Empresarial" (o "Responsabilidad Social Corporativa"), ¿Ha oído alguna vez esta expresión?

**Características de los consumidores:**

En el cuestionario para consumidores se indicó: "Ud. responde como consumidor de productos y servicios que se venden en América Latina". En este punto cabe resaltar que el 70% dijo saber qué significa la RSE, por lo tanto, el estudio refleja la opinión de consumidores que están formados en el tema- gráfico N° 1. Asimismo, es posible ver en el gráfico N° 2, que el 31% pertenece a la academia y el 25% se define como ciudadano sin identificarse con otro sector o categoría.

GRÁFICO N° 2

¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor el sector al que usted pertenece?



* Dentro de la categoría "Profesionales y prestadores de servicios" se incluyen a consultores, periodistas, abogados, etc.

Características de los ejecutivos:

En el caso del cuestionario para ejecutivos se incluyó una introducción que indicaba: Pueden responder empresas de todos los tamaños, industrias y niveles de RSE:

- Responde una persona por empresa, cada empresa decide quien responde. La encuesta reconoce el IP de su computador.
- En el caso de multinacionales, el ejecutivo responde por la filial de su país.
- En caso de empresas con más de una operación / unidad de negocios en un país, responde un ejecutivo por cada operación / unidad de negocio de la empresa.

Como resultado del estudio, interesa destacar algunas características de los ejecutivos que respondieron la encuesta. Como se advierte en el gráfico N° 3, la mayoría de los ejecutivos que respondieron la encuesta son gerentes de área o jefes de unidad y tienen entre 5 y 10 años de vinculación con el tema de la RSE- gráfico N° 4.

GRÁFICO N° 3

¿Qué cargo ocupa Ud. dentro de su empresa?



GRÁFICO N° 4

¿Cuánto tiempo ha estado vinculado o estudiando temas de RSE?

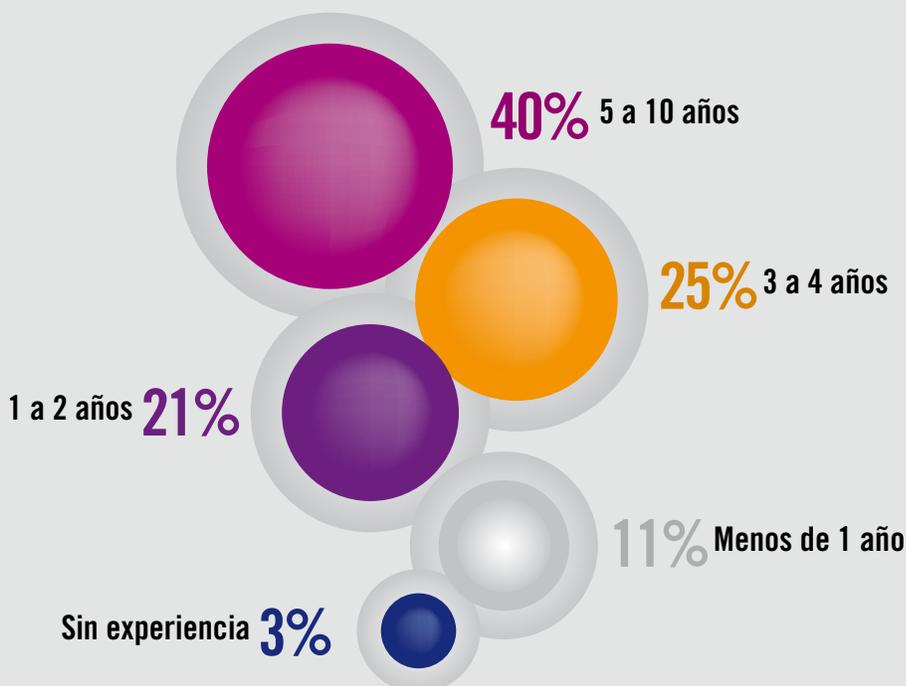


GRÁFICO N°5

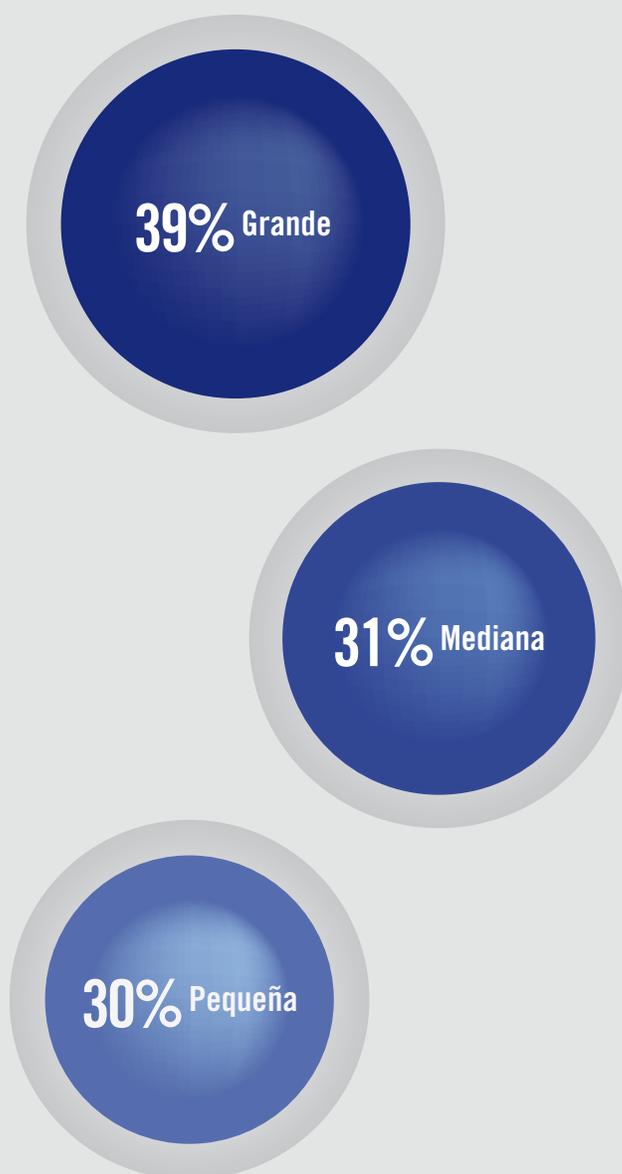
Cantidad de trabajadores de su empresa.

La clasificación incluyó:

Empresas Grandes: Más de 500 trabajadores

Medianas: entre 51 y 500 trabajadores

Pequeñas: Menos de 50 trabajadores.



Tamaño de las empresas participantes: Las empresas participantes corresponden a compañías de diversos tamaños, conformando una muestra balanceada de empresas grandes, medianas y pequeñas-gráfico N° 5.

Actividad económica de las empresas del estudio:

Las actividades económicas incluidas en el estudio fueron organizadas según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme CIIU², y luego agrupadas en 3 categorías para facilitar el análisis de la información.

Industria	Construcción
	Energía (electricidad, gas, y petróleo)
	Minería
	Transporte y almacenamiento
	Sanitarias
Servicios	Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas
	Comunicaciones
	Educación, salud, y servicios sociales
	Servicios empresariales (seguros, asesoramientos)
	Servicios financieros y bancarios
Comercio	Turismo, hoteles y restaurantes
	Agricultura, ganadería, pesca
	Comercio
	Manufacturas (alimenticios y bebidas, tabaco, textiles, cueros, papel, químicos, plástico, maquinaria, aparatos eléctricos, vehículos, reciclaje)
	Multi marcas- retail

2. Más información sobre la clasificación en:
<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?cl=2&lg=3>

A continuación se puede ver la distribución de las empresas participantes en el estudio según actividad económica. El gráfico N° 6 muestra una mayoría de empresas del sector servicios, comercio y un porcentaje más bajo del sector industria. En servicios, la mayoría de las empresas son del rubro educación, salud, servicios sociales, y servicios empresariales (consultores, etc). En el grupo de empresas de comercio, la mayoría de son manufacturas- gráfico N° 7. La distribución porcentual de las empresas en las demás actividades fue similar.

GRÁFICO N°6

Principal actividad económica de la empresa (agrupada).

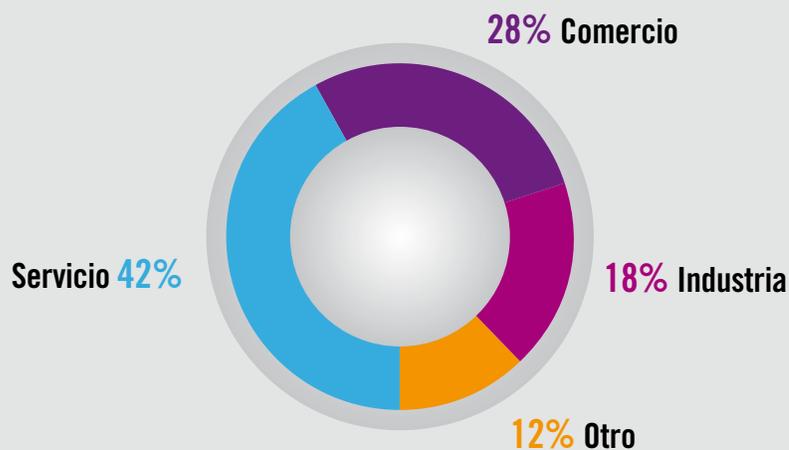
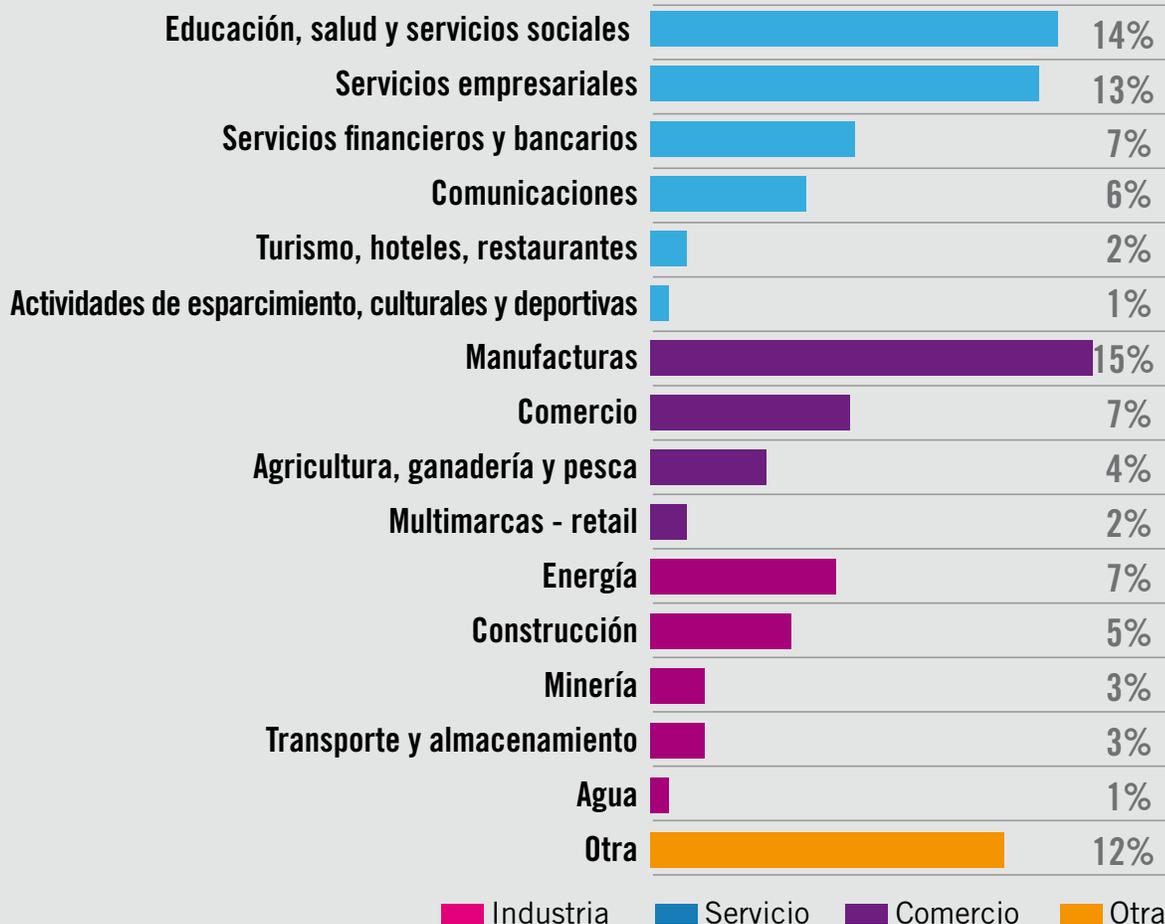


GRÁFICO N°7

Principal actividad económica de la empresa.



Estado de la RSE y sus Dimensiones

Nivel de RSE de las empresas participantes según ejecutivos y consumidores:

El "Nivel de RSE" es una variable construida por el promedio de los promedios de las dimensiones de RSE analizadas. Como se puede advertir en el gráfico N° 8, existe una gran diferencia de percepción entre los consumidores y los ejecutivos. Los ejecutivos asignan a sus propias empresas un puntaje de 73% mientras los consumidores les asignan 53%. Con relación al "Nivel de RSE" según ejecutivos del año 2009 (75%) se puede advertir una leve disminución en 2011 (73%), que podría interpretarse como un aumento en la capacidad de autocrítica del sector- gráfico N° 9.

GRÁFICO N° 8

"Nivel de RSE" según ejecutivos y consumidores.

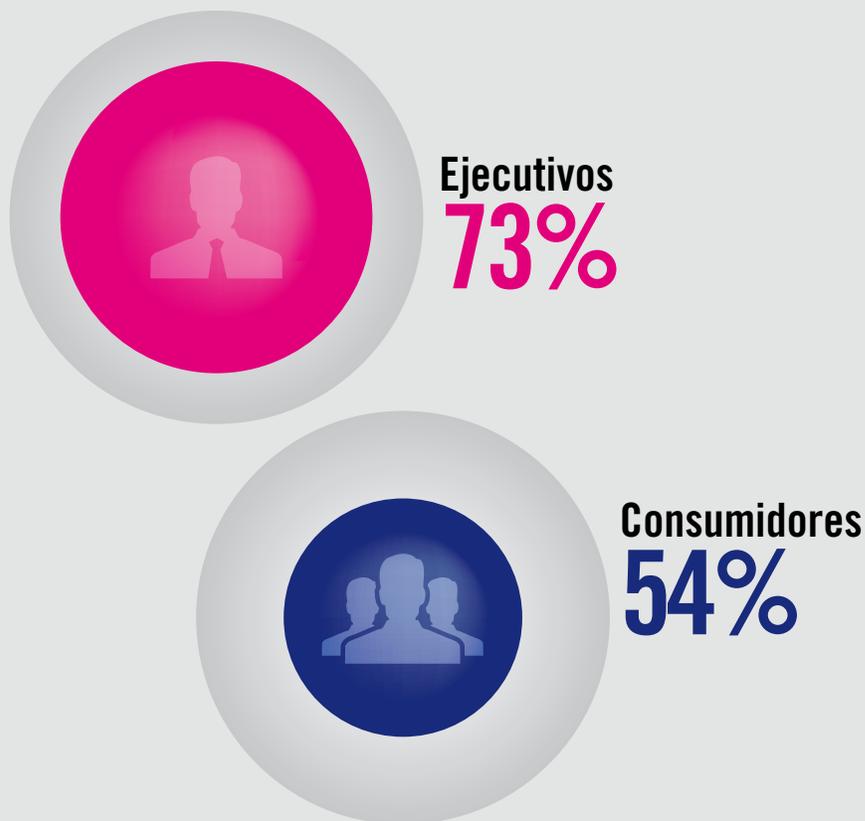


GRÁFICO N° 9

Comparación de "Nivel de RSE" año 2009 y 2011. Sólo Ejecutivos.

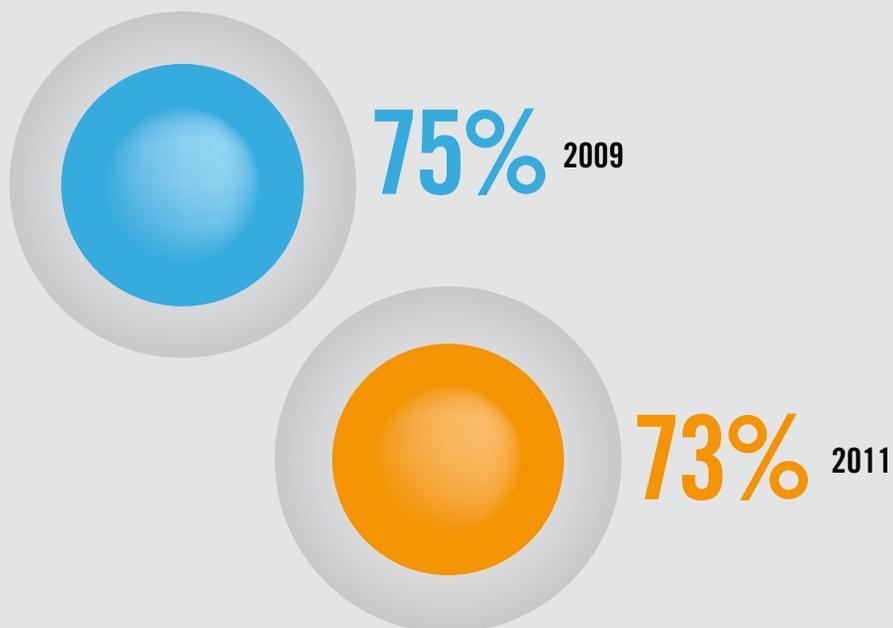


GRÁFICO N° 10

“Nivel de RSE” de empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de América Latina.

- Dentro del Ranking
- Fuera del Ranking
- Brecha de percepción entre ambos

Panamá**Colombia****Argentina****México****Chile**

Nivel de RSE de las empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de América Latina:

El gráfico N°10, muestra diferencias en el “Nivel de RSE” alcanzado por las empresas dentro y fuera del ranking de las 500 más grandes de la región, según América Economía. Se encontraron diferencias de 15 puntos (en una escala de 0 a 100) en Panamá, 13 puntos en el caso de Colombia, 11 puntos en el caso de Argentina, y puntajes más bajos para México y Chile. Estas diferencias dan a entender que los ejecutivos de las empresas que se encuentran dentro del ranking poseen un grado de acuerdo más alto (es decir, una percepción más favorable) acerca del “Nivel de RSE” en sus empresas, en comparación con los ejecutivos de las demás empresas.

Nivel de RSE de las empresas según actividad económica:

Como se advierte en el gráfico N° 11, la percepción sobre el "Nivel de RSE" en las empresas de los tres grupos de actividades es bastante similar en los años 2009 y 2011 según la mirada de los ejecutivos. La diferencia más interesante se produce cuando se comparan estas visiones con la perspectiva del consumidor, donde se producen brechas de 20 puntos de diferencia en los tres sectores: servicios, comercio e industria.

GRÁFICO N° 11

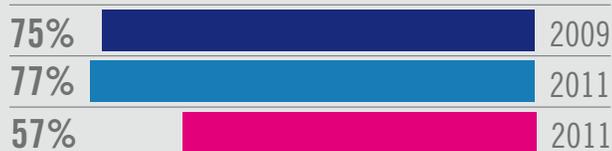
"Nivel de RSE" por actividad económica.

- Ejecutivos 2009
- Ejecutivos 2011
- Consumidores 2011

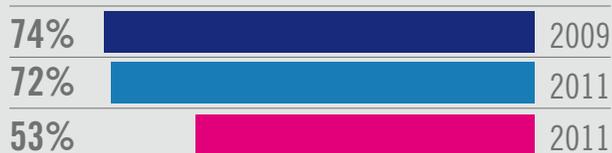
Industria



Comercio



Servicio



Percepción sobre el Nivel de RSE de las empresas por actividad económica:

En el gráfico N° 12 se incluye la percepción de los ejecutivos sobre el "Nivel de RSE" de sus empresas. En este caso, los ejecutivos que mejor evaluaron a sus empresas

corresponden a los sectores multi marcas- retail, agricultura, ganadería y pesca, construcción y manufacturas. En la sección de abajo, los consumidores indicaron según su opinión cuáles son los sectores económicos más socialmente responsables. En

este caso, se valoró con mayor RSE a agricultura, ganadería y pesca, transporte, comercio y manufacturas. Un dato a considerar es que para los consumidores el sector de las multi marcas- retail está en el último lugar.

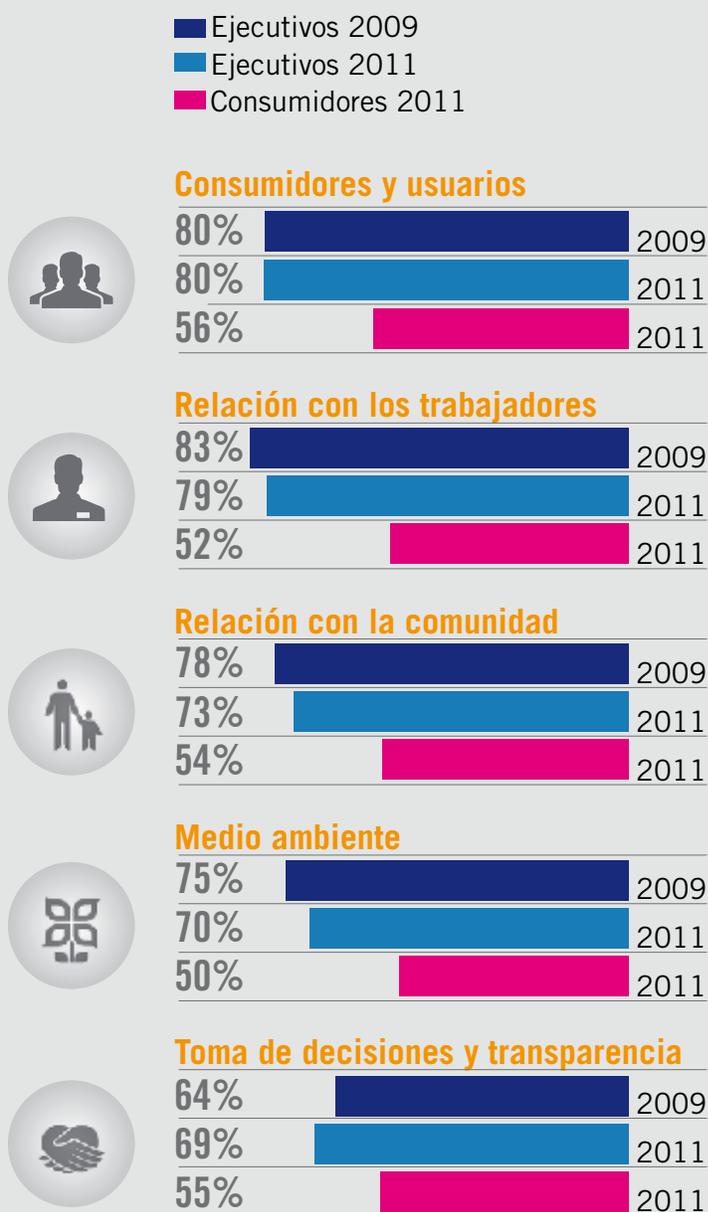
GRÁFICO N° 12

Percepción sobre el "Nivel de RSE" de las empresas por actividad económica.



GRÁFICO N° 13

Dimensiones de RSE según consumidores y ejecutivos.

**Resultados por dimensión de RSE:**

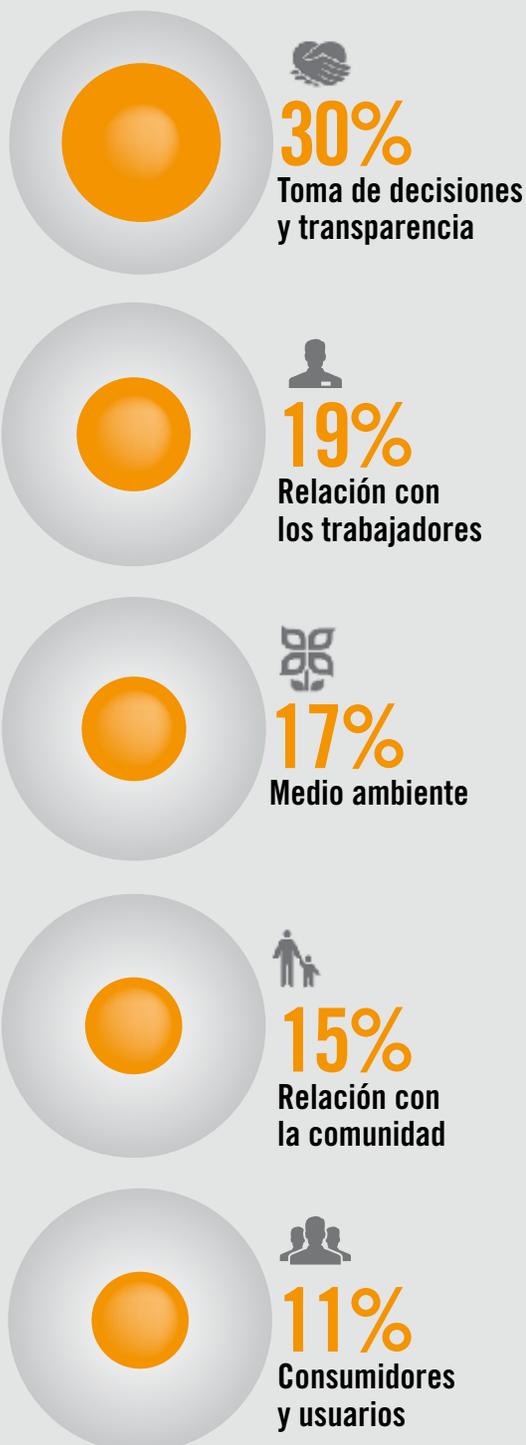
Al ahondar en el análisis por dimensiones de la RSE, se puede advertir que la dimensión “Consumidores y usuarios” fue la mejor evaluada tanto por ejecutivos como consumidores en 2011- gráfico N° 13. En segundo lugar, se encuentra la “Relación con los trabajadores”, que fue la mejor evaluada en 2009. “Toma de decisiones y transparencia” continúa siendo la peor evaluada desde 2009. Sin embargo, como es posible advertir en el gráfico N° 14, que muestra los resultados de la pregunta: ¿Con qué temas relaciona la RSE? (realizada a los consumidores), el primero en la lista es “Toma de decisiones y transparencia”. Este aspecto no es menor y apoya con datos cuantitativos el argumento que indica la importancia de avanzar en acciones concretas respecto de quienes toman las decisiones en las empresas, con qué criterios lo hacen, y cómo estas decisiones están apoyando el desarrollo de la región. En “Toma de decisiones y transparencia” también están incluidas las acciones de lucha contra la corrupción que están implementando las compañías, temas en los cuales, aún queda un largo camino por recorrer.

30%

Toma de decisiones y transparencia fue la mejor evaluada cuando preguntamos a los consumidores.

GRÁFICO N° 14

¿Con qué temas relaciona la RSE? Sólo consumidores.



Brechas de percepción sobre las dimensiones de RSE:

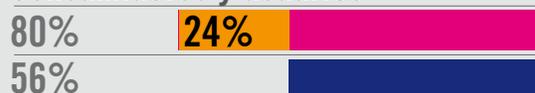
En el gráfico N° 15, se destacan las brechas de percepción entre ejecutivos y consumidores sobre las dimensiones de RSE y con ello, se visualiza en qué aspectos hay más y menos consenso respecto de la situación de estas dimensiones en la región. En la dimensión vinculada a "Relación con los trabajadores" los ejecutivos y trabajadores difieren en 27 puntos sobre 100 respecto de la situación del tema en la región. En segundo lugar, se encuentra el tema "Consumidores y usuarios", en que se advierte una brecha de 24 puntos sobre 100 de diferencia en la percepción de ejecutivos y consumidores. El mayor grado de consenso entre consumidores y ejecutivos está en la dimensión "Toma de decisiones y transparencia", aún cuando –como se mencionó con anterioridad- es percibida como más deficiente a nivel regional por ambos actores.

GRÁFICO N° 15

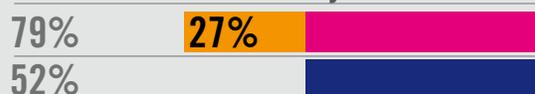
Brechas de percepción entre ejecutivos y consumidores en las dimensiones de RSE analizadas. Porcentajes asignados a cada dimensión de RSE.

■ Ejecutivos
■ Consumidores
■ Brecha de percepción entre ambos

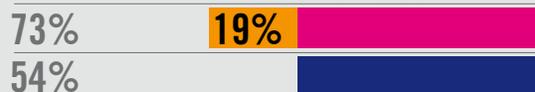
Consumidores y usuarios



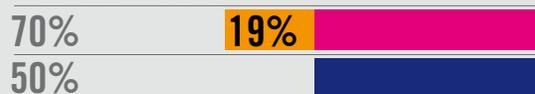
Relación con los trabajadores



Relaciones con la comunidad



Medio ambiente



Toma de decisiones y transparencia

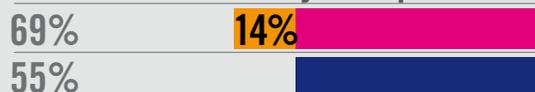
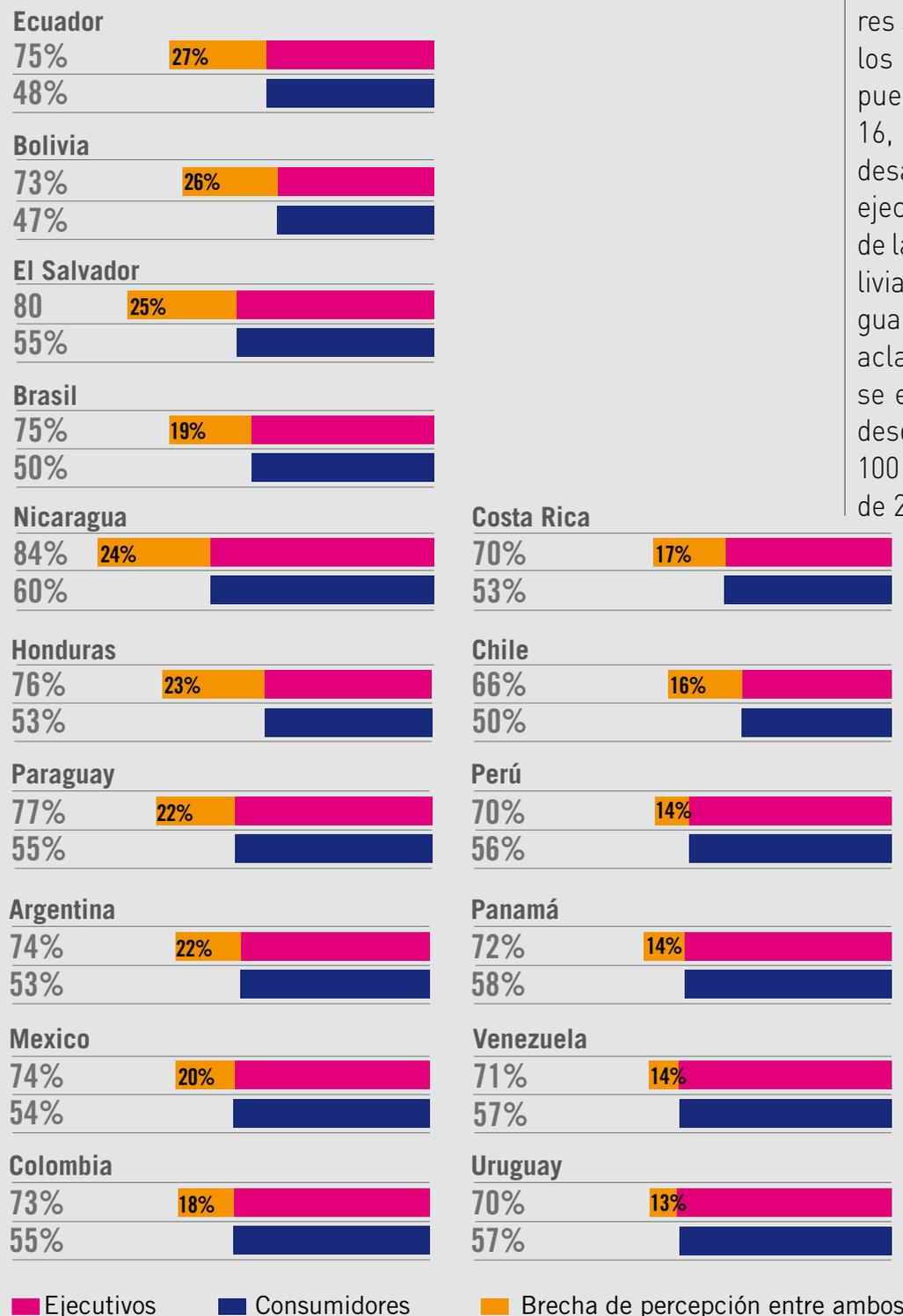


GRÁFICO N° 16

Brechas de percepción entre ejecutivos y consumidores sobre "Nivel de RSE" por país.



Brechas de percepción sobre el nivel de RSE por país:

También se ahondó en las brechas de percepción entre ejecutivos y consumidores sobre el "Nivel de RSE" según los países del estudio. Como se puede observar en el gráfico N° 16, los países donde hay mayor desacuerdo entre consumidores y ejecutivos sobre el "Nivel de RSE" de las empresas son Ecuador, Bolivia, El Salvador, Brasil, Nicaragua y Honduras, entre otros. Cabe aclarar, que en todos los países se encontraron brechas que van desde 13 puntos en una escala de 100 (Uruguay), hasta una brecha de 27 puntos (Ecuador).

Avance en el desempeño de las empresas en comparación a 2009:

Un aspecto positivo se muestra en el gráfico N° 17, ya que el 55% de los consumidores piensa que la implementación de RSE por parte de las empresas ha mejorado, y un 31% que se ha mantenido. En el gráfico N° 18, se advierte que tanto ejecutivos como consumidores consideran más avanzadas a las empresas multinacionales en comparación con las nacionales. Sin embargo, en el gráfico N° 19 se advierte que tanto consumidores como ejecutivos consideran que en los últimos dos años las empresas nacionales han mejorado más que las filiales de multinacionales. Incluso, el porcentaje de personas que piensan que el desempeño de las multinacionales ha empeorado (7%) es mayor a quienes opinan lo mismo de las empresas nacionales (5%), lo que refleja una leve tendencia a nivel regional a valorar positivamente los avances de las empresas locales, a pesar de la percepción general que apoya el desempeño en RSE de las filiales de multinacionales más que de las empresas nacionales.

GRÁFICO N° 17

¿Cómo considera el desempeño de las empresas de su país en RSE a comparación a dos años atrás? Sólo consumidores.

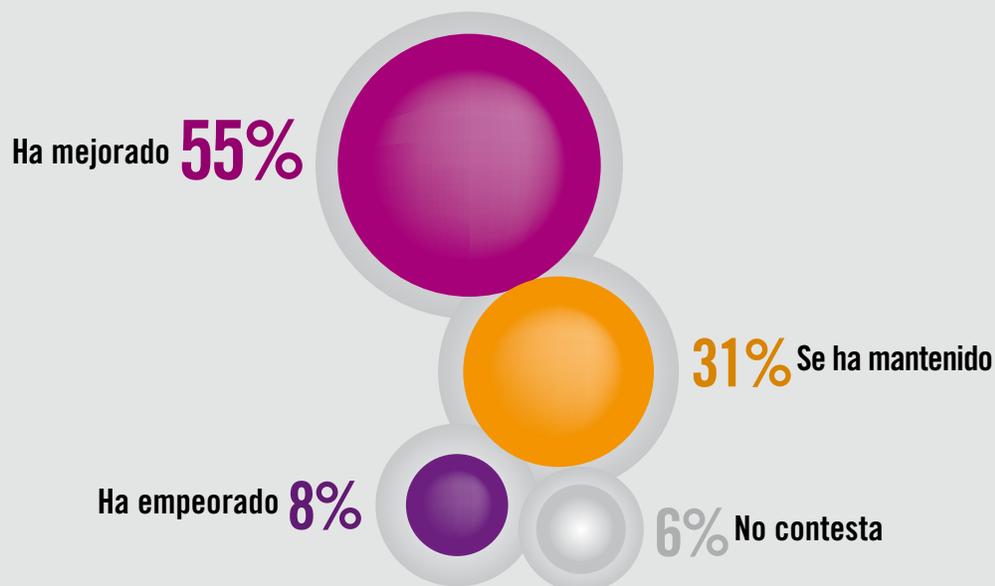
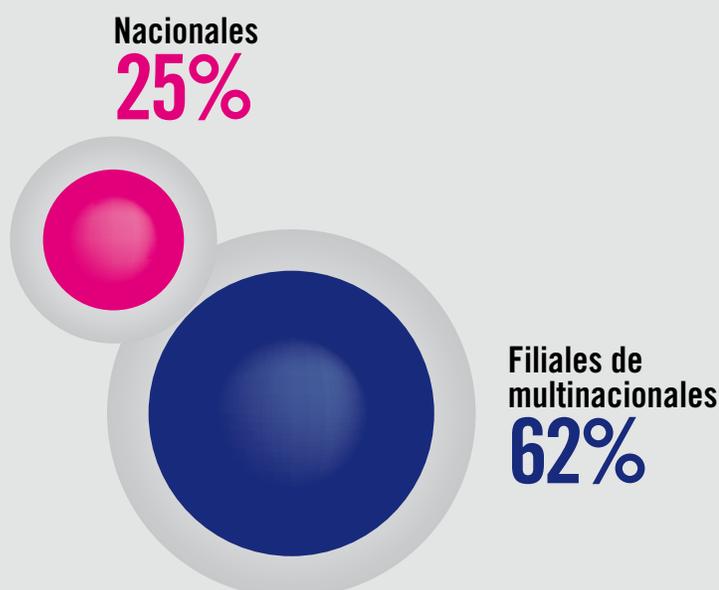


GRÁFICO N° 18

Ud. considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son: Percepción de ejecutivos y de consumidores.

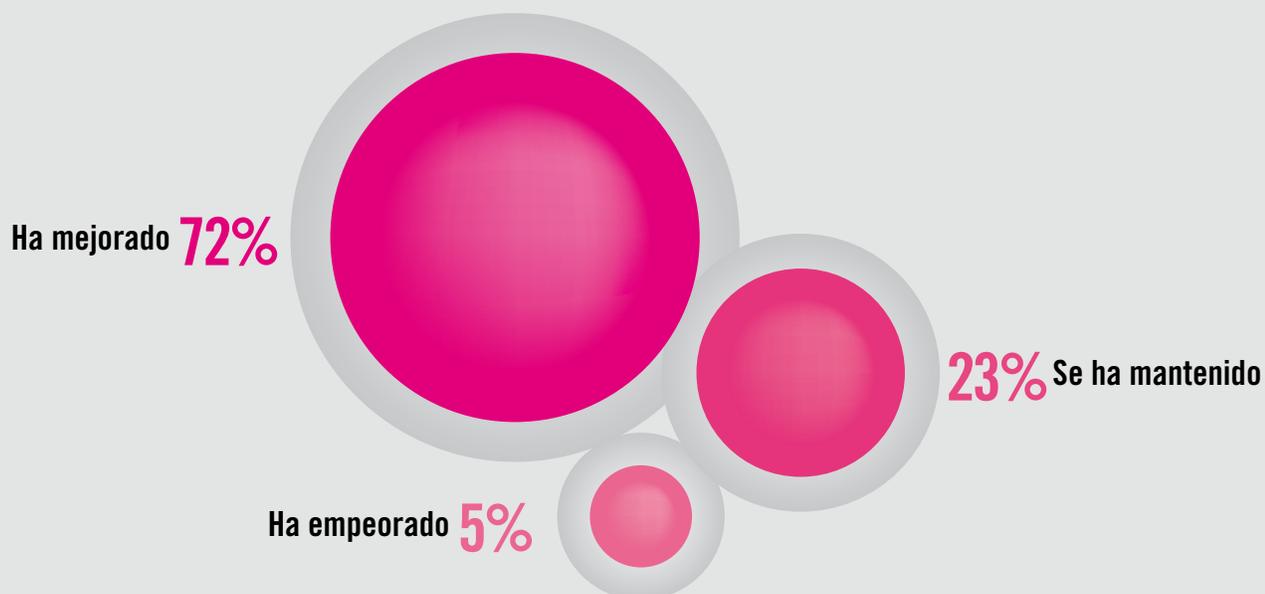


Se excluyeron las respuestas NS/NC

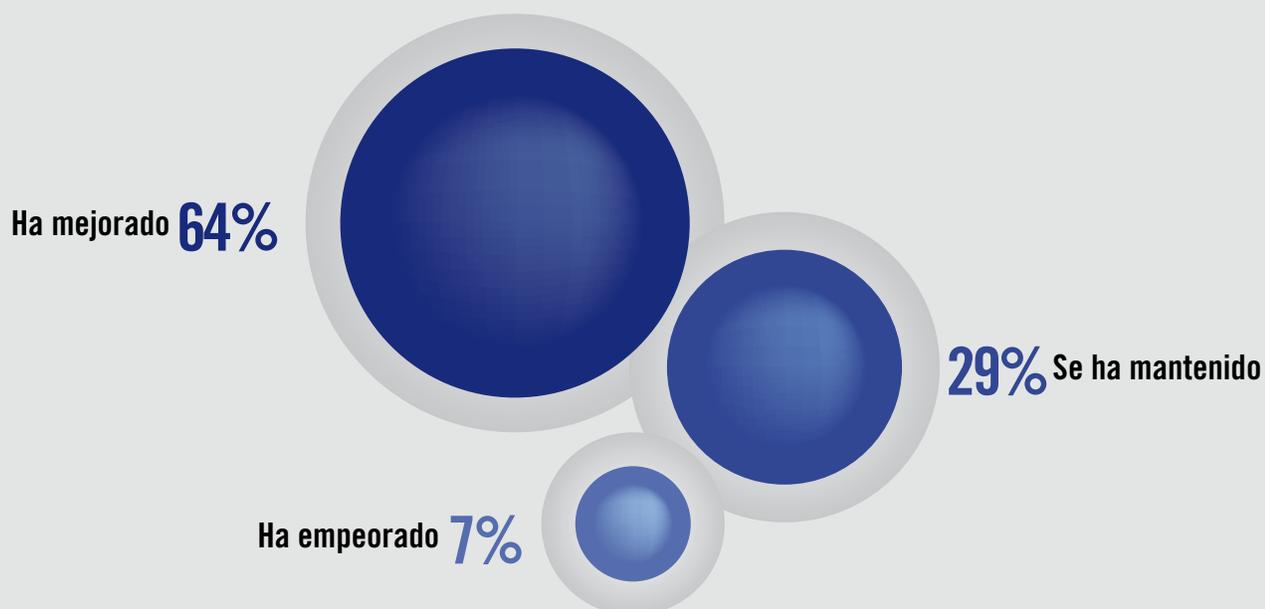
GRÁFICO N° 19

¿Cómo se han comportado las empresas en los últimos dos años?. Percepciones de ejecutivos y consumidores.

Nacionales



Filiales de Multinacionales



Capacidad instalada en las empresas para la implementación de RSE

GRÁFICO N° 20

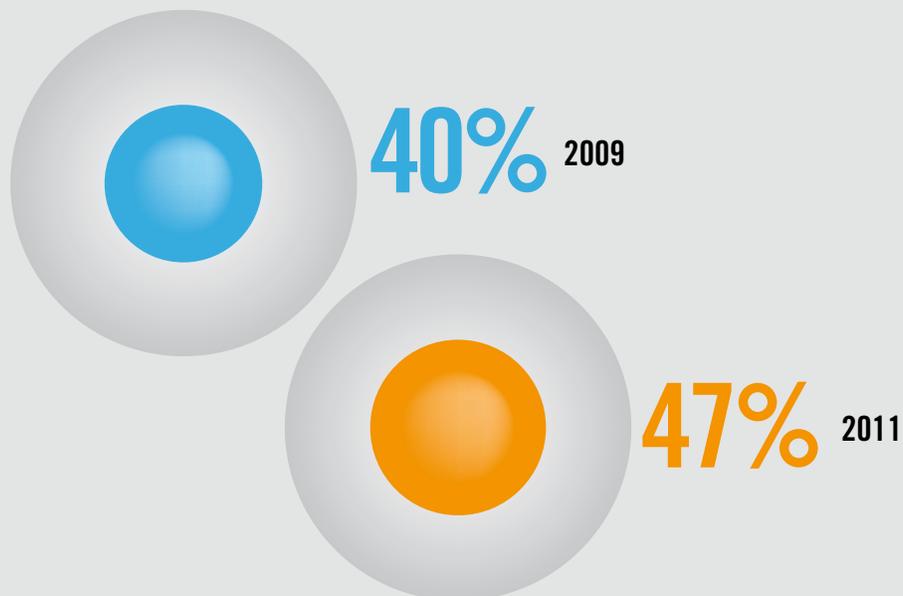
¿Su empresa publica reportes de sustentabilidad?



Reportes de sustentabilidad: A continuación es posible visualizar el gráfico N° 20 que indica la cantidad de reportes que se mencionaron según país, siendo Colombia, Argentina y México en los que se encontraron más cantidad de reportes de sustentabilidad. El gráfico N° 21 muestra un leve aumento del número de empresas que publicaron reportes de sustentabilidad en 2009 (40%) en comparación al 2011 (47%), es decir, casi la mitad de las empresas que participaron en el estudio en 2011 publica su reporte de sustentabilidad. Tal como aparece en el gráfico N° 22, el 68% de los ejecutivos afirma que en su elaboración se utiliza la metodología GRI, mientras que el 65% indica que las empresas incorporan a sus grupos de interés en la elaboración y/o revisión de dichos reportes- gráfico N° 23. En los gráficos N° 24 y N° 25, se puede observar que los países de mayor uso de la metodología GRI son Chile, El Salvador, Argentina y Panamá, y aquellos donde más se integra a los grupos de interés en el proceso de reportar son Panamá, Honduras y El Salvador.

GRÁFICO N° 21

¿Su empresa publica reportes de sustentabilidad? Comparación con 2009.

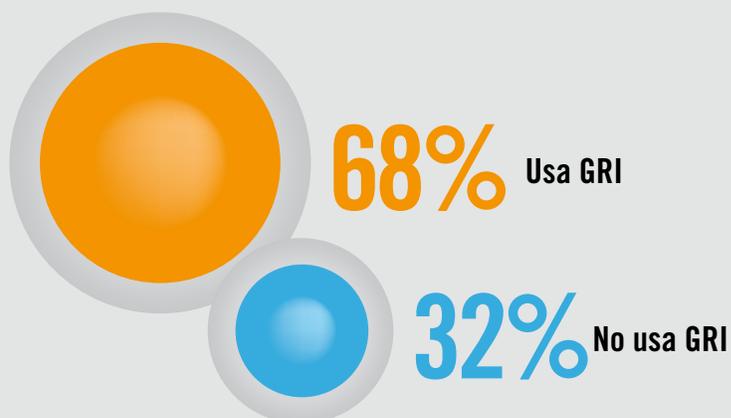


2011

leve aumento en el número de empresas que publican reportes de sustentabilidad.

GRÁFICO N° 22

Empresas que utilizan metodología GRI. Año 2011.

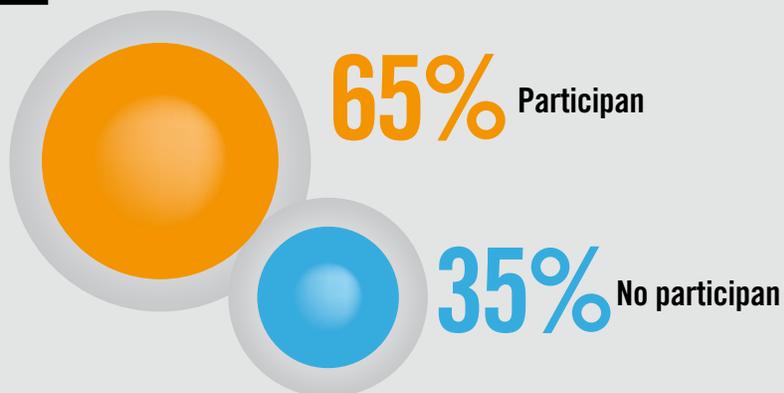


68%

de los reportes se basa en la metodología GRI.

GRÁFICO N° 23

Empresas que incorporan a sus grupos de interés en la elaboración de reportes. Año 2011.



65%

incorpora a sus grupos de interés en su elaboración y/o revisión.

GRÁFICO N° 24

Empresas que utilizan metodología GRI, por país.

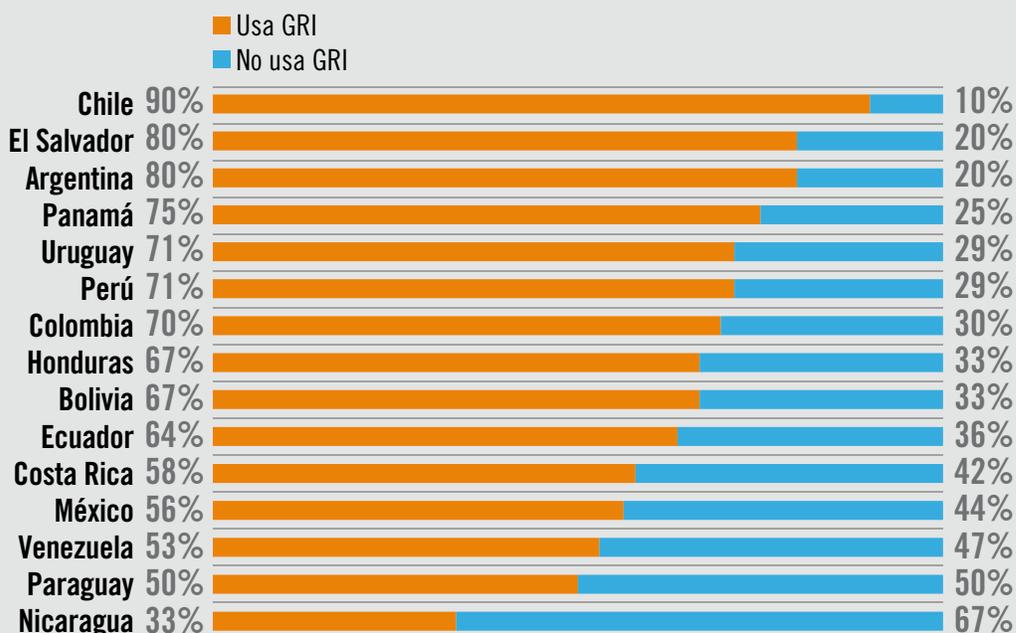


GRÁFICO N° 25

Empresas que incluyen a sus grupos de interés en la elaboración de los reportes, por país.

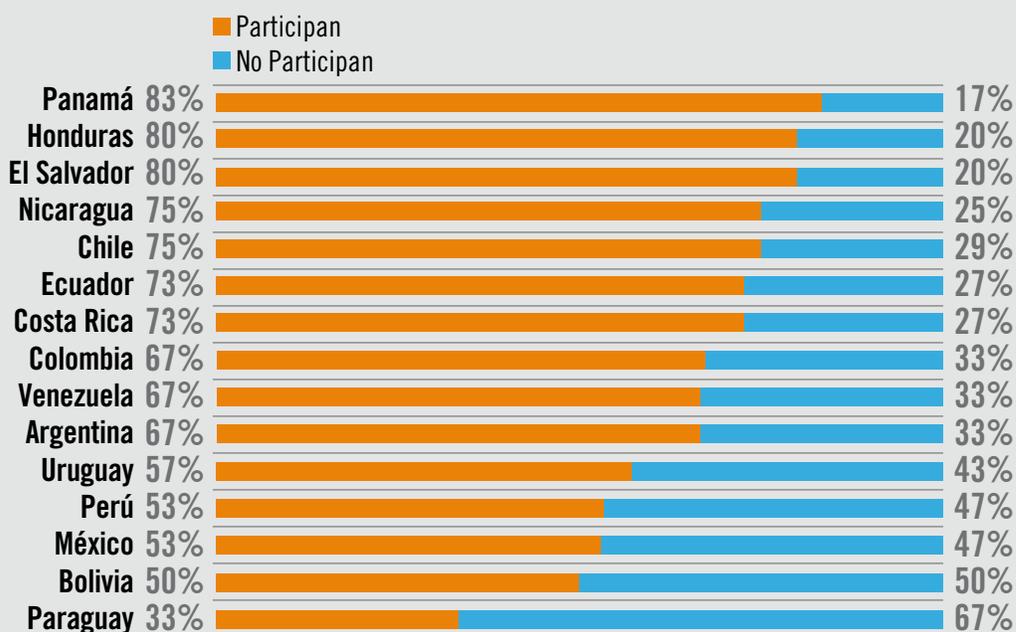
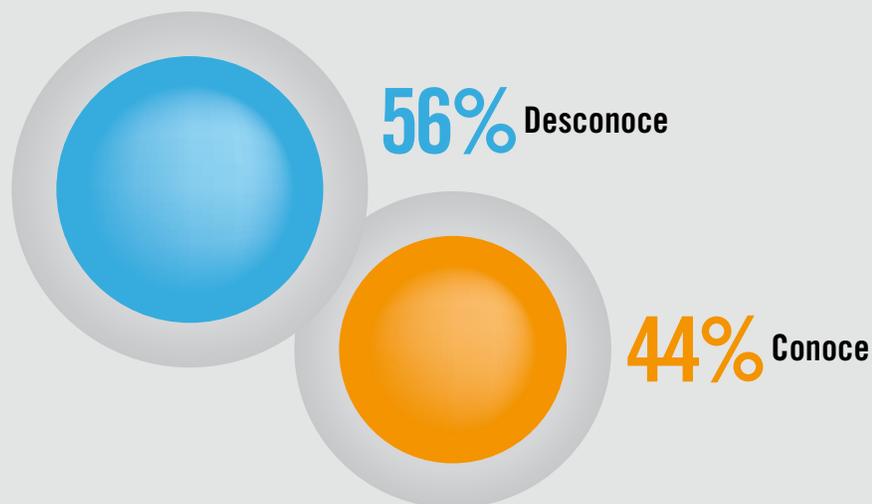


GRÁFICO N° 26

¿Conoce los reportes de sustentabilidad? Sólo consumidores.

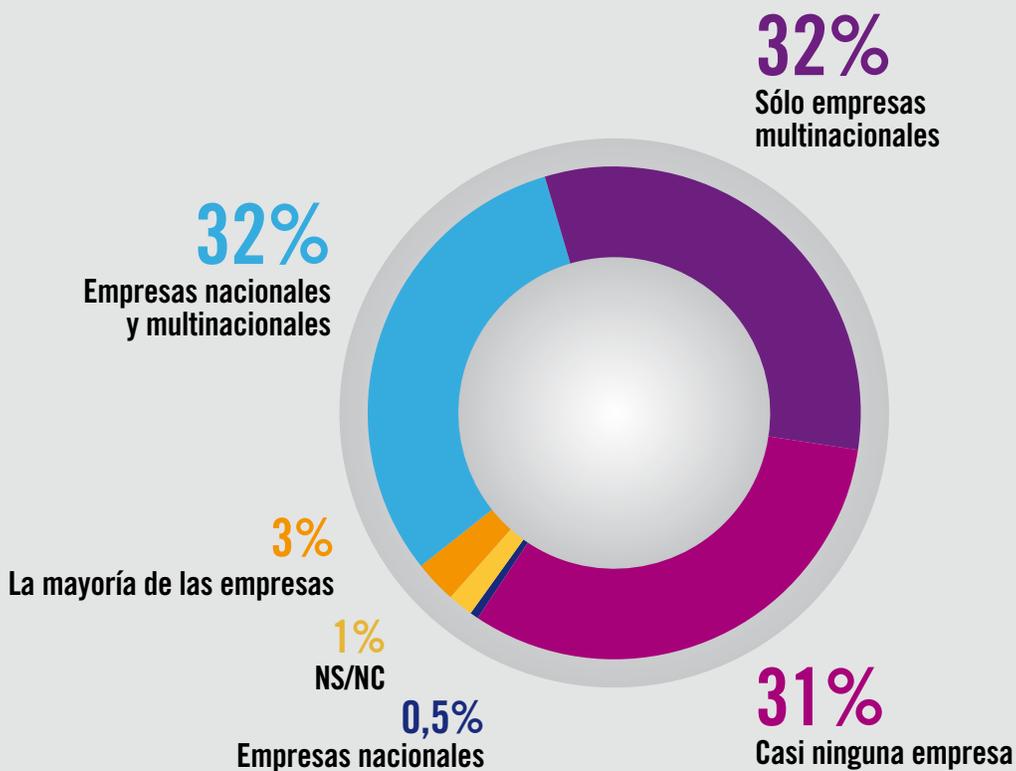


Conocimiento y percepción de avance de la práctica de reportar aspectos de RSE:

Es interesante advertir que el 44% de los consumidores participantes en el estudio conoce la práctica de publicar reportes- gráfico N° 26 , y de ellos, la mayoría considera que esta práctica es habitual para empresas multinacionales pero también para empresas nacionales. Sin embargo, también hay un número importante de consumidores (31%) que indicaron que, desde su punto de vista, casi ninguna empresa publica reportes- gráfico N° 27.

GRÁFICO N° 27

¿Qué tipo de empresas ha adoptado esta práctica?



Estrategias o políticas de RSE: El 55% de los ejecutivos que respondieron esta encuesta indicaron que sus empresas cuentan con una política o estrategia de RSE escrita y difundida- gráfico N° 28. Los países donde más se mencionó esta práctica fueron: Uruguay, Colombia, Honduras y El Salvador, mientras que donde menos se conoce este aspecto es en Panamá, Argentina y Brasil- gráfico N° 29. También es interesante ver que las empresas que tienen políticas de RSE lograron niveles de RSE más altos que aquellas que no tienen una política definida, con una diferencia de 13 puntos porcentuales- gráfico N° 30.

GRÁFICO N° 28

¿Cuenta su empresa con una estrategia/ política de sustentabilidad o RSE escrita y difundida?

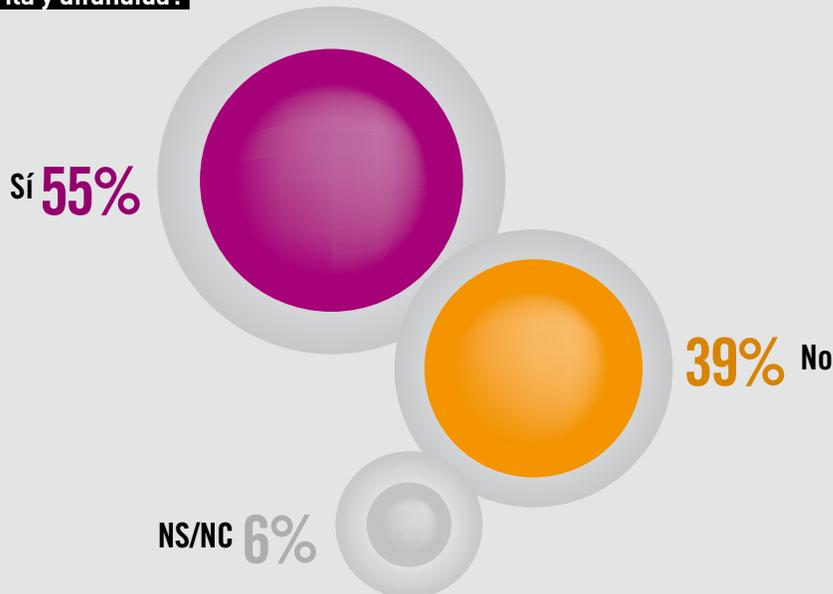


GRÁFICO N° 29

Porcentaje de empresas que cuentan con una estrategia / política de sustentabilidad o RSE escrita y difundida. Por país.

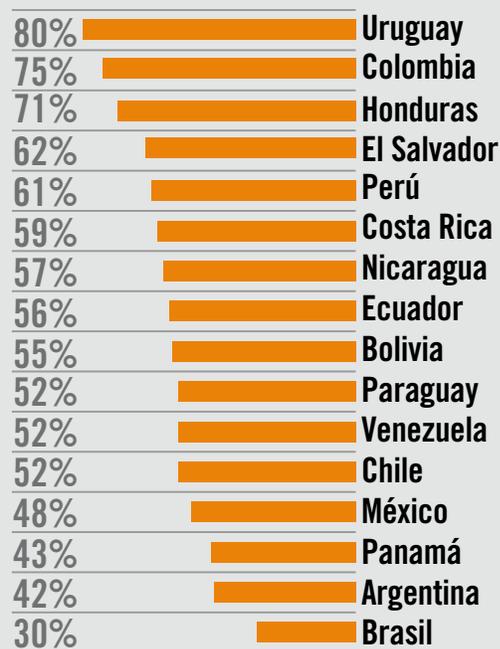


GRÁFICO N° 30

Relación entre “Nivel de RSE” y posee o no posee una política de sustentabilidad escrita y difundida

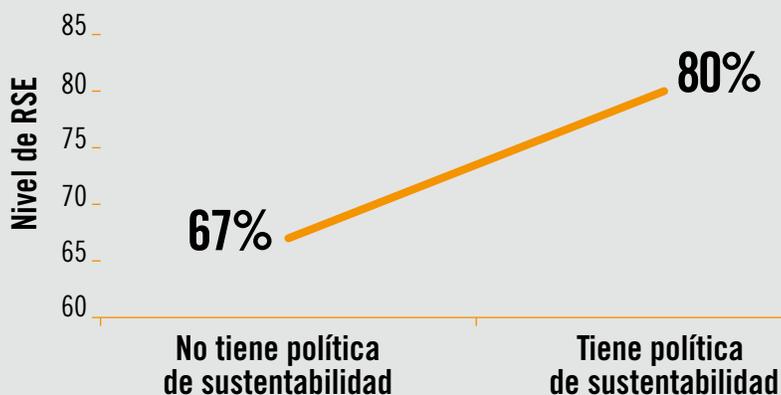
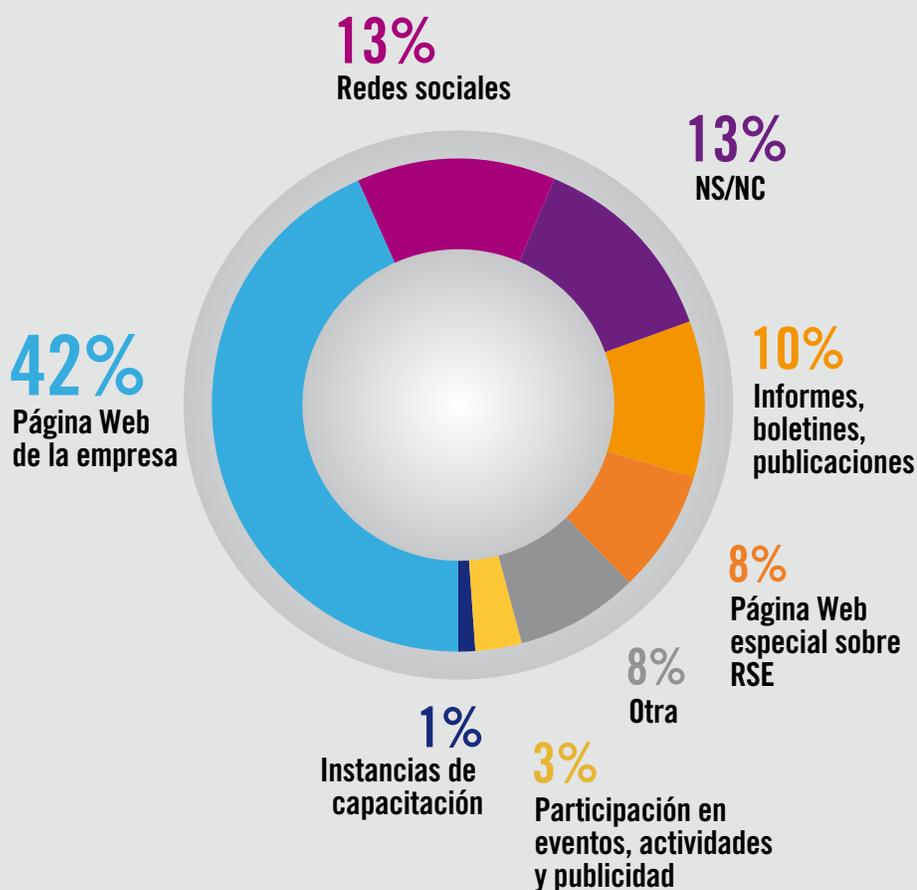


GRÁFICO N° 31

¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación de la RSE en su empresa?



Estrategias de comunicación de RSE:

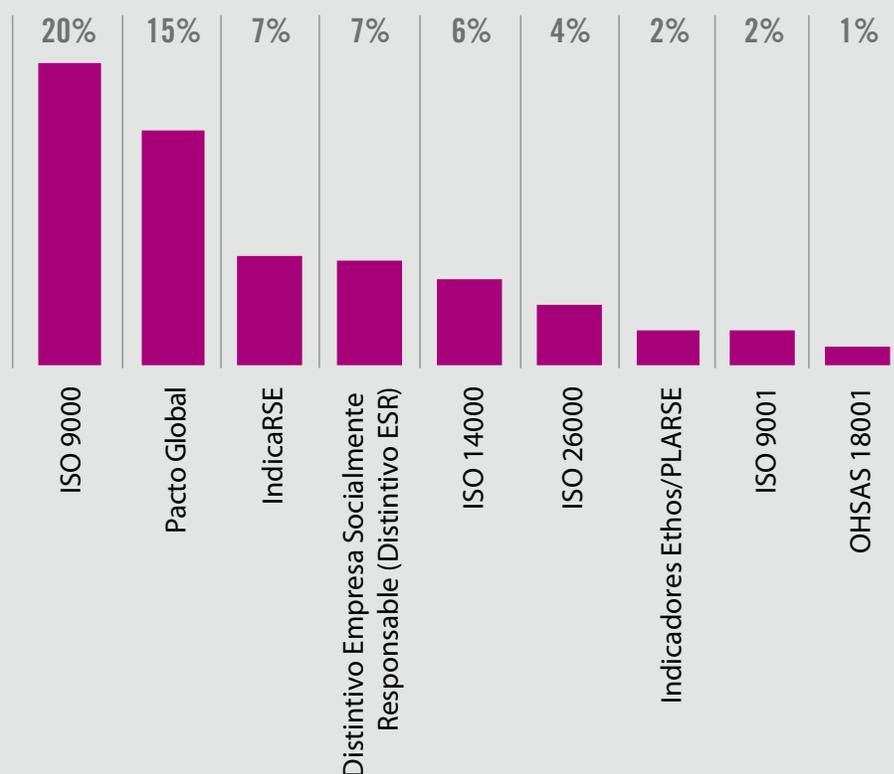
En el gráfico siguiente N° 31 es posible ver que el 43% de los ejecutivos que participaron del estudio indicó que utilizan su página web para comunicar sus acciones de RSE y el 13% participa de eventos en el tema. Sólo el 8% indicó contar con una página web especial sobre sus acciones de RSE. En síntesis, el uso de medios digitales es la forma más común de difusión de las prácticas de RSE. Por el contrario, llama la atención la escasa utilización de las capacitaciones como medio para dar a conocer dichas acciones, siendo que estas instancias "cara a cara" suelen ser bastante efectivas al momento de instalar nuevas ideas en la cultura de las empresas.

Adhesión a estándares internacionales:

Los estándares de mayor adhesión son la ISO 9.000 y el Pacto Global. Sólo el 3,9% indicó estar utilizando la guía ISO 26.000. Esto último puede estar condicionado por su reciente publicación, a pesar de ser el estándar más consensuado a nivel mundial- gráfico N° 32. Por otro lado, existe un leve aumento en la adhesión a estándares internacionales por parte de las compañías entre 2009 y 2011- gráfico N° 33.

GRÁFICO N° 32

¿A cuál de estos estándares adhiere su empresa?



El 4% de los ejecutivos mencionaron otros estándares internacionales. El 16% indicó que su empresa no adhiere a ningún estándar.

GRÁFICO N° 33

Comparación de adhesión a estándares en 2009 y 2011.

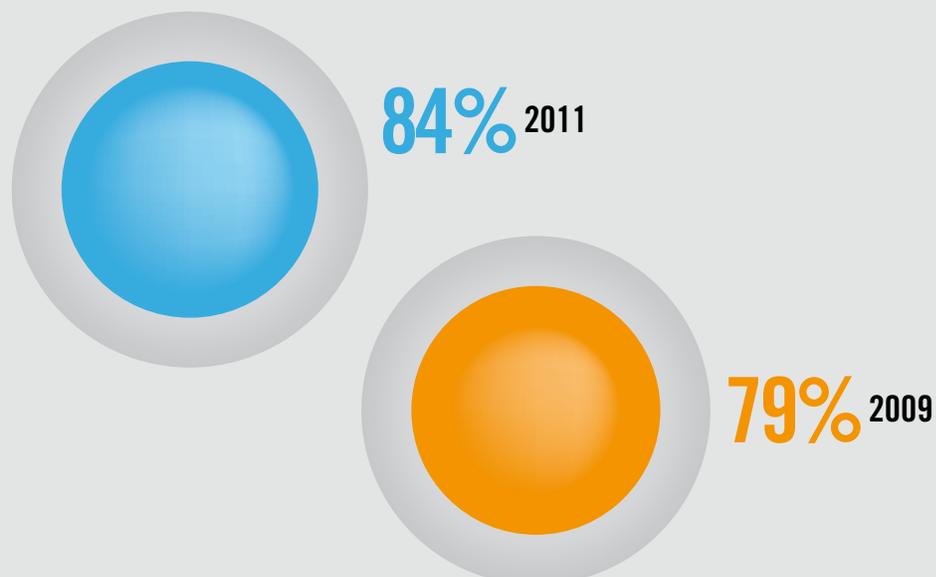
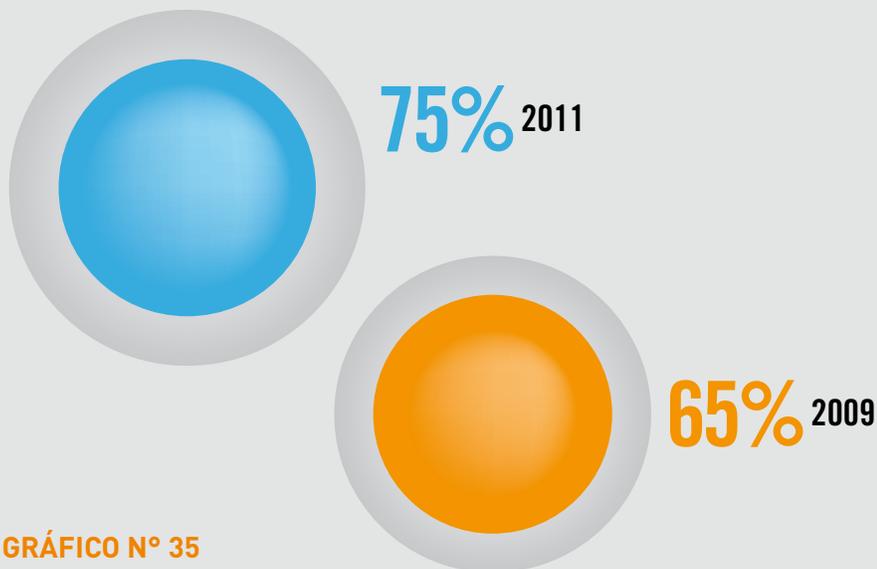
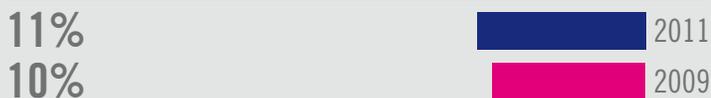
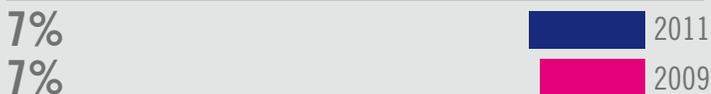
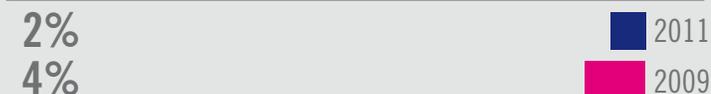
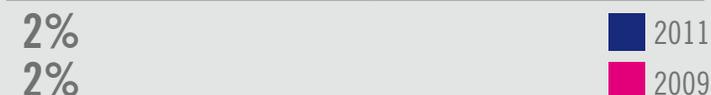


GRÁFICO N° 34**¿Su empresa tiene un encargado de RSE?**

Cargo específico de RSE: Tal como se observa en el gráfico N° 34, en 2011, se produjo un incremento respecto de 2009 en cuanto a las personas que dentro de la empresa ocupan un cargo específico para la RSE: disminuye la cantidad de compañías que ya no cuentan con un cargo específico para el área, y aumenta el número de gerentes o directores de RSE- gráfico N° 35.

GRÁFICO N° 35**¿Cuál es su cargo?****No existe el cargo****Gerente o Director de RSE****Gerente de Recursos humanos****Vicepresidente de RSE****Gerente de Marketing o Comunicaciones****Gerente de Medioambiente y/o Desarrollo Sostenible**

Capacidad instalada: Esta variable está construida con el objetivo de reunir bajo un solo indicador los recursos que una empresa puede integrar a su negocio con el fin de avanzar en la implementación de RSE, por ello, está construida en este estudio (como en 2009) por cuatro componentes: la empresa 1. Cuenta con un reporte de sostenibilidad, 2. Ha integrado al menos un estándar internacional, 3. Cuenta con un cargo específico de RSE entre su personal, 4, Adhiere

a una entidad promotora de RSE. Esta variable fue clasificada en 4 categorías: 1. La empresa no cuenta con ninguno de los componentes de "Capacidad instalada": Capacidad no desarrollada, 2. La empresa ha integrado uno de los componentes: Capacidad instalada incipiente, 3. La empresa ha integrado entre 2 y 3 componentes: Capacidad instalada intermedia, y 4. La empresa ha integrado los 4 componentes: Capacidad instalada avanzada.

Capacidad instalada por país: En el gráfico N° 36 se puede observar que el 56% de las empresas en este estudio están en un nivel de Capacidad instalada intermedia. Sólo el 35% cuenta con un nivel de Capacidad instalada avanzada. En el gráfico N° 37 se presentan algunos países con distintos niveles de "Capacidad instalada". Destaca el caso de Brasil donde el 38% de las empresas tiene una Capacidad avanzada, también el caso de Nicaragua. En Paraguay, se presentó un nivel menos desarrollada, con un 5% de sus empresas.

GRÁFICO N° 36

"Capacidad instalada" para la implementación de la RSE.

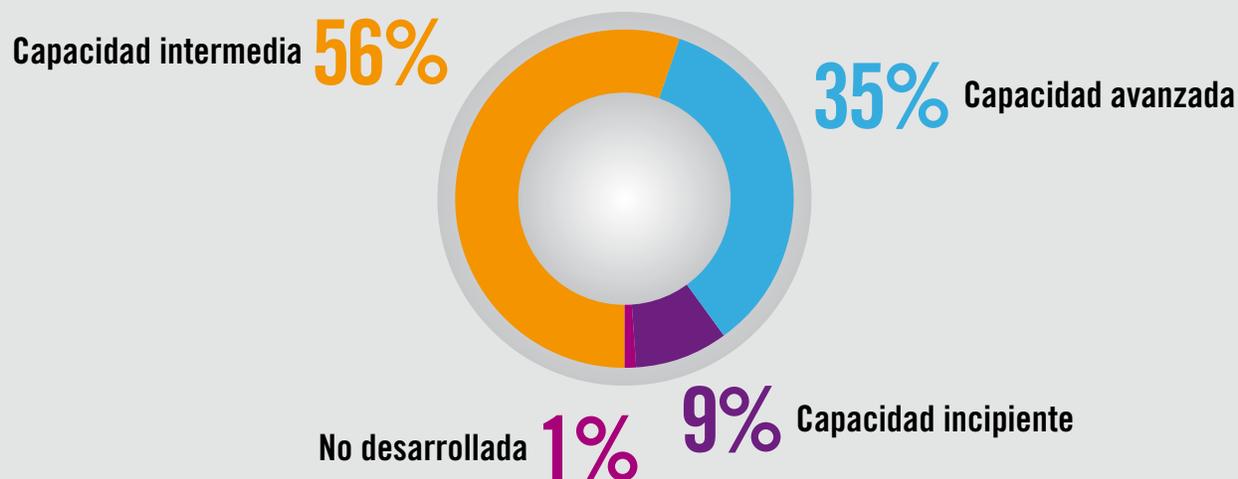
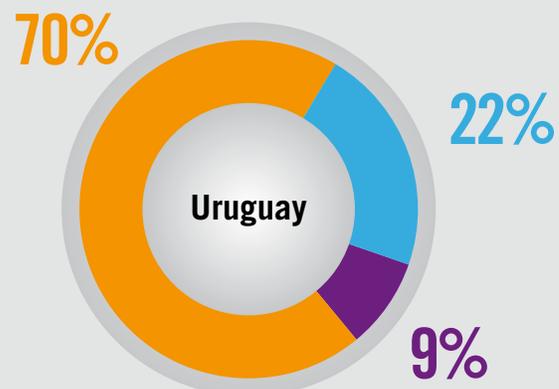
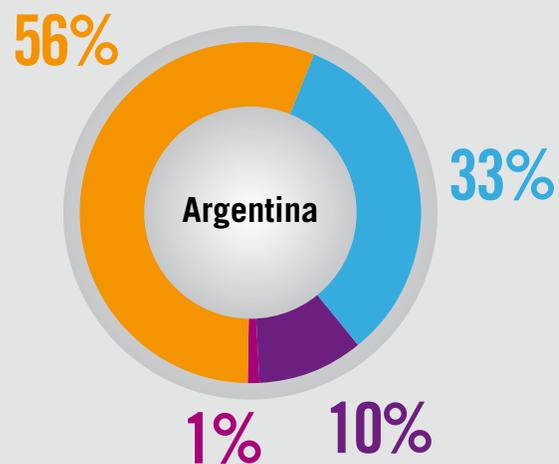
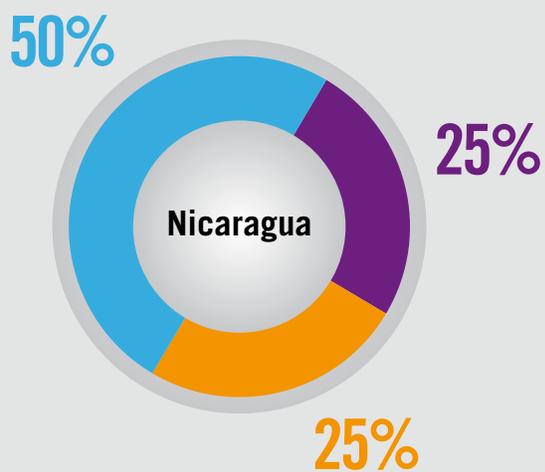
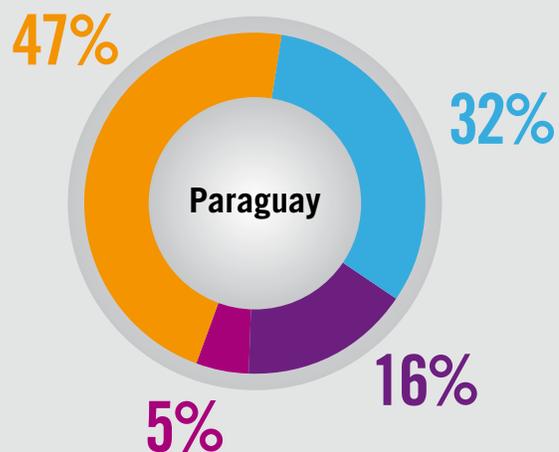
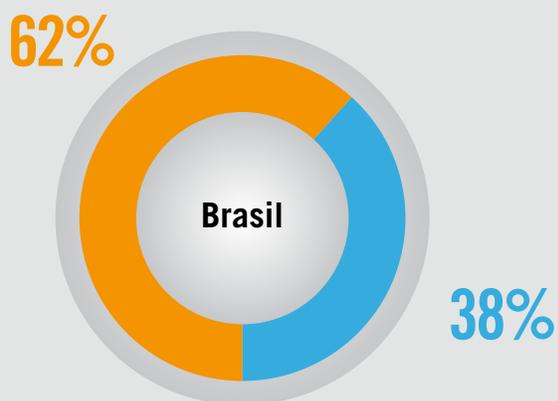


GRÁFICO N° 37

Nivel de Capacidad instalada. Países seleccionados.

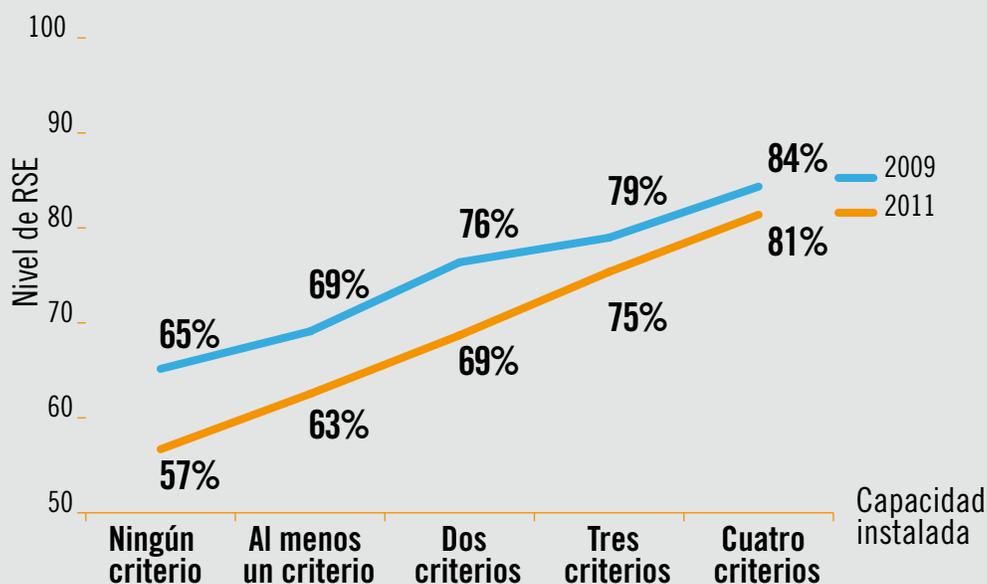
- Capacidad avanzada
- Capacidad intermedia
- Capacidad incipiente
- No desarrollada



Relación a "Nivel de RSE" y "Capacidad instalada": Tanto en 2009 como en 2011 se comprobó que las empresas que tienen más recursos o "Capacidades instalada" para el avance de la RSE lograron mejores resultados en su "Nivel de RSE", como se puede ver en el gráfico N° 38.

GRÁFICO N° 38

Relación entre "Nivel de RSE" y "Capacidad instalada" en la empresa para implementar RSE.



Componentes "Capacidad instalada" de la Empresa:

1. Cuenta con un reporte de sostenibilidad.
2. Ha integrado al menos un estándar internacional.
3. Cuenta con un cargo específico de RSE entre su personal.
4. Adhiere a una entidad promotora de RSE.

Categorías:

Capacidad no desarrollada: la empresa no cuenta con ninguno de los componentes de "Capacidad instalada".

Capacidad instalada incipiente: la empresa ha integrado uno de los componentes.

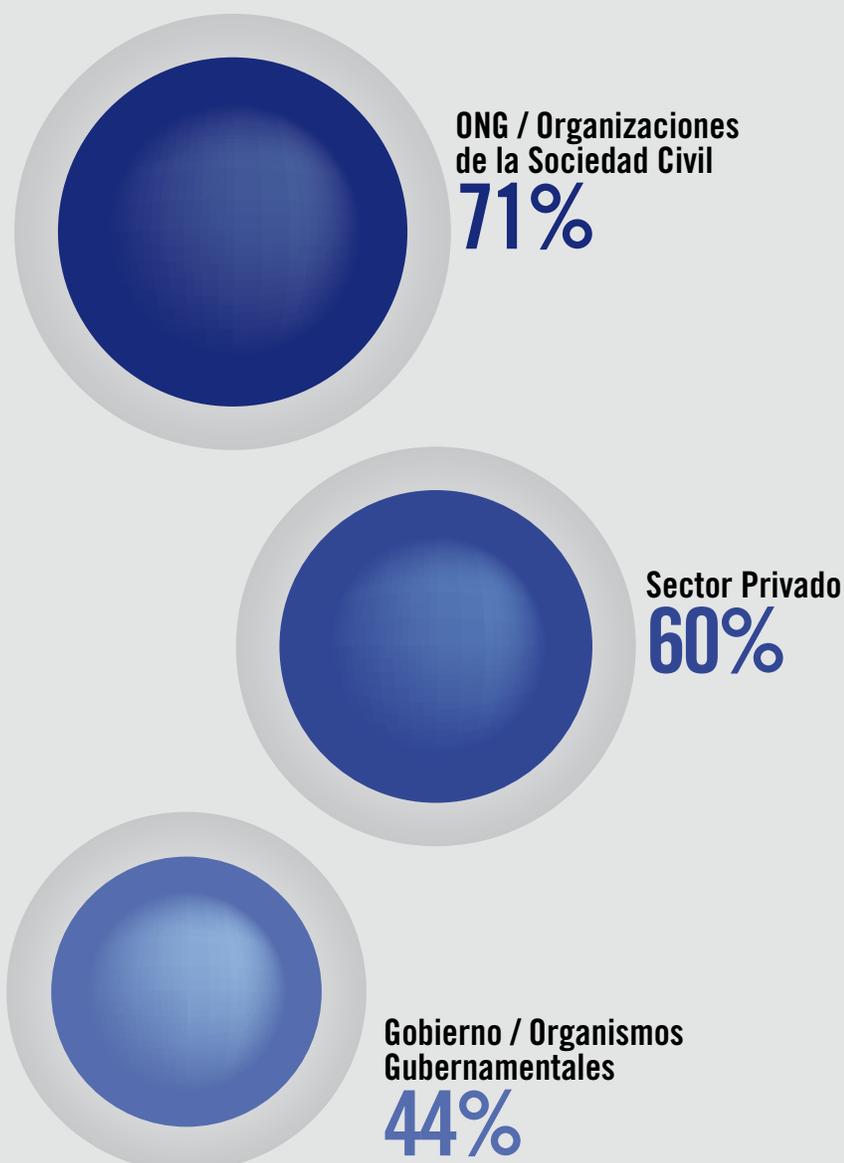
Capacidad instalada intermedia: la empresa ha integrado entre 2 y 3 componentes.

Capacidad instalada avanzada: la empresa ha integrado los 4 componentes.

Entorno Latinoamericano y avance de la RSE

GRÁFICO N° 39

¿Qué nivel de confianza le tiene a los siguientes sectores?



Nivel de confianza en los sectores de la sociedad: En el gráfico N° 39, los consumidores indicaron tener un 70% de confianza en las entidades de la sociedad civil, casi un 60% de confianza en las empresas, y sólo el 44% de confianza en los gobiernos.

Satisfacción de ejecutivos y consumidores con las empresas de su país en relación a las dimensiones de RSE:

El gráfico de la izquierda, N° 40, indica la lista de países según el nivel de satisfacción que expresaron los ejecutivos respecto del desempeño de sus empresas en las dimensiones estudiadas de RSE. En este caso, los ejecutivos

que indicaron estar más conformes con el desempeño de sus empresas son de Nicaragua, El Salvador y Paraguay. En el gráfico de la derecha, N° 41, los consumidores evaluaron a las empresas de su país según las variables estudiadas de RSE. En este caso, los consumidores más satisfechos con sus empresas son de Paraguay, El Salvador y Panamá.

GRÁFICO N° 40

Percepción de ejecutivos sobre la RSE de las empresas.

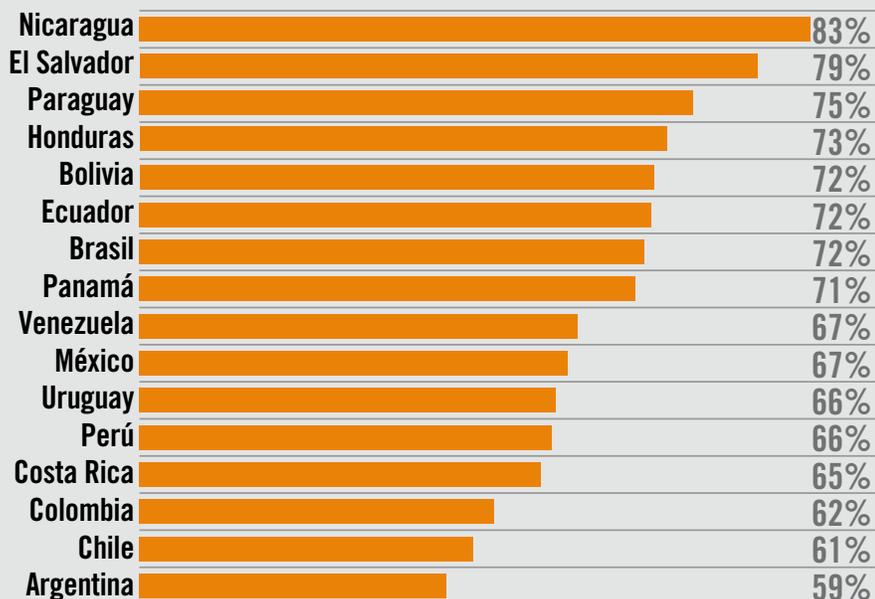


GRÁFICO N° 41

Percepción de consumidores sobre la RSE de las empresas.

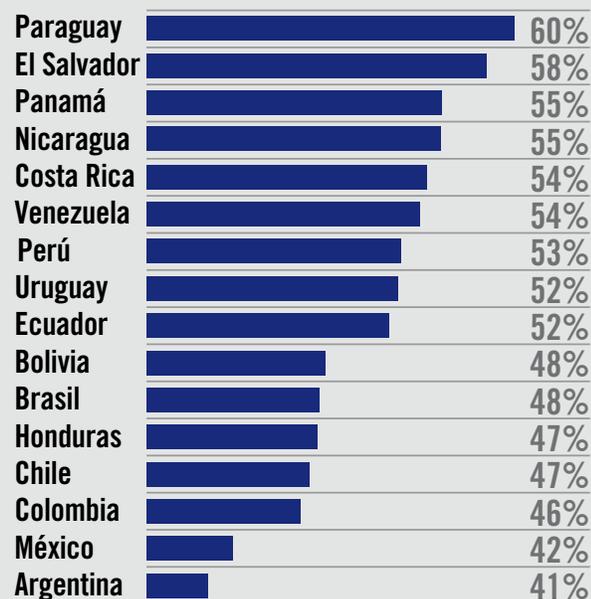
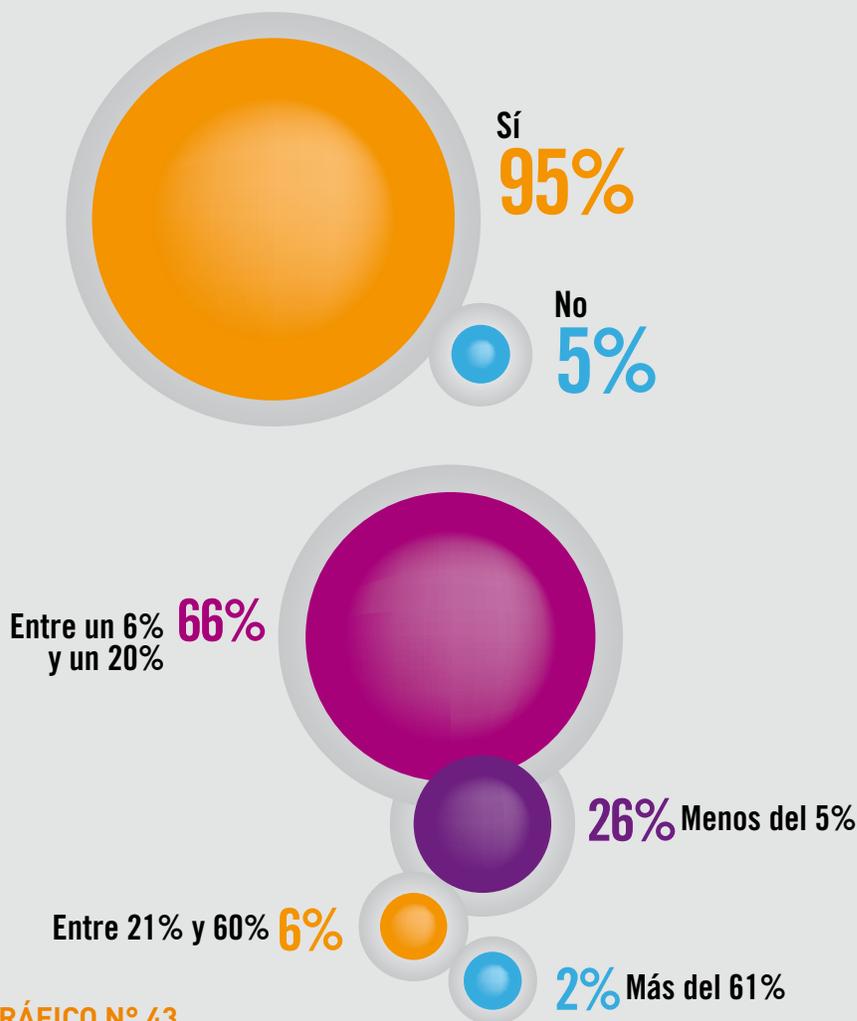


GRÁFICO N° 42

Usted preferiría comprar un producto que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor? ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar?

Preferencia por productos socialmente responsables:

El 94% de los consumidores indicó que preferiría comprar un producto socialmente responsable aunque este tuviera un precio mayor. El 65% indicó que pagaría entre un 6 y un 20% más por un producto con estas características- gráfico N° 42. Sin embargo, cuando preguntamos "Ud. cree que los consumidores de su país prefieren los productos socialmente responsables..." - gráfico N° 43, el 65% indicó que no. Esto sugiere que en Latinoamérica coexisten una actitud favorable hacia el consumo de productos socialmente responsables, y la creencia de que esta actitud no es generalizada o compartida por los consumidores de la región. Las razones pueden relacionarse con las dificultades para la masificación de este tipo de producto o las complejidades que se presentan a la hora de comunicar los argumentos que hacen responsable un producto, entre otras.

**GRÁFICO N° 43**

¿Ud. cree que los consumidores de su país prefieren en general los productos elaborados con prácticas sociales y ambientalmente responsables?

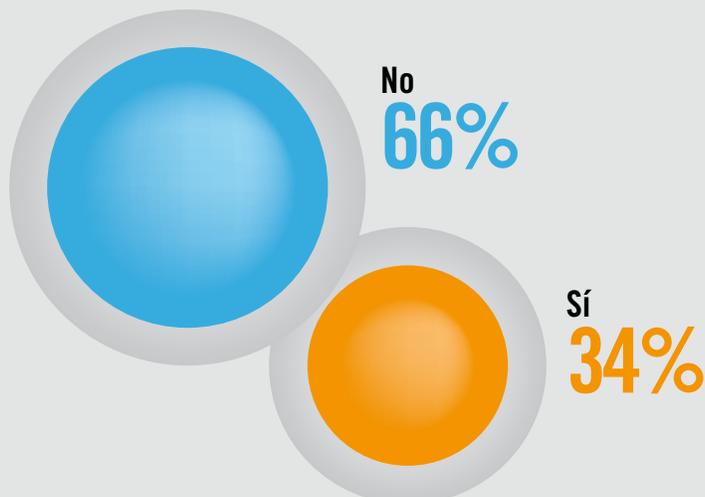


GRÁFICO N° 44

Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país. Sólo ejecutivos.



Obstáculos para el avance de la RSE:

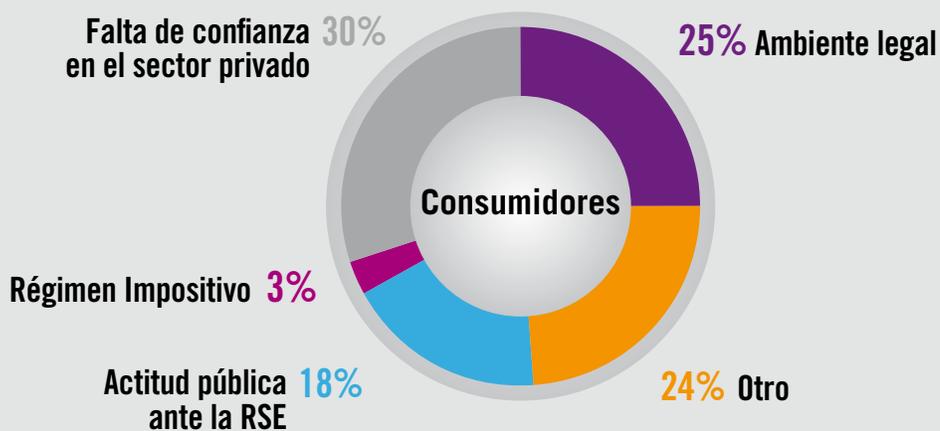
Al integrar la mirada del consumidor, como una innovación del reporte 2011, resultó interesante realizar comparaciones sobre sus percepciones respecto del ambiente en donde se desarrolla la RSE y su opinión acerca de qué aspectos están favoreciendo más o menos su avance en América Latina.

Como es posible visualizar en los gráficos N° 44 y N° 45, el obstáculo más mencionado tanto por ejecutivos como consumidores fue la actitud de las personas ante la RSE (30%), seguido de la falta de confianza en el sector privado (23% y 24%, respectivamente). Es interesante destacar que ejecutivos y consumidores consideraron que el régimen impositivo obstaculizaba menos el avance de la RSE que los otros ámbitos.

Así, nos encontramos ante un escenario en el que ambos actores atribuyen el mayor o menor avance de la RSE a causalidades similares, es de esperar entonces que ello permita aumentar el diálogo sobre el tema y que las conversaciones tengan resultados concretos que permitan a la vez ir disminuyendo desconfianzas que no colaboran con la implantación de prácticas socialmente responsables en las empresas de la región.

GRÁFICO N° 45

Principales obstáculos para el avance de la RSE en su país según consumidores.



Opinión de ejecutivos y consumidores sobre el marco legal de la RSE, la regulación laboral y medioambiental:

El gráfico N° 46 muestra que tanto ejecutivos como consumidores están divididos sobre cuánto favorece el marco legal de sus países el avance de la RSE: una mitad piensa que su marco legal es favorable, pero la otra mitad piensa que no lo es. Sin embargo, cuando preguntamos sobre aspectos más específicos, encontramos que en temas medioambientales, hay bastante acuerdo: el 82% de los ejecutivos y el 91% de los consumidores piensa que debe incrementarse- gráfico N° 47. Y si bien los dos grupos consideran que debe incrementarse la legislación en temas laborales, los consumidores se muestran mucho más convencidos sobre esta necesidad que los ejecutivos, lo que se refleja en una diferencia de 20 puntos porcentuales entre ambas posturas (71% de consumidores versus el 51% de ejecutivos)- gráfico N° 48. Asimismo, este gráfico muestra que el 18,6% de las empresas prefiere que se disminuya dicha regulación, mientras que sólo el 7,1% de los consumidores considera que esta sería una buena opción.

GRÁFICO N° 46

¿Usted cree que el marco legal de su país es favorable para el avance de la RSE?

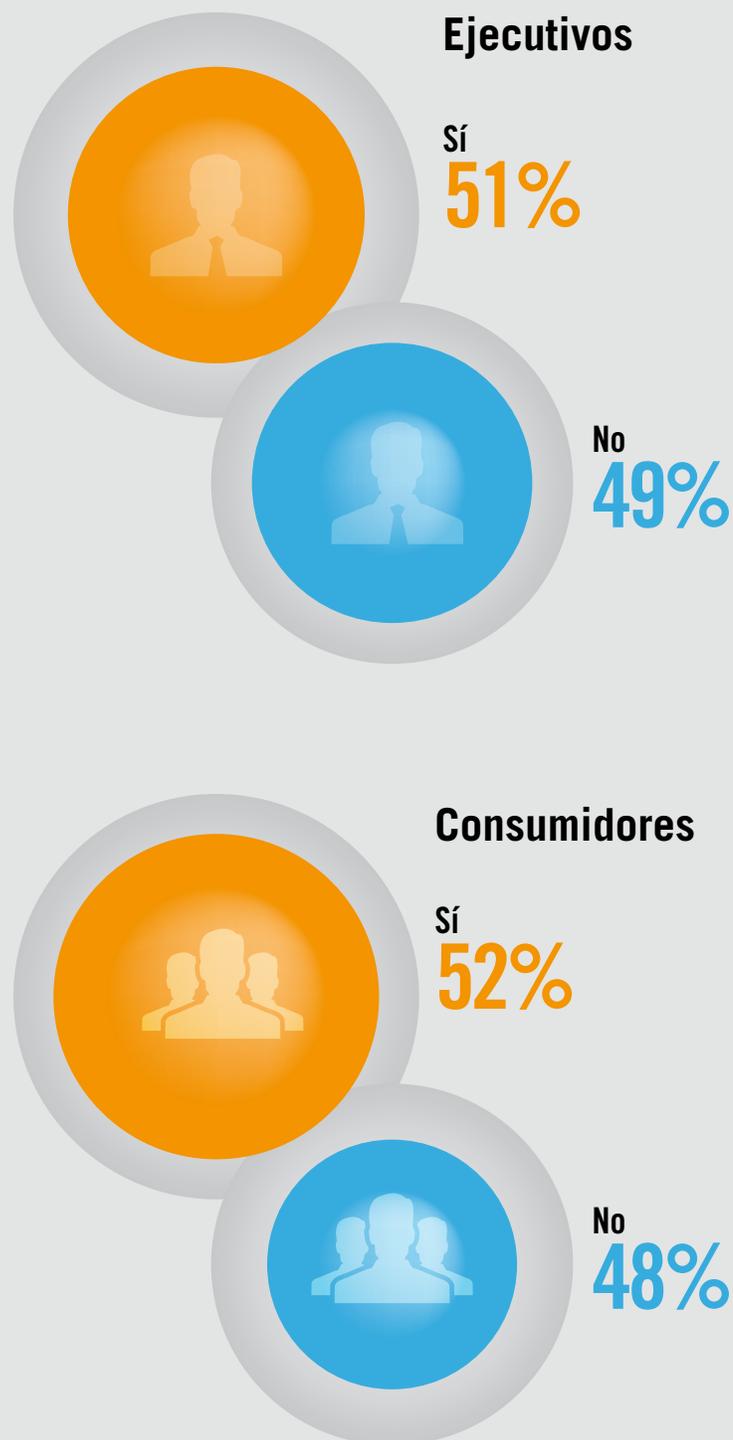


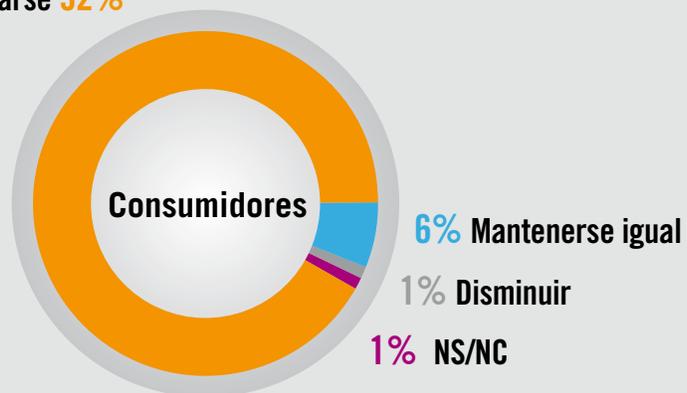
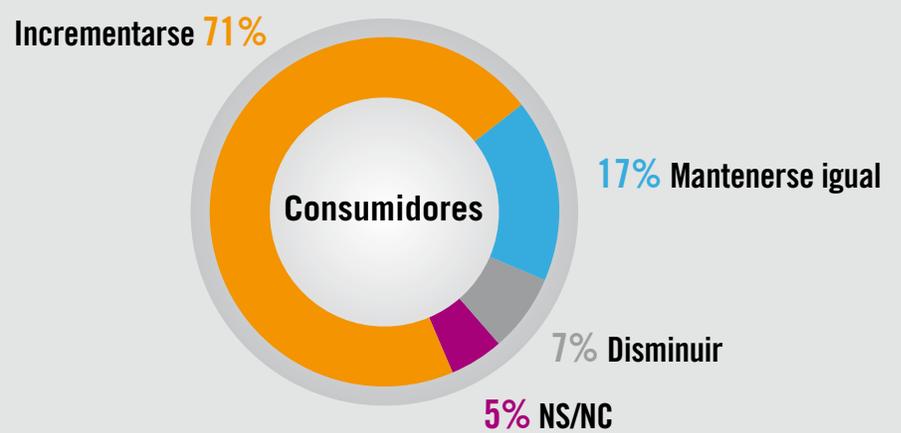
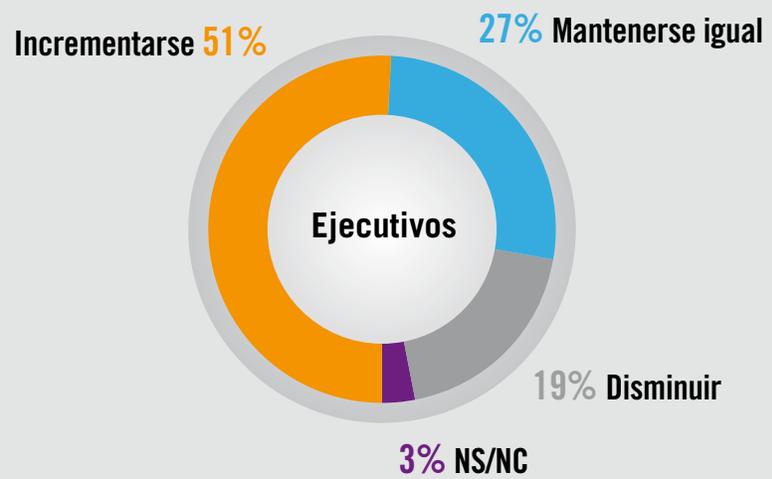
GRÁFICO N° 47**Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe:****Incrementarse 83%****Incrementarse 92%**

GRÁFICO N° 48**Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe:**

Referencias bibliográficas

- Forética (2011), Evolución de la Responsabilidad Social de las Empresas en España, disponible en http://www.foretica.org/biblioteca/informes-foretica/doc_details/298-informe-foretica-2011-version-extendida-?lang=en visita el 13 de octubre de 2011.
- Forum Empresa (2009), El estado de la Responsabilidad Social Empresarial bajo la mirada de ejecutivos de empresas de Latinoamérica 2009, disponible en http://www.empresa.org/sitio-2009/documentos/EstadoRSE_FE.pdf visita el 13 de octubre de 2011.
- Korin, Mercedes. Mapeo de Promotores de RSE en América Latina, versión 2009 (apoyada por Fundación Carolina). Disponible en <http://www.mapeo-rse.info/> visita el 19 de octubre de 2011.
- Naciones Unidas, División de Estadísticas (2011), Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, disponible en <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?cl=2&lg=3> visita el 13 de octubre de 2011.
- Organización Internacional de Estandarización (2010), International Standard ISO 26000, disponible en <HTTP://www.iso.org> visita el 13 de octubre de 2011.

Cuestionario utilizado para ejecutivos

ESCOJA SU PAÍS (Seleccione una opción)

Argentina	Chile	El Salvador	Panamá	Uruguay
Bolivia	Colombia	Honduras	Paraguay	Estados Unidos
Brasil	Costa Rica	México	Perú	Venezuela
Canadá	Ecuador	Nicaragua	Puerto Rico	Otro

IDIOMA (Seleccione una opción): Español/ Portugués

INSTRUCCIONES

Este cuestionario indaga la percepción de ejecutivos y consumidores de empresas que operan en América Latina sobre el estado de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la región.

- Responder demora 15 minutos. El sistema reconoce el IP de su computador por lo que puede responder en distintos momentos. Sin embargo sólo las encuestas completas son válidas.
- Pueden responder empresas de todos los tamaños, industrias y niveles de RSE:
 - » Responde una persona por empresa, cada empresa decide quién responde.
 - » En el caso de multinacionales, el ejecutivo responde por la filial de su país.
 - » En caso de empresas con más de una operación / unidad de negocios en un país, responde un ejecutivo por cada operación / unidad de negocio de la empresa.
- Todas las respuestas son anónimas y confidenciales.

En agradecimiento las compañías que completen toda la encuesta recibirán: la publicación del informe final en PDF, una invitación para el evento de lanzamiento del mismo (webinar), y un pequeño informe confidencial y comparativo de los resultados de su empresa en relación a los promedios de América Latina, su país, e industria (enviado sólo al email que la empresa indique).

Para más información sobre el proyecto visite www.empresa.org Para cualquier consulta, por favor escriba a: info@empresa.org

TOMA DE DECISIONES Y TRANSPARENCIA

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Esta empresa...”

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

1. Incluye a representantes sindicales en su junta o consejo directivo.
2. Cuenta con un código de ética que ha sido difundido a sus principales grupos de interés.
3. Brinda incentivos económicos y/o no económicos a los ejecutivos que consideran la RSE en la toma de decisiones.
4. Dispone de políticas y prácticas para combatir la corrupción: los pagos adicionales para facilitar trámites, el soborno y la extorsión.
5. Cuenta con criterios formales para definir la financiación o apoyo a candidatos políticos.
6. Posee procedimientos para evitar involucrarse o ser cómplice de conductas anti-competencia.
7. Posee un sistema de prevención de la violación a los derechos humanos en la organización y su cadena de valor.
8. Cuenta con métodos para integrar las necesidades de las partes interesadas en su planificación.
9. Su directorio tiene participación femenina.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Esta empresa...”

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

10. Realiza inversiones para que las comunidades adquieran capacidades para planear, administrar recursos, evaluar, negociar y cooperar con otros actores.
11. Consulta a la comunidad para determinar las prioridades de la inversión social que realiza.
12. Considera el impacto de sus decisiones de inversión sobre la creación de empleo en las comunidades vecinas.

13. Participa en actividades que mejoran la calidad de la educación en la comunidad.
14. Evita las acciones que fomentan la dependencia de la comunidad frente a la empresa.
15. Prioriza la contratación de proveedores locales.
16. Capacita a sus proveedores locales para que apliquen buenas prácticas de RSE.
17. Contribuye con el acceso a servicios esenciales para la comunidad (salud, agua potable, servicios sanitarios, entre otros).
18. Gestiona los impactos negativos para la salud de la comunidad en sus productos, servicios y procesos productivos.
19. Cuenta con programas de voluntariado corporativo.
20. Ejecuta proyectos en alianza con el sector público.

MEDIO AMBIENTE

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Esta empresa...”

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

21. Identifica los impactos ambientales de sus operaciones.
22. Posee prácticas e iniciativas que permite gestionar los impactos ambientales de sus operaciones.
23. Incorpora tecnologías que disminuyan su impacto en el medio ambiente.
24. Realiza el tratamiento de residuos sólidos y líquidos para prevenir la contaminación.
25. Divulga ante la comunidad la cantidad y el tipo de materiales tóxicos y peligrosos que utiliza y libera derivado de sus operaciones.
26. Mide las emisiones de gases de efecto invernadero de sus operaciones.
27. Complementa o reemplaza recursos no renovables con fuentes renovables alternativas de bajo impacto.
28. Gestiona los recursos de agua asegurando un acceso justo para todos los usuarios dentro de una cuenca hidrográfica.

CONSUMIDORES O USUARIOS

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Esta empresa...”

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

29. Implementa medidas para minimizar los riesgos para la salud y seguridad del consumidor.
30. Retira del mercado sus productos cuando presentan un peligro, un defecto o tienen información falsa.
31. Respeta la privacidad de los datos de sus consumidores o usuarios.
32. Controla que su publicidad no perpetúe estereotipos de género, orientación sexual, religión o raza.

RELACIÓN CON TRABAJADORES

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Esta empresa...”

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

33. Proporciona condiciones favorables para la libertad de asociación y la negociación colectiva de los trabajadores.
34. Informa y negocia con los trabajadores la manera de mitigar los impactos negativos al realizar cambios que afecten el empleo.
35. Cuenta con igualdad de salarios para hombres y mujeres en un mismo cargo.
36. Posee una política de integración de discapacitados a sus operaciones.
37. Al contratar personal externo les brinda los mismos beneficios y condiciones laborales que a sus empleados.
38. No tiene trabajo infantil en sus operaciones ni en las de su cadena de valor.
39. Capacita a sus trabajadores en temas de RSE y sostenibilidad.
40. Apoya el equilibrio entre el trabajo y la vida privada de sus trabajadores.
41. Tiene programas que contribuyen al desarrollo profesional de sus trabajadores.

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

	Sí	No	NS/NC
42. ¿Su empresa publica estados financieros?			
43. ¿Publica reportes de sustentabilidad?			
44. ¿Utiliza la metodología del GRI- Global Reporting Initiative para elaborar su reporte?			
45. ¿Participan sus grupos de interés en la elaboración del reporte?			
46. ¿Cuenta su empresa con una estrategia/política de sustentabilidad/RSE escrita y difundida?			

47. ¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación de la RSE en su empresa?

- Página web de la empresa.
- Página web especial sobre RSE.
- Redes sociales.
- Otra ¿Cuál?
- NS/NC

48. ¿A cuál de estos estándares adhiere su empresa?

ISO 9000 / ISO 14000 / ISO 26000 / Pacto Global / Principios de Ecuador / Lineamientos para Empresas Multinacionales OCDE / AA 8000 / AA 1000 / OHSAS 18.001/ Estándares de desempeño IFC / Indicadores Ethos / PLARSE / IndicaRSE / Otro / Ninguno/ NS/NC

AMBIENTE FAVORABLE O DESFAVORABLE PARA EL DESARROLLO DE LA RSE

49. ¿Cuáles son los principales obstáculos para el avance de la RSE en su país?

- Ambiente legal.
- Régimen impositivo.
- Actitud pública ante la RSE.
- Falta de confianza en el sector privado.
- Otro ¿Cuál?

50. ¿Usted cree que el marco legal de su país es favorable para el avance de la RSE? Sí/No

Incrementarse Mantenerse Disminuir NS/NC
igual

51. Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe:

52. Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe:

53. ¿Cómo calificaría a las empresas de su país en su desempeño en RSE en comparación a 2 años atrás?

- Ha mejorado.
- Se ha mantenido.
- Ha empeorado.
- NS/NC

54. Usted considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son:

- Nacionales.
- Filiales de Multinacionales.

INFORMACIÓN GENERAL

55. Principal actividad de la empresa (seleccione una opción)

- Energía (electricidad, gas, petróleo).
- Agua.
- Comunicaciones.
- Turismo, hoteles y restaurantes.
- Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas.
- Agricultura, ganadería, pesca.
- Manufacturas (alimenticios y bebidas, tabaco, textiles, cueros, papel, químicos, plástico, maquinaria, aparatos eléctricos, vehículos, reciclaje).
- Transporte y almacenamiento.
- Servicios financieros y bancarios.
- Servicios empresariales (seguros, asesoramientos).
- Comercio.
- Construcción.

- Multi marcas- retail.
- Educación, salud, y servicios sociales.
- Minería.
- Otro ¿Cuál?

56. Cantidad de trabajadores de la empresa

- Menos de 50.
- Entre 51 y 100.
- Entre 101 y 500.
- Más de 500.

57. ¿Su empresa tiene encargado de RSE? ¿Cuál es su cargo?

- Vicepresidente de RSE.
- Gerente o Director de RSE.
- Gerente de Marketing o Comunicaciones.
- Gerente de Medioambiente y/o Desarrollo Sostenible.
- Gerente de Recursos Humanos.
- Otro ¿Cuál?
- Ninguno.

58. Nos interesa comparar el conjunto de empresas de América Latina con las 500 más grandes del Ranking de América Economía 2011.

¿Su empresa se encuentra en la siguiente lista? Sí / No

59. Adhesión de la empresa a una organización de promoción de la RSE (seleccione una o más opciones)

Fundación del Tucumán, IARSE, o Forética, Argentina	Acción RSE, Chile	Fundemás, El Salvador	Integrarse, Panamá	Cedice, Venezuela
Fundación COBORSE / Pacto Global, Bolivia	Cecodes o Fenalco Solidario, Colombia	Fundahrse, Honduras	ADEC, Paraguay	Otra (especifique)
Instituto Ethos, Brasil	AED, Costa Rica	Cemefi, México	Perú 2021, Perú	Ninguna
CBSR, Canadá	Red Ceres, Ecuador	Unirse, Nicaragua	DERES, Uruguay	

60. ¿Qué cargo ocupa usted dentro de su empresa?

- Miembro del consejo o junta directiva.
- Gerente general.
- Gerente de área.
- Jefe de unidad o división.
- Otro ¿Cuál?

61. ¿Cuánto tiempo ha estado vinculado o estudiando temas de RSE?

- Menos de 1 año.
- 1 a 2 años.
- 3 a 4 años.
- 5 a 10 años.
- No tengo contacto, experiencia y/o conocimiento del tema.

Cuestionario utilizado para consumidores

En el mundo empresarial, hoy se suele utilizar el término “Responsabilidad Social Empresarial” (o “Responsabilidad Social Corporativa”).

¿Ha oído alguna vez esta expresión?

- Sí, además sé lo que significa.
- Sí, además intuyo lo que significa.
- Sí, pero no sé lo que significa. (leer descripción)
- No, nunca lo he oído. (leer descripción)

Más allá de su respuesta, Ud. puede seguir la encuesta y usar la opción No sabe/ No contesta (NS/NC) de ser necesario. Descripción:

“(La responsabilidad social empresarial) Es una forma de entender la gestión empresarial por la que las empresas comienzan a tener más en cuenta el impacto social y ambiental de su negocio, tratando de no sólo generar rentabilidad para los empresarios, sino también bienestar social. Para ello, tratan de tener en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos sociales a los que afecta, directa o indirectamente, la actividad de la organización o empresa.³”

(Preguntar sólo a los que saben o intuyen lo que es RSE) ¿Con qué temas usted relaciona la RSE? Seleccione al menos 1 y máximo 3.

- Con gobierno corporativo, transparencia y rendición de cuentas.
- Con el respeto a los derechos humanos.
- Con la buenas prácticas laborales.
- Con la protección al medio ambiente.
- Con la adopción de prácticas justas de operación.
- Con la protección del consumidor.
- Con la participación activa y el aporte al desarrollo de la comunidad.

TOMA DE DECISIONES Y TRANSPARENCIA

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Las empresas de mi país...”

3. Informe Forética (2011), Evolución de la Responsabilidad Social de las Empresas en España.

(Muy en desacuerdo / En desacuerdo/ Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo / De acuerdo / Totalmente de Acuerdo / NS/NC)

1. Integran a los representantes sindicales en sus procesos de toma de decisiones.
2. Cuentan con un código de ética que guía el actuar de la compañía.
3. Incentivan que sus líderes tomen en cuenta criterios de responsabilidad social en las decisiones que adoptan.
4. Disponen de políticas y prácticas para combatir la corrupción y los sobornos.
5. Tienen procedimientos para asegurar la libre competencia entre empresas.
6. Respetan los derechos humanos de clientes, trabajadores, proveedores, etc.
7. Integran a las mujeres en las máximas esferas de la empresa (directorio, gerentes, ejecutivas de primera línea, etc.).

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Las empresas de mi país...”

8. Realizan inversiones para que las comunidades adquieran capacidades para planear, administrar recursos, evaluar, negociar y cooperar con otros actores.
9. Consultan a la comunidad para determinar las prioridades de la inversión social que realizan.
10. Consideran el impacto de sus decisiones de inversión sobre la creación de empleo en las comunidades vecinas.
11. Participan en actividades que mejoran la calidad de la educación en la comunidad.
12. Evitan las acciones que fomentan la dependencia de la comunidad frente a la empresa.
13. Priorizan la contratación de proveedores locales.
14. Contribuyen con el acceso a servicios esenciales para la comunidad (salud, agua potable, servicios sanitarios, entre otros).
15. Eliminan los impactos negativos para la salud de la comunidad en sus productos, servicios y procesos productivos.
16. Cuentan con programas de voluntariado corporativo.
17. Ejecutan proyectos en alianza con el sector público de mi país.

MEDIO AMBIENTE

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Las empresas de mi país...”

18. Toman en cuenta los impactos ambientales de sus operaciones al momento de tomar decisiones.
19. Poseen prácticas e iniciativas que permite gestionar los impactos ambientales de sus operaciones.
20. Incorporan tecnologías que disminuyan su impacto en el medio ambiente.
21. Realizan el tratamiento de residuos sólidos y líquidos para prevenir la contaminación que pueden producir sus operaciones.
22. Dan a conocer a la comunidad la cantidad y el tipo de materiales tóxicos y peligrosos que utilizan y liberan derivado de las operaciones.
23. Gestionan los recursos de agua asegurando un acceso justo a este elemento vital para las comunidades.

CONSUMIDORES O USUARIOS

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Las empresas de mi país...”

24. Entregan información necesaria para que sus consumidores o usuarios tomen decisiones de compra.
25. Implementan medidas para minimizar los riesgos para la salud y seguridad de los consumidores o usuarios.
26. Retiran del mercado sus productos cuando presentan un peligro, un defecto o tienen información falsa.
27. Respetan la privacidad de los datos de sus consumidores o usuarios.
28. Controlan que los textos o imágenes no perpetúen estereotipos de género, orientación sexual, religión o raza.

RELACIÓN CON TRABAJADORES

Por favor señale su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Las empresas de mi país...”

29. Proporcionan condiciones favorables para el funcionamiento de los sindicatos.
30. Informan y negocian con los trabajadores la manera de mitigar los impactos negativos al realizar cambios que afecten el empleo.
31. Cuentan con igualdad de salarios para hombres y mujeres en un mismo cargo.

- 32. Al contratar personal externo, les brindan los mismos beneficios y condiciones laborales que a sus empleados.
- 33. No tienen trabajo infantil en sus operaciones ni en las operaciones de sus proveedores.
- 34. Apoyan el equilibrio entre el trabajo y la vida privada de sus trabajadores.
- 35. Tienen programas que contribuyen al desarrollo profesional de sus trabajadores.

36. ¿Qué nivel de confianza le tiene a los siguientes sectores? (En cuanto a la veracidad de información y percepción sobre el sector). Escala de 1 a 5, siendo 1 el menor y 5 el mayor.

- Gobierno/organismos gubernamentales.
- Sector privado (empresas).
- ONGs/ sociedad civil.

37. ¿Cómo calificaría a las empresas de su país en su desempeño en RSE a comparación de 2 años atrás?

- Ha mejorado.
- Se ha mantenido.
- Ha empeorado.
- NS/NC

38. Usted considera que en su país las empresas que más han avanzado en RSE son:

- Nacionales.
- Filiales de multinacionales.

39. ¿Cuál de las siguientes industrias ha actuado de modo más responsable en los últimos 2 años?

- Energía (electricidad, gas, petróleo).
- Sanitarias.
- Comunicaciones.
- Turismo, hoteles y restaurantes.
- Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas.
- Agricultura, ganadería, pesca.
- Manufacturas (alimenticios y bebidas, tabaco, textiles, cueros, papel, químicos, plástico, maquinaria, aparatos eléctricos, vehículos, reciclaje).
- Transporte y almacenamiento.

- Servicios financieros y bancarios.
- Servicios empresariales (seguros, asesoramientos).
- Comercio.
- Construcción.
- Multi marcas- retail.
- Educación, salud, y servicios sociales.
- Minería.
- Otro ¿Cuál?
- NS/NC

40. ¿Usted conoce los reportes de sostenibilidad? Sí / No

41. (Preguntar sólo a aquellos que conoce los reportes de sostenibilidad) ¿Cómo describiría el avance de la práctica de publicar reportes de sostenibilidad en su país?

- Es una práctica adoptada por la mayoría las empresas de mi país.
- Es una práctica concentrada específicamente empresas multinacionales.
- Es una práctica que realizan tanto empresas multinacionales como nacionales.
- Es una práctica que realizan específicamente empresas nacionales.
- Es una práctica que casi ninguna empresa realiza.
- NS/NC

AMBIENTE FAVORABLE O DESFAVORABLE PARA EL DESARROLLO DE LA RSE

42. ¿Usted cree que el marco legal de su país es favorable para el avance de la RSE?

Sí/ No

43. ¿Cuáles considera usted que son los principales obstáculos para el avance de la RSE en su país? (Marque una o más opciones)

- Ambiente legal.
- Régimen impositivo.
- Actitud pública ante la RSE.
- Falta de confianza en el sector privado.
- Otro ¿Cuál?
- NS/NC

**Incrementarse Mantenerse Disminuir NS/NC
igual**

44. Usted cree que la regulación en temas laborales en su país debe:

45. Usted cree que la regulación en temas medioambientales en su país debe:

PRÁCTICAS DE CONSUMO RESPONSABLE

46. ¿Usted preferiría comprar un producto que sabe que fue elaborado con prácticas sociales y ambientalmente responsables, aunque tuviera un precio mayor?

- Sí
- No

Si responde sí

47. ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar por un producto elaborado con prácticas social y ambientalmente responsable?

- Menos del 5% más que el producto alternativo.
- Entre un 6% y un 20% más que el producto alternativo.
- 21% a 60% más que el producto alternativo.
- Más del 61% más que el producto alternativo.

48. ¿Usted cree que los consumidores de su país prefieren en general los productos elaborados con prácticas sociales y ambientalmente responsables? Sí / No

INFORMACIÓN GENERAL

49. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor el sector al que Ud. pertenece?

- Gobierno.
- Organización sin fin de lucro.
- Academia.
- Servicios organizacionales (consultores, periodistas, abogados, etc.).
- Ciudadano / consumidor.
- Otro... ¿Cuál?

Si desea recibir una el informe final del estudio y ser invitado a un webinar (reunión virtual) de lanzamiento de los resultados, por favor indique un correo electrónico (OPCIONAL). Usted ha completado exitosamente la encuesta. ¡¡¡MUCHAS GRACIAS POR RESPONDER Y POR SU COLABORACIÓN!!!

Pregunta por empresas en Ranking de 500 más grandes en América Latina

En el Cuestionario para Ejecutivos se incluyó la siguiente pregunta: “Nos interesa comparar el conjunto de empresas de América Latina con las 500 más grandes del Ranking de América Economía 2011. Por favor indique si su empresa se encuentra en la siguiente lista”:

Brasil	Chile	México
Petrobras Distribuidora	Enersis	Pemex Refinación
Vale	Cencosud	América Móvil
Ultrapar	Empresas Copec	Wal-Mart de México
Odebrecht	Enap	Comisión Federal de Electricidad
JBS Friboi	Escondida	Cemex
Telemar	Falabella	FEMSA
Grupo Votorantim	Endesa	Pemex Gas y Petroquímica Básica
Eletrobrás	D&S	General Motors de México
Gerdau	CGE	Telcel
Cdb - Grupo Pão de Açúcar	Lan	Nissan Mexicana
Ambev	Collahuasi	Teléfonos de México
Carrefour	CMPC Papeles y Cartones	Grupo Bimbo
Telefônica Brasil	Arauco	Chrysler
Volkswagen	Sudamericana de Vapores	Grupo Alfa
Fiat Automóveis	Antofagasta Plc	Grupo BAL
Bunge Alimentos	Mall Plaza	Volkswagen de México
Wal-Mart	Sodimac	Coca - Cola Femsa
Norberto Odebrecht	Chilectra	Bodega Aurrerá
Coca-Cola	Los Pelambres	Telmex Internacional
Vivo	Entel	Organización Soriana
BRF Foods	Ripley	Grupo Modelo
Cargill	Anglo American Sur	Hewlett - Packard México
Telesp	Agrosuper	Wal-Mart Supercenter
Grupo Camargo Corrêa	Jumbo	Ford Motor Company

Brasil	Chile	México
Nestlé	Aes Gener	Sam's Club
Braskem	Fasa	Grupo Carso
General Motors	Santa Isabel	Grupo México
Tim Celular	CCU	Cemex México
Grupo Arcelormittal	Movistar	Grupo Salinas
Andrade Gutierrez Participações	Embotelladora Andina	Controladora Mabe
Ipiranga Produtos de Petroleo	Shell Chile	Comercial Mexicana
Cosan	Sigdo Koppers	Oxxo (Femsa Comercio)
Claro Telecom	SQM	Grupo Televisa
Cemig	CAP	Alpek
Unilever	Telefónica Chile	Grupo Maseca
Correios E Telégrafos	Petrobras	Pemex Petroquímica
CSN	Entel Pcs	Grupo Pepsico
Usiminas	Enami	Grupo Industrial Lala
Brasil Telecom	Empresas Banmédica	El Puerto de Liverpool
Embraer	CGE Distribución	Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma
Embratel	Quiñenco	Industrias Peñoles
CPFL Energía	Minera Valparaíso	Sanmina - Sci Systems de México
Extra	Anglo American Norte	Nestlé de México
Casas Bahia	Colbún	Grupo Elektra
TAM	Salfacorp	Almacenes Coppel
Marfrig	CMPC Tissue	Delphi Automotive Systems
Ford	Candelaria	Industrias Peñoles - Metals
Refap - Alberto Pasqualini	Xstrata Copper Chile S.A.	Minera México
	Edelnor	Flextronics Manufacturing

Argentina	Colombia	Perú
Techint	Ecopetrol	Refinería La Pampilla
YPF	Almacenes Éxito	Telefónica del Perú
Tenaris	Organización Terpel	Petroperú
Cargill	Comcel	Southern Perú Copper Corp.
Ternium	Exxonmobil	Minera Yanacocha
Bunge	Grupo Nac. de Chocolates	Minera Antamina
Carrefour	Empresas Públicas de Medellín	Minera Cerro Verde
Cencosud	Refinería de Cartagena	IFH Perú - Grupo Interbank
Telecom	Bavaria	Holding Alimentario del Perú
Petrobras Energía	Telefónica Colombia	Aje Group
Pan American Energy	Carrefour	Alicorp
Aceitera General Deheza	Grupo Bavaria	Barrick Misquichilca
Volkswagen	Avianca	Consortio Minero Cormin
Movistar	Grupo Argos	Movistar
Claro	Drummond	Falabella Perú
Arcor	Grupo ISA	
Molinos Río de La Plata	Carbones Del Cerrejón	
Shell Capsa	Codensa	
Ford	Olímpica	
Peugeot - Citroën	Chevron Petroleum Company	

Venezuela	Ecuador	Costa Rica	Panamá
PDVSA	Petroecuador	Recope	Autoridad Del Canal De Panamá
Pequiven	Supermercados La Favorita	Intel	Copa Airlines
Cantv	Concel	Grupo Ice	
Movistar			
Sivensa			

Anexo II: Listado de Entidades Promotoras de RSE en América Latina

A continuación presentamos una lista con las entidades de promoción de la RSE en los países que participaron en el estudio 2011. Las entidades incluidas en los países Argentina, Chile, Colombia y México se tomaron del “Mapeo de Promotores de RSE” disponible en <http://www.mapeo-rse.info/>⁴.

ARGENTINA

AMARTYA	http://www.amartya.org.ar/
ACDE (Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas)	http://www.acde.org.ar
AFRAS (Asociación Franquicia Sustentable)	http://www.franquiasolidaria.com.br/portal/index.php?AFRAS-Argentina
ALTERNATIVA 3	http://www.alternativa3.org/
AmCham (American Chamber)	http://www.amchamar.com.ar
AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina)	http://www.amia.org.ar/
BAIREXPORT	http://www.bairexport.com
BID (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/es/paises/argentina/argentina-y-el-bid,1011.html
CAF (Corporación Andina de Fomento)	http://www.caf.com
Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana	http://www.ahkargentina.com/argentina/
CCI (Cámara de Comercio Internacional)	http://www.iccwbo.org/id15216/
CCIFA (Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina)	http://www.ccifa.com.ar/
CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible)	http://www.ceads.org.ar/
CEER (Consejo Empresario de Entre Ríos)	http://www.ceer.org/
CENARSECS (Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social)	http://www.econ.uba.ar/
ComunicaRSE	http://www.comunicarseweb.com.ar
Foro Ecueménico Social	http://www.foroecumenico.com.ar/
Foro Empresarial de la Patagonia	http://www.foropatagonia.com/
Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	http://buenosaires.gov.ar/
Empresas por la Infancia	http://www.empresasxlainfancia.org/
EticAgro	http://www.eticagro.com.ar/
FARN (Fundación Ambiente y Recursos Naturales)	http://www.farn.org.ar/
FCA (Fundación Carolina Argentina)	http://www.fundacioncarolina.org.ar
FOC (Fundación Organización Comunitaria)	http://www.fundacionfoc.org.ar/
FORETICA ARGENTINA	http://www.foretica.com.ar/
Fundación Avina Argentina	http://www.avina.net/esp/
Fundación Compromiso	http://www.compromiso.org/
Fundación del Tucumán	http://www.fundaciondeltucuman.org.ar/
Fundación El Otro	http://www.elotro.org.ar/
Fundación Export.Ar	http://exportar.org.ar/

4. En la elaboración de este listado participaron Angélique Turboust, estudiante del Instituto de Estudios Políticos de Lille, Francia y Lauren Terrazas, estudiante de la Universidad de California, Santa Barbara, USA.

ARGENTINA

Fundación Premio Nacional a la Calidad	http://www.premiocalidad.org.ar/
FUNDES (Fundación para el Desarrollo Sostenible Argentina)	http://www.fundes.org/
FVSA (Fundación Vida Silvestre Argentina)	http://www.vidasilvestre.org.ar/
GDFE (Grupo de Fundaciones y Empresas)	http://www.gdfe.org.ar/
IARSE	http://www.iarse.org
IESC (Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa)	http://www.sustentabilidad.org.ar/
INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo)	http://inadi.gob.ar/
INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial)	http://www.inti.gov.ar/
IRAM (Instituto Argentino de Normalización)	http://www.iram.org.ar/
Revista Futuro Sustentable	http://www.futurosustentable.com.ar/
La Usina	http://www.lausina.org/
MoveRSE (Movimiento hacia la Responsabilidad Social Empresaria)	http://www.moveuse.org/
MTEySS (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación)	http://www.trabajo.gob.ar/
Nuevos Aires	http://nuevosairesac.wordpress.com/
Periodismo Social	http://www.periodismosocial.org.ar/
Poder Ciudadano	http://poderciudadano.org/
Proconsumer (Protección Consumidores del Mercado Común del Sur)	http://www.proconsumer.org.ar/
Red Argentina del Pacto Global	http://www.pactoglobal.org.ar/
Red Puentes Argentina	http://www.redpuentes.org/
SES (Fundación Sustentabilidad, Educación, Solidaridad)	http://www.fundses.org.ar/
Sinergia	http://revista-sinergia.com/
Tercer Sector	http://www.tercersector.org.ar/
UADE (Universidad Argentina de la Empresa)	http://www.uade.edu.ar/
UCES (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales)	http://www.uces.edu.ar/
UDES (Universidad de San Andrés)	http://www.udesa.edu.ar/
UTN (Universidad Tecnológica Nacional)	http://www.utn.edu.ar
Va de Vuelta	http://vadevuelta.wordpress.com/
Valos	http://www.valos.org.ar/
Visión Sustentable	http://www.visionsustentable.com.ar

BOLIVIA

AHKBOL	http://www.ahkbol.com/
Avina Bolivia	http://www.avina.net/esp/Bolivia.aspx
CANEB	http://www.caneb.org.bo/

BOLIVIA

CNDA (Cámara Nacional de Despachantes de Aduanas)	http://www.cnda.net.bo/cnda/
CNI (Cámara Nacional de Industrias)	http://www.bolivia-industry.com/
COBORSE (Fundación Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial)	http://www.coborse.org/
Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz	http://www.santacruz.gob.bo/
IBCE (Instituto Boliviano de Comercio Exterior)	http://www.ibce.org.bo/
IDB Bolivia (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/bolivia/bolivia-and-the-idb,1086.html
INE (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia)	http://www.ine.gob.bo/
Red Bolivia Emprendedora	http://www.boliviaemprendedora.org.bo/
RSE Bolivia	http://www.rsebolivia.org/
SNV Bolivia	
UAGRM (Facultad de Ciencias Económicas y Financieras)	http://www.postgradoeconomia-uagrm.edu.bo/
UAGRM (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno)	http://www.uagrm.edu.bo/
Universidad Nur	http://www.nur.edu/

BRASIL

Avina Brasil	http://www.avina.net/esp/Brasil.aspx
BNDES (Banco Brasileño de Desarrollo)	http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_es/
CEBDS (Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible)	http://www.cebds.org.br/cebds/
Empresa Pro-ética	http://www.cgu.gov.br/empresaproetica/
FDC (Fundação Dom Cabral)	http://www.fdc.org.br/es
FGV (Fundación Getúlio Vargas)	http://portal.fgv.br/
Forum Clima	http://www.forumempresarialpeloclima.org.br/default.php
GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas)	http://www.gife.org.br/
IADB Brasil (Inter-American Development Bank)	http://www.iadb.org/en/countries/brazil/brazil-and-the-idb,1002.html
Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas)	http://www.ibase.br/pt/
Instituto Ethos	http://www1.ethos.org.br
Jogos Limpos	http://www.jogoslimpos.org.br/
MEB (Movimiento empresarial pela biodiversidade)	http://www.mebbrasil.org.br/default.aspx
Pacto Global Rede Brasileira	http://www.pactoglobal.org.br/
Red Nossa Sao Paulo	http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/

CHILE

Acción RSE	http://www.accionrse.cl/
AmCham (Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio)	http://www.amchamchile.cl/
ASCH (Asociación Chilena de Seguridad)	http://www3.achs.cl
BID (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/es/paises/chile/chile-y-el-bid,1090.html

CHILE

CCHC (Cámara Chilena de la Construcción)	http://www.cchc.cl/
CCI (Cámara de Comercio Internacional Chile)	http://www.iccwbo.org/id15230/index.html
CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer)	http://www.cedem.cl/cedem.htm
CENDA (Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo)	http://www.cendachile.cl/
Chile Transparente	http://www.chiletransparente.cl/
CORFO (Corporación de Fomento a la Producción)	http://www.corfo.cl/
Corporación Domos	http://www.domoschile.cl/
Corporación Pro O'Higgins	http://www.pro-ohiggins.cl/
CPC (Confederación de la Producción y del Comercio)	http://www.cpc.cl/
CUT (Central Unitaria de Trabajadores)	http://www.cutchile.cl/
FSC (Forest Stewardship Council)	http://www.fsc-chile.org/
Fundación Avina Chile	http://www.avina.net/esp/
Fundación Casa de la Paz	http://www.casadelapaz.cl/
Fundación Chile	http://www.fundacionchile.com/
Fundación PROhumana	http://www.prohumana.cl/
FUNDES (Fundación para el Desarrollo Sostenible Chile)	http://www.fundes.org/
INN (Instituto Nacional de Normalización)	http://www3.inn.cl/portada/index.php
ODECU (Organización de Consumidores y Usuarios de Chile)	http://www.odecu.cl/
Pontificia Universidad Católica de Chile	http://www.uc.cl/
Red Pacto Global Chile	http://www.pactoglobal.cl/
Red Puentes Chile	http://www.redpuentes.org/
SENCE (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo)	http://www.sence.cl/sence/
SERNAGEOMIN (Servicio Nacional de Geología y Minería)	http://www.sernageomin.cl/
SERNAM (Servicio Nacional de la Mujer)	http://portal.sernam.cl/
SOFOFA (Sociedad de Fomento Fabril)	http://web.sofofa.cl/
UNAB (Universidad Andrés Bello)	http://www.unab.cl/
Universidad Adolfo Ibáñez	http://www.uai.cl/
Universidad Alberto Hurtado	http://www.uahurtado.cl/
USEC (Unión Social de Empresarios Cristianos)	http://www.usec.cl/
Vincular	http://www.vincular.cl/
WWF (World Wildlife Fund)	http://chile.panda.org/

COLOMBIA

Alcaldía Mayor de Bogotá	http://www.bogota.gov.co
ACOPI (Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias)	http://www.acopi.org.co/
AmCham Colombia (Cámara de Comercio Colombo-americana)	http://www.amchamcolombia.com.co/
ANDESCO (Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividad)	http://www.andesco.com
Andi (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia)	http://www.andi.com.co/
Asocolflores (Asociación Colombiana de Exportadores de Flores)	http://www.asocolflores.org/

COLOMBIA

BID (Banco Interamericano del Desarrollo en Colombia)	http://www.iadb.org/es/paises/colombia/colombia-y-el-bid,1026.html
CAF (Corporación Andina de Fomento en Colombia)	http://www.caf.com/view/index.asp?ms=0
CAMACOL (Cámara Colombiana de la Construcción de Antioquia)	http://www.camacolantioquia.org.co/
CCB (Cámara de Comercio de Bogotá)	http://www.ccb.org.co
CCI (Cámara de Comercio Internacional Colombia)	http://www.iccwbo.org/id15236/
CCRE (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial)	http://www.ccre.org.co/
CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible)	http://www.cecodes.org.co/
CECORP (Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional)	http://www.cecorp.org
CNP (Centro Nacional de Productividad)	http://www.cnp.org.co/
Colombia Incluyente	http://www.colombiaincluyente.org
Comfamiliar Huila (Caja de Compensación Familiar del Huila)	http://comfamiliarhuila.com/
Comfandi (Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca)	http://www.comfandi.com.co/
Confecámaras (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio)	http://www.confecamaras.org.co/
CONFECOOP (Confederación de Cooperativas de Colombia)	http://www.confecoop.coop/
Cornare	http://www.cornare.gov.co/
Corporación Fenalco Solidario	http://www.fenalcosolidario.com
Corporación Transparencia por Colombia	http://www.transparenciacolombia.org.co/
EIA (Escuela de Ingeniería de Antioquia)	http://www.eia.edu.co/site/
ExE (Fundación Empresarios por la Educación)	http://www.fundacionexe.org.co/wps/
FCC (Fundación Carolina Colombia)	http://www.fundacioncarolina.org.co
Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)	http://www.fenalco.com.co
FIP (Fundación Ideas para la Paz)	http://www.ideaspaz.org/portal/
FNC (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia)	http://www.federaciondecafeteros.org/
Fundación Avina Colombia	http://www.avina.net/esp/
Fundación Berta Martínez	http://www.bertamartinez.org/
Fundación El Cinco	http://www.elcinco.org/
FUNDES (Fundación para el Desarrollo Sostenible Colombia)	http://www.fundes.org/?cnty=1005&lang=
ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación)	http://www.icontec.org.co/
La República	http://www.larepublica.co/
MAVDT (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial)	http://www.minambiente.gov.co/portal/default.aspx
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia	https://www.mincomercio.gov.co/
Pontificia Universidad Javeriana	http://puj-portal.javeriana.edu.co/
Proantioquia (Fundación para el Progreso de Antioquia)	http://www.proantioquia.org.co/
Promotora de Comercio Social	http://www.promotoradecomerciosocial.com.co
Red Colombiana del Pacto Mundial	http://www.unglobalcompact.org/NetworksAroundTheWorld/local_network_sheet/CO.html
Revista RS (Responsabilidad Sostenibilidad)	http://rsrevista.com/revistars/
RI Colombia (Responsabilidad Integral)	http://www.responsabilidadintegral.org/

COLOMBIA

Superintendencia de Sociedades	http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?Mlval=ppal&dir=90
UEC (Universidad Externado de Colombia)	http://portal.uexternado.edu.co
UN (Universidad Nacional de Colombia)	http://www.unal.edu.co/
Uniandes (Universidad de los Andes)	http://www.uniandes.edu.co/
Universidad del Norte	http://www.uninorte.edu.co/
Universidad del Rosario Colombia	http://www.urosario.edu.co/

COSTA RICA

AED (Asociación Empresarial para el Desarrollo)	http://www.aedcr.com/cmsmadesimple/
Aliarse para el Desarrollo	http://www.aliarse.org/
Avina Costa Rica	http://www.avina.net/esp/Costa-Rica.aspx
CCNRS (Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social Costa Rica)	http://www.ccnrs.com/
CEGESTI (Desarrollo Integral Sostenible Costa Rica)	http://www.cegesti.org/
CICR (Cámara de Industrias de Costa Rica)	http://www.cicr.com/
CIDH (International Center for Sustainable Human Development)	http://www.cidh.ac.cr/
COOPEMEX	http://www.coopemex.fi.cr/nosotros/empresas/GEGR/cooperativas/index.php
IDB Costa Rica (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/costa-rica/costa-rica-and-the-idb,1068.html
IFAM	http://www.ifam.go.cr/
INCAE	http://www.incae.edu/
Ministerio de Economía Industria y Comercio	http://www.meic.go.cr/

COSTA RICA

AED (Asociación Empresarial para el Desarrollo)	http://www.aedcr.com/cmsmadesimple/
Aliarse para el Desarrollo	http://www.aliarse.org/
Avina Costa Rica	http://www.avina.net/esp/Costa-Rica.aspx
CCNRS (Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social Costa Rica)	http://www.ccnrs.com/
CEGESTI (Desarrollo Integral Sostenible Costa Rica)	http://www.cegesti.org/
CICR (Cámara de Industrias de Costa Rica)	http://www.cicr.com/
CIDH (International Center for Sustainable Human Development)	http://www.cidh.ac.cr/
COOPEMEX	http://www.coopemex.fi.cr/nosotros/empresas/GEGR/cooperativas/index.php
IDB Costa Rica (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/costa-rica/costa-rica-and-the-idb,1068.html
IFAM	http://www.ifam.go.cr/
INCAE	http://www.incae.edu/
Ministerio de Economía Industria y Comercio	http://www.meic.go.cr/
Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica	http://www.mideplan.go.cr/

COSTA RICA

Red Pacto Global Costa Rica	http://www.pnud.or.cr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=19&Itemid=103
Universidad Nacional Costa Rica, Escuela de Relaciones Internacionales	http://www.ri.una.ac.cr/

ECUADOR

CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social)	http://www.redceres.org/
Acorvol	http://acorvol.org/
Agencia Municipal de Desarrollo Económico	http://www.conquito.org.ec/
AISEEC	http://www.aiesec.org/ecuador/
Andrade & Asociados	http://www.andradeasociados.org/
Avina Ecuador	http://www.avina.net/esp/Ecuador.aspx
Cámara de Comercio de Quito	http://www.lacamaradequito.com/
Cámara de Comercio de Quito	http://www.ccq.org.ec/
Cámara de Industrias de Guayaquil	http://www.cig.org.ec/inicio.ks
Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana	http://ecuador.ahk.de/es/
Care Ecuador	http://www.care.org.ec/webcare/
CEDA (Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental)	http://www.ceda.org.ec/
CEMDES (Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible)	http://www.cemdes.org/
CERES (Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social)	http://www.redceres.org/
CORPEI	http://www.corpei.org
ESPOL (Escuela Superior Politécnica del Litoral)	http://www.espol.edu.ec/
Femdes (Fundación de Empresarios para el Desarrollo Social)	
FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador)	http://www.flacso.org.ec/portal/
Fondo Ambiental Nacional	http://www.fan.org.ec/
Fundación Charles Darwin	http://www.darwinfoundation.org/english/pages/index.php
Fundación Esquel	http://www.esquel.org.ec/
Fundación Huancavilca	http://huancavilca.org.ec/page/inicio.htm
Fundación Leonidas Ortega Moreira	http://www.flom.org.ec/
Fundación Mariana de Jesús	http://www.fmdj.org/
Fundación Natura	http://www.fnatura.org/
IDB Ecuador (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/ecuador/ecuador-and-the-idb,1065.html
Inclusys	http://www.inclusys.com.ec/
INNFA (Instituto Nacional del Niño y la Familia)	http://www.oei.es/linea3/inicial/ecuadorne.htm#2
IRSE (Instituto de Responsabilidad Social Empresarial)	http://www.irse-ec.org/
Patronato Municipal San José Quito	http://www.quito.gov.ec/el-municipio/fundaciones/fundacionpatronato.html
Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador	http://www.plataformaresponsabilidadsocial.org/
Red del Pacto Global en Ecuador	http://www.pactoglobal.ec/
SENDAS	http://www.sendas.org.ec/sendas/
SESO (Sociedad Ecuatoriana de Seguridad, Salud Ocupacional y Gestión Ambiental)	http://www.seso.org.ec/default.htm

ECUADOR

Universidad Casa Grande	http://www.casagrande.edu.ec/
Universidad del Pacífico	http://www.upacifico.edu.ec
Universidad Espíritu Santo	http://www.uees.edu.ec
UTPL (Universidad Técnica Particular de Loja)	http://www.utpl.edu.ec/

EL SALVADOR

FUNDEMÁS (Fundación Empresarial para la Acción Social)	http://www.fundemas.org/
FUSADES (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social)	http://www.fusades.org/
IADB El Salvador (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/el-salvador/el-salvador-and-the-idb,1062.html

HONDURAS

Asociación Nacional de Industriales	http://www.cehdes.org/principal.html
Cámara de Comercio e Industrias de Choloma, CCICH	http://www.cnpml-honduras.org
Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, CCIC	http://www.iadb.org/en/countries/honduras/honduras-and-the-idb,1053.html
Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, CCIT	http://www.ccit.hn/
Cámara de Comercio Hondureño-Americana	http://www.amchamhonduras.org/
Care Honduras	http://www.care.org
CEHDES (Consejo Empresarial Hondureño para el Desarrollo Sostenible)	http://www.cehdes.org/
Centro Nacional de Producción Más Limpia de Honduras	http://www.cnpml-honduras.org/
Consejo Empresarial de América Latina, Capítulo Honduras	http://www.ceal-int.org/ESP/capitulos/honduras.html
Consejo Hondureño de la Empresa Privada, COHEP	http://www.cohep.com/
FUNDAHRSE	http://www.fundahrse.org/
IADB Honduras (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/honduras/honduras-and-the-idb,1053.html
Ministerio de Desarrollo Social	http://desarrollosocial.gob.hn/
Organismo Hondureño de Normalización	http://www.hondurascalidad.org/normalizacion.htm
Un Techo para Mi País	http://www.untechoparamipais.org/
United Way Honduras	http://www.unitedwayhonduras.org/
Voces Vitales Honduras	http://www.vitalvoices.org/

MÉXICO

AccionaRSE	http://accionarse.blogspot.com/
AliaRSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México)	http://www.aliarse.org.mx/
ANIQ (Asociación Nacional de Industria Química)	http://www.aniq.org.mx/

MÉXICO

BID en México (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/mexico/mexico-and-the-idb,1048.html
CANACEM (Cámara Nacional del Cemento)	http://www.canacem.org.mx/
CCI México (Cámara de Comercio Internacional)	http://www.iccmex.mx/
CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)	http://www.cemefi.org/spanish/index.php
Centro IDEARSE para la Responsabilidad y Sustentabilidad de la Empresa	http://www.anahuac.mx/idearse/
CERTIFOR (Sociedad para la Promoción del Manejo Forestal Sostenible)	http://www.mx.fsc.org/
CESPEDES (Centro de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable)	http://www.cce.org.mx/cespedes/
CETIFARMA (Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica)	http://www.canifarma.org.mx/
CJM (Comercio Justo México)	http://www.comerciojusto.com.mx/
COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica)	http://www.compite.org.mx/
CONAES (Consejo Nacional Empresarial sobre el Sida)	http://twitter.com/#!/CONAESMX
CONAPRED (Consejo Nacional para la Prevención de la Discriminación)	http://www.conapred.org.mx/
CONCAMIN (Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos)	http://www.concamin.org.mx/
COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana)	http://www.coparmex.org.mx/
DGN (Dirección General de Normas)	http://www.economia.gob.mx/swb/swb/
FECHAC (Fundación del Empresariado Chihuahuense)	http://www.fechac.org/web/index.php
Fundación Carolina México	http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/Paginas/index.aspx
Fundación Comunitaria Querétaro	http://www.fundacionqueretaro.org/
FUNDEMEX (Fundación del Empresariado en México A.C.)	http://www.fundemex.org.mx/
FUNTEC (Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa)	http://www.funtec.org/
Ganar-Ganar	http://www.ganar-ganar.com.mx/
IMNC (Instituto Mexicano de Normalización y Certificación)	http://www.imnc.org.mx/
Inmujeres (Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México)	http://www.inmujeres.gob.mx/
ITESM (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey)	http://www.itesm.edu
PROFECO (Procuraduría Federal de Protección al Consumidor)	http://www.profeco.gob.mx/
PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Ambiente)	http://www.profepa.gob.mx/
Red del Pacto Mundial en México	http://www.pactomundial.org.mx/home/
Red Puentes México	http://www.redpuentes.org/index.php?option=com_content&ask=view&id=23&Itemid=22
SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales)	http://www.semarnat.gob.mx
STPS (Secretaría del Trabajo y Previsión Social)	http://www.stps.gob.mx
TM (Transparencia Mexicana)	http://www.transparenciamexicana.org.mx/
UIA (Universidad Iberoamericana)	http://www.uia.mx/
USEM (Unión Social de Empresarios de México)	http://www.usem.org.mx/
WWF México (World Wildlife Fund)	http://www.wwf.org.mx/wwfmex/

NICARAGUA

UniRSE	http://www.unirse.org/
ANIFODA (Asociación Nicaragüense de Formuladores y Distribuidores de Agroquímicos)	http://anifoda.org/
APEN (Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua)	http://www.apen.org.ni/
Avina Nicaragua	http://www.avina.net/esp/Nicaragua.aspx
CONIMIPYME	http://www.conimipyme.org.ni/
COSEP (Consejo Superior de la Empresa Privada en Nicaragua)	http://www.cosep.org.ni/
CPML Nicaragua (Centro de producción más limpia)	http://www.pml.org.ni/
IADB Nicaragua (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/nicaragua/nicaragua-and-the-idb,1045.html
ProPemce	http://www.propemce.org.ni/

PANAMÁ

SumaRSE	http://www.sumarse.org.pa/
CEDIS (Centro Empresarial de Inversión Social)	www.cedis.org.pa
IADB Panamá (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/panama/panama-and-the-idb,1042.html
Integrarse	http://www.integrarse.org.pa/

PARAGUAY

ADEC (Asociación de Empresarios Cristianos)	http://www.adec.org.py/
Avina Paraguay	http://www.avina.net/esp/Paraguay.aspx
IADB Paraguay (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/paraguay/paraguay-and-the-idb,1039.html
Red Pacto Global Paraguay	http://www.pactoglobal.org.py/
Responsabilidad Social Empresarial Paraguay	http://www.rse.org.py/

PERÚ

Perú 2021	http://www.peru2021.org/
AmCham (Cámara de Comercio Americana del Perú)	http://www.amcham.org.pe/
Cámara de Comercio de Lima	http://www.camaralima.org.pe/
Cámara de Comercio Peruano Nórdica	http://www.camaranordica.org.pe
Cámara de Comercio y Producción de Piura	http://www.camcopiura.org.pe/
Cámara de Comercio y Producción La Libertad	http://www.camaratru.org.pe/
Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico	http://www.up.edu.pe/ciup/default.aspx
Comunidad CODERE	http://www.comunidadcodere.com.ar/rsc.php
CONFIEP (Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas)	http://confiep.org.pe/
DGEE (Dirección General de Eficiencia Energética)	http://www.minem.gob.pe/descripcion.php?idSector=12&idTitular=3011&idMenu=sub3001&idCateg=716#
Grupo GEA Desarrollo Sustentable	http://www.grupogea.org.pe/

PERÚ

IADB Perú (Banco Interamericano de Desarrollo)	http://www.iadb.org/en/countries/peru/peru-and-the-idb,1037.html
INGEMMET (Instituto Geológico Minero y Metalúrgico)	http://www.ingemmet.gob.pe/
IPAE (Instituto Peruano de Administración de Empresas)	http://escuela.ipae.pe/
Pontificia Universidad Católica del Perú	http://www.pucp.edu.pe/content/index.php
Red de Responsabilidad Social	http://www.responsabilidadsocialperu.org/
Red Pacto Mundial Perú	http://www.pactomundial.confiep.org.pe/
Revista RSA (Responsabilidad Social & Ambiental)	http://rsarevista.pe/
SASE Consultores (Seguimiento de Análisis y Evaluación para el Desarrollo)	http://www.sase.com.pe/
Tecsup	http://www.tecsup.edu.pe/webuds/web/principal
Universidad Católica San Pablo	http://www.ucsp.edu.pe/
Universidad de Piura	http://udep.edu.pe/
Universidad del Pacífico	http://www.up.edu.pe
UPAO Trujillo Perú (Universidad Privada Antenor Orrego)	http://www.upao.edu.pe/

URUGUAY

DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social)	http://www.deres.org.uy/home/home.php
ACDE (Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa)	http://www.acde.org.uy/
ADM (Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay)	http://www.adm.com.uy/home/
ADPUGH (Asociación de Profesionales Uruguayos de Gestión Humana)	http://www.adpu.org/
APPCU (Asociación de Promotores Privados de la Construcción del Uruguay)	http://www.appcu.org/
Avina Uruguay	http://www.avina.net/esp/Uruguay.aspx
Cámara de Industrias del Uruguay	http://www.ciu.com.uy/innovaportal/v/31344/1/innova.front/
Cámara Nacional de Comercio y Servicios	http://www.cnccs.com.uy/
CCEAU (Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay)	http://www2.ccea.com.uy/colegio/
CEMPRE (Compromiso Empresarial Para el Reciclaje)	http://www.cempre.org.uy/
IADB Uruguay (Inter-American Development Bank)	http://www.iadb.org/en/countries/uruguay/uruguay-and-the-idb,1028.html
Red Pacto Global Uruguay	http://centroregionalpmal.org/index-0311.html
UNIT (Instituto Uruguayo de Normas Técnicas)	http://www.unit.org.uy/
Universidad Católica del Uruguay	http://www.ucu.edu.uy/

VENEZUELA

CEDICE (El Centro de Divulgación del Conocimiento Económico)	http://www.cedice.org.ve/
CEVEDES (Consejo empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible)	http://www.cenda.usb.ve
IADB Venezuela (Inter-American Development Bank)	http://www.iadb.org/en/countries/venezuela/venezuela-and-the-idb,1027.html
RSE Venezuela	http://rsevenezuela.com/
Venamcham	http://www.venamcham.org/

PATROCINADORES DEL ESTUDIO:



Construyendo el futuro™



PATROCINADORES DE LA RED FORUM EMPRESA:



Construyendo el futuro™



ENTIDADES ADHERENTES AL ESTUDIO:



Centro de Competencia
Mercantil para Responsabilidad
Social Empresarial



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID



Centro Regional de Apoyo para
América Latina y el Caribe

MEDIOS ALIADOS:



REVISTA
Summa



Comunica **RSE**