

# Esquemas de verificación y certificación en la Responsabilidad Social Corporativa

**Palma de Mallorca,  
28 de junio de 2007**

Ana Fombella



**BUREAU  
VERITAS**

For the benefit of business and people



BUREAU  
VERITAS

## INDICE

- 1 Razones y oportunidad de negocio
- 2 Esquemas de certificación y verificación



## ¿De qué premisas parte la Responsabilidad Social Corporativa?

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) parte de lo que somos; personas y valores.

Básicamente significa asumir la esencia de la organización empresarial como conjunto de personas que interactúan en el marco de la sociedad.

**ORGANIZACIÓN = SUMA DE INDIVIDUOS SOCIALES**

La RSC es además un sistema integral de gestión, que produce comportamientos coherentes a medio / largo plazo.

La RSC, como enfoque ético, induce comportamientos responsables hacia todas las personas y grupos sociales que se relacionan con la empresa, de forma tal que se alcanza la confianza de todos ellos y la reputación necesaria para legitimarse ante la sociedad.



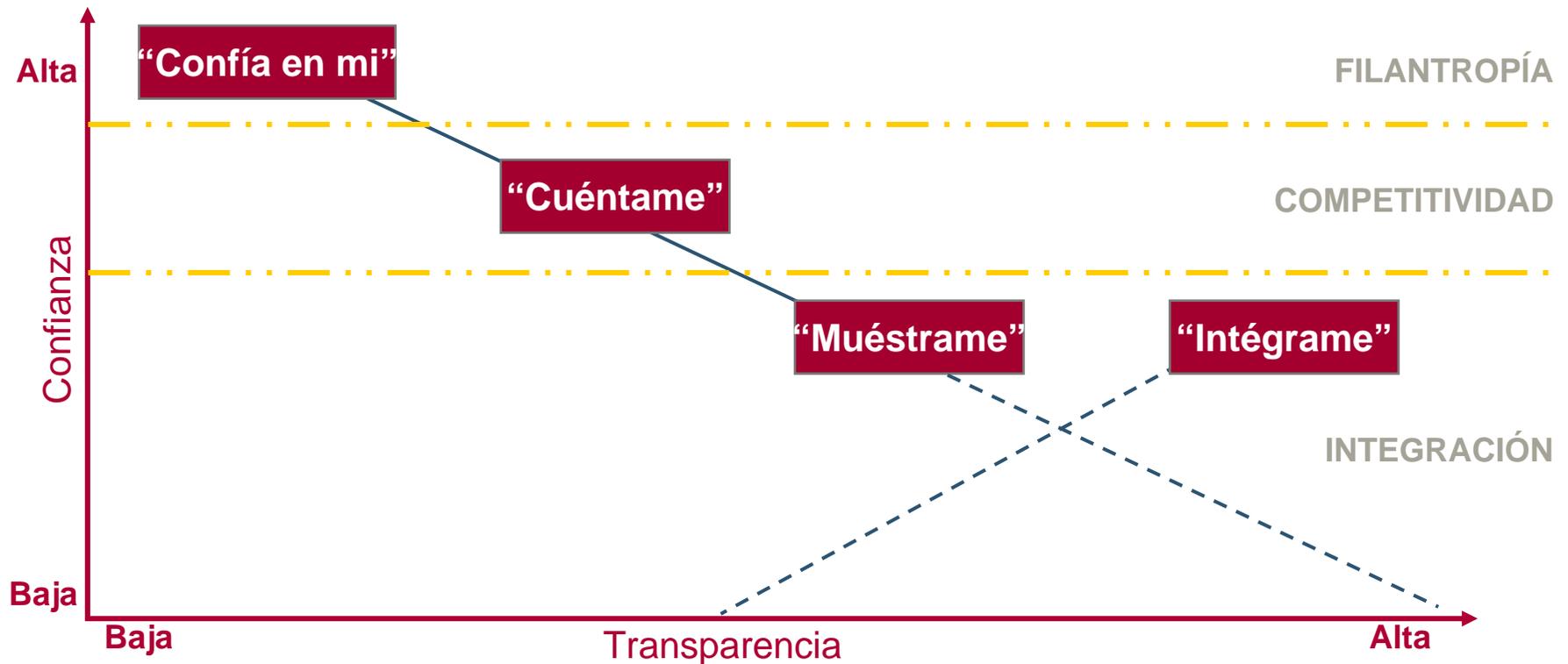
# 1

Razones y oportunidad de negocio

## ¿Por qué abordar un planteamiento de RSC?

¿Cómo han evolucionado las relaciones empresa-sociedad en los últimos años?

Shell International Sustainable Development Group



BUREAU  
VERITAS

¿Qué puede ocurrir si no se asumen los principios de la Responsabilidad Social como parte integrante de la gestión empresarial?

- ⇒ Hostilidad de las comunidades del entorno
- ⇒ Dificultad de instalación en nuevas ubicaciones
- ⇒ Boicots de consumidores
- ⇒ Foco de atención en medios de comunicación
- ⇒ Reacción en contra de los profesionales y trabajadores de la empresa
- ⇒ Reserva del sector y de los mercados financieros
- ⇒ Predisposición en contra por parte de las autoridades públicas

- ⇒ Pérdida de imagen y reputación corporativa
- ⇒ Cambio reactivo de las prioridades de negocio
- ⇒ Coste inmediato de gestión y coste de recuperación a medio plazo
- ⇒ Impacto negativo sobre el valor financiero del activo
- ⇒ Amenaza la rentabilidad a largo plazo



**PÉRDIDA DE VALOR**



En definitiva, podemos concluir que:

Las percepciones de la responsabilidad en la comunidad acerca de una empresa pueden llegar a ser tan importantes como la percepción sobre sus productos y servicios<sup>1</sup>.

Las compañías percibidas positivamente en términos de su comportamiento hacia la comunidad en donde trabajan, son las que más probablemente serán percibidas como sinceras en sus comunicaciones.

Las acciones de responsabilidad social corporativa, honestas, de largo plazo y bien comunicadas, y aún mejor, en las que participen voluntariamente los empleados, sirven para lograr objetivos importantes, generan lealtad y ayudan a permanecer en la empresa cuando hay dificultades.



<sup>1</sup>“El valor actual de las empresas puede estimarse que radica en un 75% en activos intangibles como la Reglamentación, la marca o la RSC” C.J. Iranzo, Presidente del Instituto de Estudios económicos; I Jornada sobre RSC, Club de Excelencia en la Sostenibilidad. Madrid. Abril 2003



BUREAU  
VERITAS

2



➤ Esquemas de  
certificación y  
verificación en la RSC

**RSC es personas y valores**

**Organización = Suma de individuos**

**RSC es inductora de comportamientos éticos**

**RSC es un sistema integral de gestión**

**Códigos de Conducta  
Memorias de Sostenibilidad.  
AA 1000**

**SA 8000  
SGE 21**

**OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA:  
GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**



Sistemas de Gestión

SA 8000:2001  
SGE 21:2005  
Proyecto ISO 26000

Reporting en Sostenibilidad

Validación  
Validación GRI v3.0  
AA 1000 AS 2003

Codigos y referencias  
de gobiernos e instituciones

OCDE Guidelines  
Global Sullivan princip.  
UN Global Compact



- ▶ **SA 8000 se creó en 1997 por el Panel de Expertos de CEPAA** (Council on Economic Priorities Accreditation Agency, desde el verano de 2000: SAI, Social Accountability International) - **partes interesadas implicadas:**



- **Sindicatos** - Sindicato Internacional de los Trabajadores del Textil
- **ONGs** - p.ej., Comité Nacional sobre Trabajo Infantil de los EEUU
- **Minoristas** - p.ej., Sainsbury's (supermercados del Reino Unido), Eileen Fisher Inc. (ropa, EEUU)
- **Fabricantes** - p.ej., Toys 'R' Us (juguetes), Reebok (prendas deportivas)
- **Empresas de consultoría/certificación**
- **Instituciones académicas** - p.ej., Columbia University

## SA 8000:2001

La primera norma del lugar de trabajo creada para ser totalmente operacional que cubre todos los derechos claves de trabajo y permite la certificación de su cumplimiento por auditores independientes acreditados.

- ▶ El enfoque de Sistemas de Gestión considera la responsabilidad social como una preocupación legítima de las empresas
- ▶ Mecanismo para la mejora continua de las condiciones de trabajo
- ▶ La certificación según SA8000 puede aplicarse a las compañías, a sus contratistas y a los subcontratistas
- ▶ La certificación aplica a centros individuales - una certificación corporativa requiere que todas las fábricas de la compañía cumplan con la norma
- ▶ Se centra en sectores manufactureros y servicios - no incluye industria extractiva
- ▶ Las filiales no quedan cubiertas automáticamente
- ▶ SA8000 desde su última revisión es aplicable a personas que trabajan desde sus casas



**ADMINISTRACIÓN  
ESTRATÉGICA**

Buena administración de las condiciones laborales que implica mejora de normas laborales y calidad de producto.  
Mejora credibilidad comercial.  
Mejora en la protección de la marca y su reputación.

**ADMINISTRACIÓN  
DE PROVEEDORES**

Mejora relación con contratistas y proveedores.  
Buena administración cadena de suministros.  
Mejora calidad de producto.

**COMERCIALIZACIÓN**

Aumento de la información y por tanto de la confianza por parte de los consumidores.  
Promoción de comercios éticos.



## PLANTEAMIENTO DE SA 8000

Planteamiento de los sistemas para gestionar la responsabilidad social:

**Fija requisitos de actuación absolutos (normas laborales mínimas que se deben cumplir.**

**Cláusulas de la Norma.  
Principios internacionales fundamentales**

**Establece los elementos de gestión (p.ej. Política de la empresa, procedimientos, registros, seguimiento interno...) necesarios para asegurar que una empresa cumple con los requisitos de actuación.**

**Implantación del Sistema de Gestión**



- ▶ **Cláusula 1 - Trabajo infantil**
- ▶ **Cláusula 2 - Trabajos forzados**
- ▶ **Cláusula 3 - Salud y seguridad en el trabajo**
- ▶ **Cláusula 4 - Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva**
- ▶ **Cláusula 5 - Discriminación** (modificada en la revisión del 2001)
- ▶ **Cláusula 6 - Medidas disciplinarias**
- ▶ **Cláusula 7 - Horario de trabajo** (modificada en la revisión del 2001)
- ▶ **Cláusula 8 - Compensación**



## Implantación del Sistema de Gestión

### ► Cláusula 9:

- Política de responsabilidad social de la compañía
- Revisión por la Dirección
- Representantes de la compañía
- Planificación y aplicación
- Control de Proveedores / subcontratistas y Sub-proveedores  
(modificado en revisión 2001)
- Identificando problemas / acciones correctoras
- Comunicación externa
- Acceso para Verificación
- Registros



## SGE 21:2005

**FORÉTICA**, asociación independiente sin ánimo de lucro con ámbito de actuación el territorio español, con voluntad de tercera parte, que aplica los conceptos de la gestión de la calidad, que es realidad desde el dos de febrero del año 2000. Sus objetivos primarios, son:

- **Fomentar** la implantación de sistemas de gestión ética en las organizaciones.
- **Sensibilizar** a directivos y empresarios.
- **Desarrollar** modelos para su evaluación.
- **Preparar** códigos internos de conducta Ética.
- **Elaborar** documentos formales básicos y de apoyo.
- **Formar** evaluadores y asesores.
- **Formar** directivos y personal de las organizaciones.



▸ Aplica con criterios objetivos, normas técnicas elaboradas por grupos de trabajo, formados por representantes de todas las partes interesadas, guías, procedimientos, etc, que describen una serie de elementos que configuran la gestión ética.

*“Hacer y hacer parecer. Las cosas no pasan por lo que son, sino por lo que parecen. Valer y saberlo mostrar es valer dos veces. Lo que no se ve es como si no fuese”*

(Aforismo 130)

(Baltasar Gracián, “Oráculo Manual y Arte de Prudencia”, 1647)





Global  
Reporting  
Initiative

- ▶ Proceso para desarrollar y difundir una **iniciativa común para informar** de las **dimensiones sociales, económicas y ambientales** de las actividades de las compañías (actividades, productos y servicios).  
**Memorias de Sostenibilidad**

- Iniciativa promovida por el **CERES** (Coalition for Environmentally Responsible Economies) y el **PNUMA** (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente)
- Se trata de una herramienta **VOLUNTARIA y CONSENSUADA** que establece un marco común para las Organizaciones que deseen **informar** acerca de sus actuaciones en los campos ligados al desarrollo sostenible.

Internacional

Multi-stakeholders

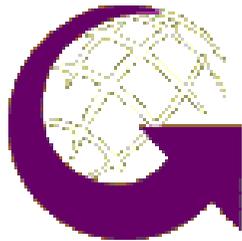
A largo plazo



BUREAU  
VERITAS

1997

**CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies)****PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente)****Participación de ONGs, organizaciones contables, asociaciones empresariales de mas de 35 países****1999 Primer borrador de Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad****Aplicación en 21 compañías multinacionales como experiencia piloto (British Airways, The Body Shop, Shell, General Motors, Procter&Gamble, Henkel, Electrolux,...)****2000 Publicación de la Guía.****2002 Publicación de la versión revisada.****2007 Publicación de la versión 3.0****Global  
Reporting  
Initiative****BUREAU  
VERITAS**



## Global Reporting Initiative

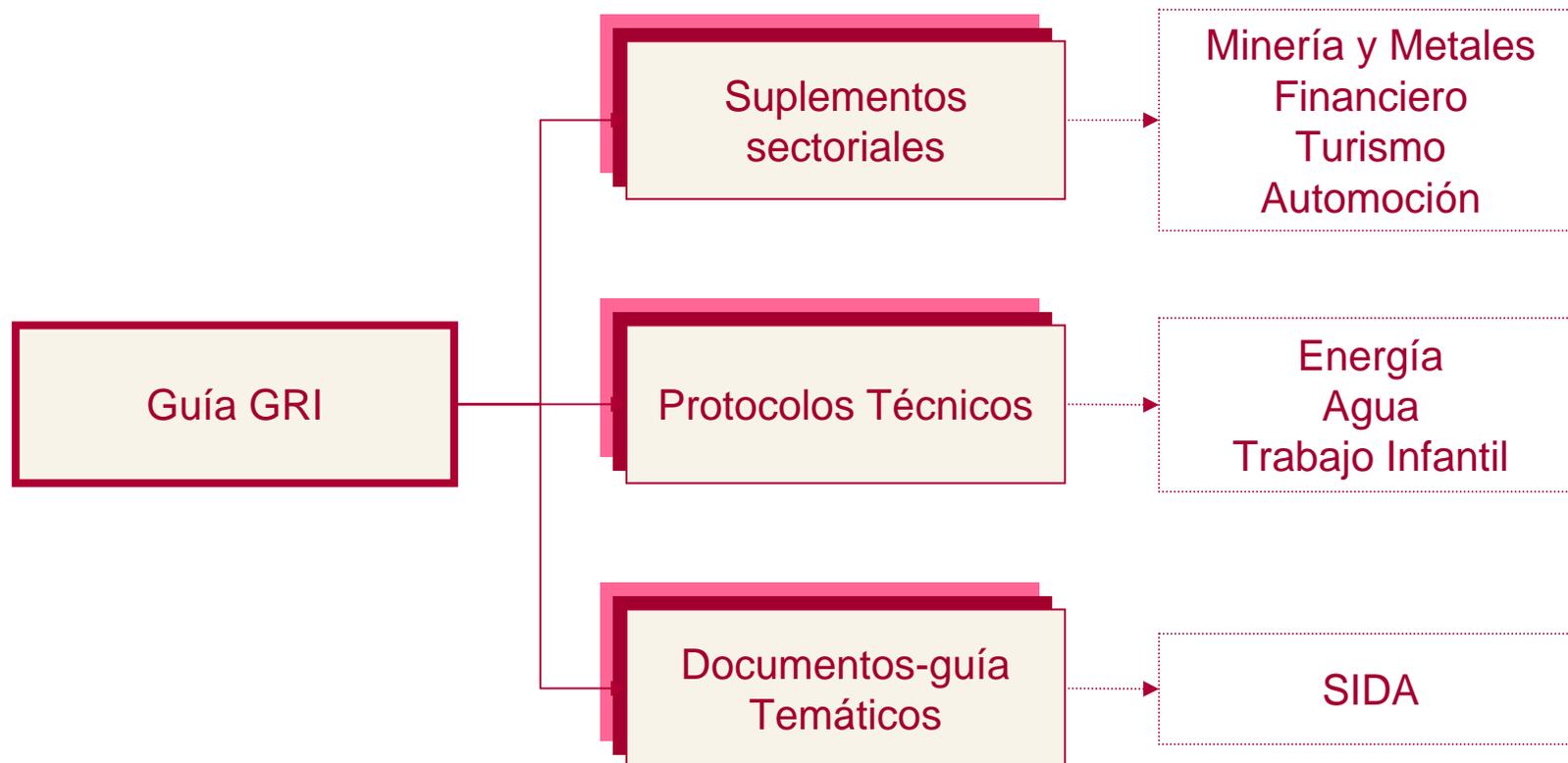
Pretende  
promover

Que la información sea **comparable** entre distintas organizaciones

**Homogeneidad** en cada organización que quiera informar (información sistemática y estructurada, no como respuesta a demandas específicas puntuales)

**Estructura** de información clara, organizada y común





- ✓ Documento útil para presentar el impacto humano y ecológico de una Organización, con objeto de **proporcionar datos fiables y relevantes e informar** a todas las posibles partes interesadas.
- ✓ Herramienta de gestión que ayuda a afianzar, promover, coordinar y evaluar **objetivos de mejora continua** en las actuaciones de una Organización.
- ✓ Ilustra la relación entre los tres elementos que componen la **sostenibilidad**: el económico, el ambiental y el social.
- ✓ Facilita la comparación y el **benchmarking** entre Organizaciones.

- ✓ Permite **identificar puntos conflictivos y oportunidades** no previstas así como evaluar desarrollos potencialmente dañinos en una organización.
- ✓ Instrumento que permite **vincular funciones** habitualmente aisladas y diferenciadas de una corporación (finanzas, marketing, I+D) de un modo más estratégico.
- ✓ Ayuda a **reforzar las relaciones externas** de la organización: con los consumidores, inversores o agrupaciones.
- ✓ Una información exhaustiva y periódica puede suponer una **mayor estabilidad financiera** .

# 2

## GRI Global Reporting Initiative

Report Application Level	C	C+	B	B+	A	A+
<b>Standard Disclosures</b> G3 Profile Disclosures	Report on: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Report Externally Assured	Report on all criteria listed for Level C plus: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Report Externally Assured	Same as requirement for Level B	
G3 Management Approach Disclosures	Not Required		Management Approach Disclosures for each Indicator Category		Management Approach disclosed for each Indicator Category	
G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators	Report on a minimum of 10 Performance Indicators, including at least one from each of: social, economic, and environment.		Report on a minimum of 20 Performance Indicators, at least one from each of: economic, environment, human rights, labor, society, product responsibility.		Respond on each core G3 and Sector Supplement* Indicator with due regard to the materiality Principle by either: a) reporting on the indicator or b) explaining the reason for its omission.	

2002 In Accordance		C	C+	B	B+	A	A+
<b>Mandatory</b>	Self Declared			<input checked="" type="checkbox"/>			
	Third Party Checked			<input checked="" type="checkbox"/>			
	GRI Checked						
<b>Optional</b>	Self Declared		Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
	Third Party Checked						
	GRI Checked						



BUREAU VERITAS

## AA 1000 y AA1000AS

- ▶ Guía que establece principios de seguimiento, monitorización, auditoría y reporte de aspectos éticos y sociales
- ▶ Publicada por el Institute of Social and Ethical AccountAbility en 1999
- ▶ Reconocimiento mundial



## AA1000 y AA1000 Assurance standard

.. Basado en 9 principios

- > Inklusividad
- > Completeness
- > Importancia
- > Regularidad
- > Accesibilidad
- > Embeddedness
- > Calidad en la información
- > Aseguramiento de la calidad
- > Mejora continua



## Principios fundamentales en AA 1000 y AA 1000AS

**Inclusividad en la información** la información es reflejo de todas las necesidades y aspiraciones expresadas por los diferentes stakeholders identificados

**Información Completa** la información incluye todas las áreas de actividad relacionadas con el desarrollo y ejecución en materia social y ética

**Importancia de la información** inclusión de toda la información significativa y relevante que afecta a los stakeholder

**Regularidad en la información** proceso sistematizado para la toma de decisiones



**Accesibilidad** comunicación apropiada y efectiva con los stakeholders, verificada por tercera parte

**Aseguramiento de la calidad** auditoría/verificación por tercera parte

### **Calidad de la información**

- comparabilidad
- relevancia
- trazabilidad
- credibilidad de la información reportada

**Embededness** integrar en la estrategia de la empresa la Responsabilidad Social corporativa

**Mejora continua** principio básico en el desarrollo de todos los Sistemas de gestión







BUREAU  
VERITAS



Muchas gracias por  
su atención

<http://www.bureauveritas.es>

[ana.fombella@es.bureauveritas.com](mailto:ana.fombella@es.bureauveritas.com)