



BOLETÍN LISDINYS

La Iniciativa Salarios Dignos Norte y Sur (LISDINYS)

May 03, 2005

SALARIOS DIGNOS, RSC Y DESARROLLO SUSTENTABLE

[Home](#) [Inicio](#) [Boletines](#) Boletín Verano 2005

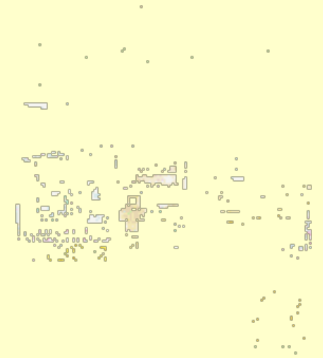
Pulsa aquí para bajar el archivo pdf del boletín con todos los vínculos a los documentos pdf contenidos en el boletín

En esta edición:

- [El Poder del Consumidor en la Lógica del Mercado - Democracia Real y Directa en Busca del a RSC.](#) Este ensayo se concibe desde la perspectiva de la sociedad civil y bajo el contexto de la verdadera democracia, donde la sociedad civil participa directamente en la cosa pública de manera permanente, de tal manera que los intereses públicos y privados sean reconciliados y los gobiernos sean hechos trabajar realmente en representación de todos los rangos de la sociedad y no para los dueños del capital.
- [La Posición de Consumidores Internacional Respecto a la ISO 26000.](#) Consumidores Internacional (CI) da la bienvenida a la decisión de ISO de desarrollar la norma ISO RSC y se involucra directamente en el desarrollo de la norma participando en el Grupo de Consulta del Presidente, con el objeto de asegurar que la norma debidamente incorpore a la responsabilidad social desde la perspectiva del consumidor.
- [ISO Crea el ISO 26000 Como una Norma de Responsabilidad Social Corporativa.](#) Después de varios años de consulta, ISO emprende el desarrollo de una norma para la responsabilidad social. Muchas partes interesadas se están involucrando. Sin embargo, la visión dominante es que la nueva ISO RSC sólo puede ser una guía y un complemento a una práctica de negocios sostenible integral.
- [Los Consumidores Deben de Ser la Principal Parte Interesada Guiando el Sostenimiento.](#) La idea de que los consumidores deben de ser la fuerza que guía el desarrollo de un paradigma verdaderamente sostenible cobra ímpetu entre las organizaciones de consumidores, como es el caso de miembros del Grupo Consultivo del Consumidor Europeo (GCCE), el principal foro de la Comisión Europea para abordar a las organizaciones de consumidores.
- [Dos Muy Diferenciados Estudios de Consumidores Españoles Sobre Su Conocimiento, Percepción y Actitud Respecto a la RSC Muestran La Necesidad de Ofrecer Mucha Mayor Información y de Tomar Acciones que Trasciendan.](#) Un estudio de la auditora PWC - España, incluyendo una encuesta a 750 consumidores en las cinco principales áreas urbanas españolas, y una encuesta de CECU (Confederación Española de Consumidores y Usuarios), a 1004 consumidores españoles, revela en general una pobre calificación tanto de empresas como gobiernos con respecto a la RSC.
- [La Encuesta Trienal de RSC de KPMG Muestra un Aumento de la Practica con Contenido Muy Convencional.](#) La encuesta trienal de RSC de KPMG muestra un crecimiento consistente en el número de mega-corporaciones reportando, y aún un incremento mayor en el número de estas corporaciones reportando sobre su impacto social y económico; no obstante, el reporte de RSC sigue siendo muy convencional ya que continúa evadiendo elementos críticos tales como el tema de los salarios dignos.
- [Calendario 2005 - 2006 de la Sociedad Civil.](#) Una selección de eventos de relevancia para LISDINYS, organizados por miembros de la Sociedad Civil Global organizada;
- [Calendario 2005 - 2006 Corporativo.](#) Una selección de eventos de relevancia para LISDINYS, organizados por grupos empresariales, instituciones multilaterales y gobiernos;
- [Principales recursos bajados.](#) Los principales recursos internos y externos bajados de nuestro portal

■ EL PODER DEL CONSUMIDOR EN LA LÓGICA DEL MERCADO - DEMOCRACIA REAL Y DIRECTA EN BUSCA DE LA RSC

Este ensayo argumenta que, dado que los gobiernos han sido coaccionados por quienes financian sus campañas electorales, no existe en la actualidad posibilidad alguna de hacer de la responsabilidad social corporativa (RSC) una práctica de negocios incluyente, obligatoria y sostenible. Hoy en día, temas fundamentales, como los salarios dignos, son sistemáticamente excluidos de la práctica de la RSC. De aquí que la búsqueda de un entorno que responda genuinamente a las demandas de la sociedad tiene que seguir la lógica del mercado. Para este propósito, el poder de los consumidores sobre las empresas para que dejen de hacer daño a las personas o al medio ambiente tiene en estos tiempos muchas más posibilidades de conseguir resultados significativos que los parlamentos u organismos multilaterales, los cuales carecen de la voluntad política o del poder para establecer un marco de RSC valioso.



El autor ilustra sus argumentos exhibiendo la disposición natural de los consumidores para apoyar las causas sociales y presentando casos reales donde el poder del consumidor ha obligado a las corporaciones a mejorar su práctica empresarial y casos donde el rehusarse a cambiar sus hábitos les ha costado muy caro.

Baja nuestro [ensayo temático completo](#) aquí.

■ LA POSICIÓN DE CONSUMIDORES INTERNACIONAL RESPECTO A LA ISO 26000

Desde principios de 2004 CI saludó la decisión de ISO de evaluar la posibilidad de desarrollar una norma ISO de RSC. La visión de Consumidores Internacional, una federación de 250 organizaciones de consumidores en 115 países, en relación con la RSC es que su estado actual es débil en relación con la implementación de códigos de conducta y comparte la opinión de muchos de que los códigos de conducta voluntarios han sido y continuarán siendo insuficientes. Por ello, CI cree que las organizaciones del consumidor pueden jugar un papel importante en la mejora de la información para el consumidor y en la comprensión de la dimensión social del consumo y por tanto presionar a los productores mediante su elección de compra. CI también cree que la acción gubernamental e inter-gubernamental es muy necesaria.

De esta manera, casi un año después, ISO realizó la reunión de lanzamiento del Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social. CI expresó satisfacción con el nuevo enfoque de ISO para ir en busca de una "incorporación balanceada de las partes interesadas," con representantes de los seis grupos de partes interesadas designados: gobiernos, industrias, trabajadores, consumidores, ONGs y otros grupos. CI fue el único grupo representante de los intereses de los consumidores y se congratuló de que dos de sus miembros fueran electos como representantes de la parte interesada de consumidores al Grupo de Consulta del Presidente. CI piensa ahora en avanzar la participación de los consumidores en la siguiente reunión en Bangkok en octubre.

Baja la posición de Consumers International: Consumers International position on Corporate

Social Responsibility activities in ISO, May 21, 2004. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

Baja el Comunicado de prensa: CI welcomes new social responsibility standard, July 6, 2004. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

Baja el Comunicado de prensa: ISO takes social responsibility seriously. Consumer International, 26 May 2005. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

[Subir](#)

■ ISO CREA EL ISO 26000 COMO UNA NORMA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Desde inicios de 2001, el Grupo de Trabajo "Protección del Consumidor en el Mercado Global" de COPOLCO, el Comité de Políticas del Consumidor de ISO (por sus siglas en inglés la Organización Internacional para la Normatividad), fue llamado para considerar la viabilidad de una norma ISO para la RSC. Es particularmente indicativo de la visión inicial de ISO sobre la responsabilidad corporativa que seleccionara a su Comité del Consumidor para encargarse de esta misión. Otro signo de la creciente confluencia de percepciones que piensan que los consumidores deben de jugar un papel principal en la determinación de qué prácticas de negocios deben considerarse social y ambientalmente responsables y, por tanto, sostenibles.

El resultado, después de tres años, fue el lanzamiento, en 2005, del desarrollo de trabajo para la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social, programada para su publicación en 2008. Guiada por el Grupo de Trabajo de ISO sobre Responsabilidad Social, una diversidad de partes interesadas, organizada en seis fuerzas de trabajo de las partes, se está involucrando en esta labor. Este es el resultado de un esfuerzo especial para incorporar a muchas partes externas; una práctica que se separa del método tradicional de ISO para desarrollar una norma con sólo delegaciones de las entidades miembro de ISO, en que cada una representa un consenso nacional.

Baja el: Executive Summary of Report to ISO COPOLCO on Desirability and Feasibility of ISO CSR Standards. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

Baja el Comunicado de prensa: 'Dynamic' launching of work on ISO 26000 - future guideline on social responsibility. ISO, March 24, 2005. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

Baja: The GRI Partnership for ISO 26000. [Pulsa aquí para PDF](#) (sólo en inglés)

[Subir](#)

■ LOS CONSUMIDORES DEBEN DE SER LA PRINCIPAL PARTE INTERESADA GUIANDO EL SOSTENIMIENTO

En un discurso dado en el Día del Consumidor Europeo de este año, Jens Henriksson, Delegado Internacional de la Asociación Sueca del Consumidor y miembro del GCCE, avanzó la idea de que un nuevo paradigma debe de establecerse para lograr alcanzar un entorno sostenible. Henriksson propuso

que la demanda, el poder del consumidor, puede ser reforzado para hacer que los consumidores sean quienes decidan en última instancia el contenido del desarrollo sostenible. Los consumidores deben decidir el "contenido y los niveles que son esenciales para nuestra propia percepción de lo sostenible."

Henriksson afirma que una demanda sostenible crea directamente el sostenimiento de la producción, y promueve la idea, tal como lo hace LAGJS, que es mejor influir en la práctica socialmente responsable de negocios, de la cual el sostenimiento es un elemento importante, mediante la elección activa del consumidor en lugar de mediante los parlamentos.

En consecuencia, Henriksson propone hacer un giro hacia el lado de la demanda del paradigma mediante facultar a los consumidores para que sean congruentes con sus ideales cuando consumen. Por tanto, los recursos actualmente asignados para apoyar a la oferta deben de reasignarse a las áreas orientadas a la demanda tales como: información, sistemas de etiquetado, educación popular y respaldo a los movimientos populares que representan a las voces cooperantes del entorno sostenible.

Este cambio de recursos contribuirá al giro de paradigma con el propósito de facultar a los consumidores para que expresen sus prioridades tanto respecto al Sostenimiento como a la Responsabilidad Social.

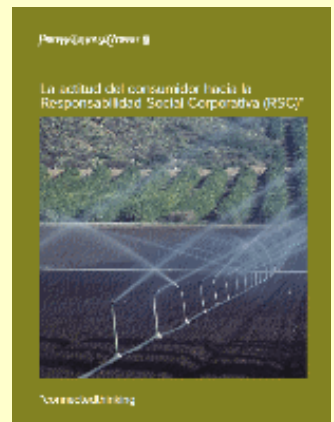
Baja el discurso completo en archivo [pdf pulsando aquí](#). (sólo en inglés)

[Subir](#)



■ DOS MUY DIFERENCIADOS ESTUDIOS DE CONSUMIDORES ESPAÑOLES SOBRE SU CONOCIMIENTO, PERCEPCIÓN Y ACTITUD RESPECTO A LA RSC MUESTRAN LA NECESIDAD DE OFRECER MUCHA MÁS INFORMACIÓN Y DE TOMAR ACCIONES QUE TRASCIENDAN

El estudio de PWC: "La Actitud del Consumidor Hacia la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)" se enfoca en el sector de alimentos y bebidas pero arroja valiosa información para las categorías de bienes y servicios de consumo masivo. El estudio buscó determinar las percepciones, preocupaciones y evaluación sobre diferentes aspectos de la RSC entre los consumidores españoles y el impacto de estos aspectos en su conducta de consumo. El estudio se compone de 750 entrevistas telefónicas en Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Bilbao. Incorpora también información cualitativa recabada mediante dos sesiones de grupo, un análisis de las empresas de consumo masivo, particularmente en el sector de alimentos y bebidas, y un análisis de la información recabada sobre las prácticas de RSC disponible en las páginas de la red de las quince mayores empresas de este sector.



El enfoque del estudio de CECU, al juzgar por su metodología, se limita a consumidores que cuando menos ya tienen conciencia de sus derechos y papel como consumidores respecto al impacto social y ambiental de las empresas. De la muestra total de 1004 consumidores, mayores de 17 años, 85% fueron entrevistados en las oficinas de las organizaciones miembro de CECU o en oficinas de los

gobiernos locales donde los miembros de CECU atienden a los consumidores. Por ello, sólo podemos considerar a este estudio como representativo de consumidores que son miembros de o al menos utilizan los servicios de CECU, la mayor organización del consumidor en España. La muestra no se dirigió a consumidores no afiliados quienes sin duda representan a la vasta mayoría de los consumidores (CECU afirma tener 400.000 miembros individuales y colectivos). No obstante, el estudio: "La Opinión y la Valoración de los Consumidores Españoles sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España", arroja varios datos valiosos entre los consumidores organizados españoles que muestran la tendencia de los consumidores a involucrarse activamente una vez que han obtenido cierto nivel de toma de conciencia acerca de su papel como consumidores.



Para bajar el estudio completo de PWC en archivo pdf [pulsa aquí](#).

Para bajar el estudio completo de CECU en archivo pdf [pulsa aquí](#).

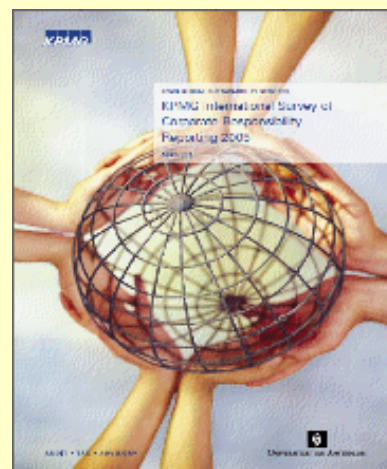
[Subir](#)

■ LA ENCUESTA TRIENAL DE RSC DE KPMG MUESTRA UN AUMENTO DE LA PRACTICA CON CONTENIDO MUY CONVENCIONAL

Recientemente, KPMG emitió su quinta Encuesta Internacional del Reporte de la Responsabilidad Corporativa desde 1993. En 2005, 53% de las 250 principales corporaciones globales (G250) y 33% de las 100 principales empresas nacionales (N100) en 16 países emitieron reportes separados de RC (no como parte de los reportes anuales financieros) comparado con 45% y 23%, respectivamente, en 2002.

Otro signo positivo entre las mega-corporaciones es el claro cambio del reporte puramente ambiental hasta 1999 hacia el reporte tridimensional bajo el concepto de sostenimiento (social, económico y ambiental). En 2005, 68% de las G250 y 48% entre las N100 elaboraron reportes RC de sostenimiento.

Entre las carencias esperadas en el reporte RSC, KPMG reportó que la cobertura de asuntos y tópicos económicos y sociales es mucho más superficial que la cobertura de la dimensión ambiental. Respecto a la dimensión social, casi dos tercios de las empresas en la encuesta trataron temas sociales, generalmente enfocados en las normas laborales medulares, condiciones de trabajo, participación comunitaria y "filantropía", la cual sigue siendo confundida por muchos como parte de la RSC.



Ciertamente, no se discutió dar consideración al tema central de los salarios dignos en sus operaciones en el Sur. No es de sorprender que KPMG concluye que a pesar de un creciente compromiso con los temas sociales, "el desempeño en el ejercicio del reporte sigue siendo vaga, posiblemente debido a la falta de indicadores sociales claros".

Para obtener una copia completa del documento [pulsa el vínculo de KPMG a su encuesta 2005 de RC](#) (sólo en inglés)

[Subir](#)

■ CALENDARIO 2005 - 2006 DE LA SOCIEDAD CIVIL

- **Asamblea Genral de la Coalición por la Justicia en las Maquiladoras**, Gómez Palacio, México, 18 - 21 agosto de 2005. [Lee más](#)
- **Primer Congreso Iberoamericano de Biodiversidad y Derecho Ambiental**, Quito, Ecuador 5 - 7 septiembre de 2005. [Lee más](#)
- **7a Conferencia Anual SAI. Más Allá del Cumplimiento**, Nueva York, EEUU, 19 septiembre de 2005. [Lee más](#)
- **Interfaith Centre on Corporate Responsibility, La Comunidad ICCR y el Público**, Nueva York, EEUU, 22 septiembre de 2005. [Lee más](#)
- **Reunión Anual de Jobs with Justice** San Luis, EEUU, 23 - 25 septiembre de 2005. [Lee más](#)
- **Answer Coaliton. Marcha: Paren la Guerra en Irak**, Washington, Los Angeles, San Francisco, EEUU, 24 septiembre de, 2005. [Lee más DC](#), [Lee más LA](#), [Lee más SF](#).
- **Festival Verde**, Washington, EEUU, 24-25 septiembre de 2005. [Lee más](#)
- **Conferencia de Comercio Justo 2005**, Chicago, EEUU, 30 septiembre - 2 octubre de 2005. [Lee más](#)
- **Conferencia Anual de Accountability: Reinventando la Rendición de Cuentas para el Siglo 21**, Londres, RU, 3 - 5 octubre de 2005. [Lee más](#)
- **¿Clima o Desarrollo?** Hamburgo, Alemania, 28 - 29 octubre de 2005. [Lee más](#)
- **Festival Verde**, San Francisco, EEUU, 5 - 6 noviembre de 2005. [Lee más](#)
- **Conferencia Nuestros Medios**, Bangalore, India, 5 - 9 diciembre de 2005. [Lee más](#).
- **Foro Social Mundial 2006 - Américas**, Caracas, Venezuela, 24 - 29 enero de 2006. [Lee más](#)
- **Foro Social Mundial 2006 - Asia, Karachi**, Pakistán, 24 - 29 enero de 2006. [Lee más](#)
- **Foro Social Mundial 2006 - África, Bamako**, Mali, 24 - 29 enero de 2006. [Lee más](#)
- **Globo 2006 - Conferencia Negocios y Medio Ambiente**, Vancouver, Canadá, 29 - 31 marzo de 2006. [Lee más](#).
- **Foro Social Europeo 2006**, Atenas, Grecia, abril de 2006. [Lee más](#)
- **13a Conferencia de la Asociación Internacional Para la Economía de la Participación (AIPEP): Expandiendo a las Firmas Democráticas, Ampliando la Democracia Económica**, Mondragón, España, 13 - 15 julio de 2006. [Lee más](#).

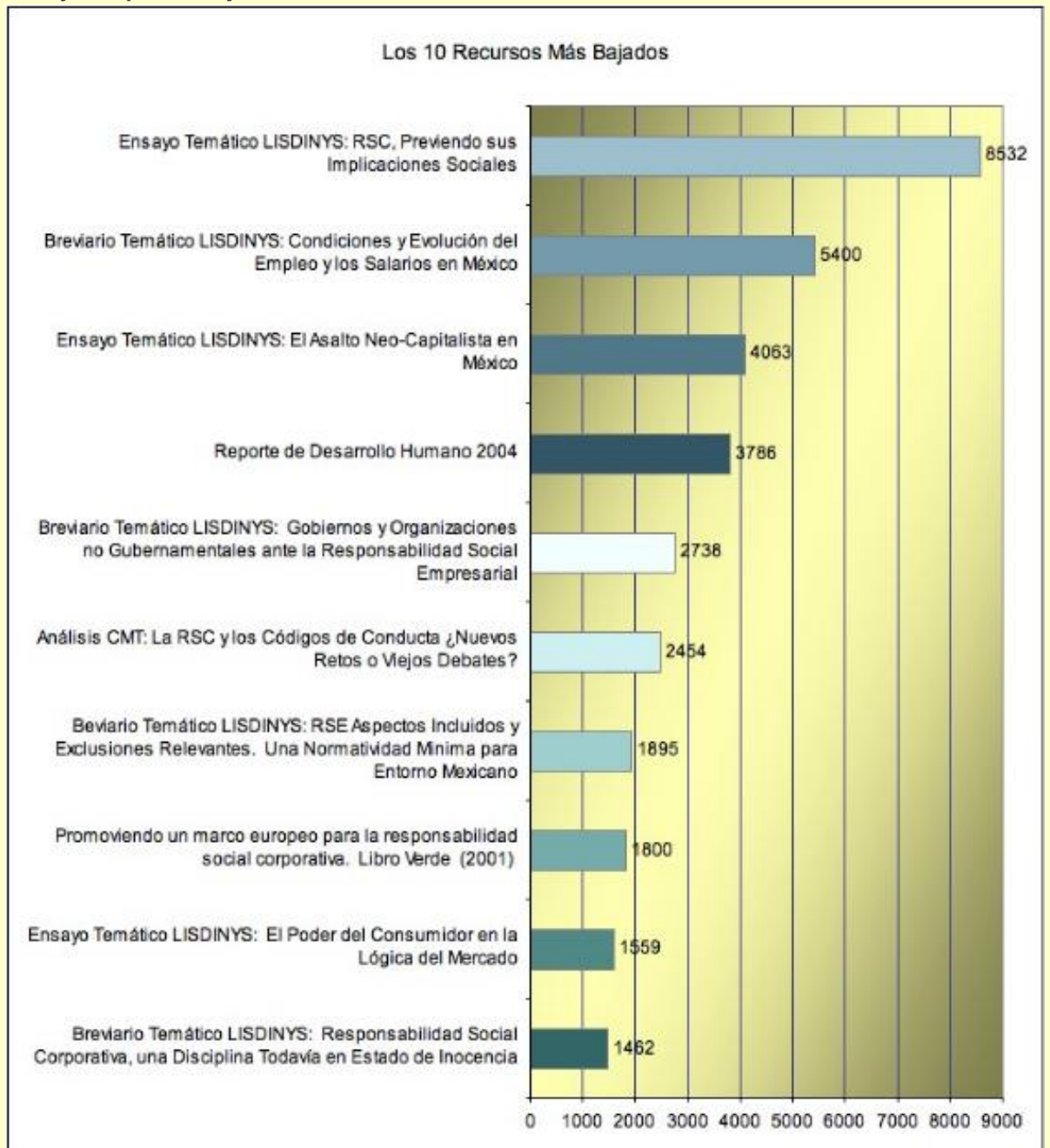
■ CALENDARIO 2005 - 2006 CORPORATIVO

- **Gestión Responsable - Cómo Diseñar un Balance Social, Buenos Aires, Argentina, 23 agosto de 2005.** [Leer más](#)
- **60 Simposio Internacional de Liderazgo de lo Sostenible, Zurich, Suiza, 8 - 9 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Cumbre Mundial Milenio 5+ 2005 Millennium 5+, Nueva York, EEUU, 14 - 16 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Clases Maestras de lo Sostenible, Aylesbury, RU 15 - 16 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Reuniones Anuales del Grupo del Banco Mundial y FMI 2005, Washington, EEUU, 24 - 25 septiembre, 2005.** [Leer más](#)
- **III Conferencia Inter-americana sobre Responsabilidad Social Corporativa, Santiago, Chile, 25 - 27 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **SRI (Inversión Socialmente Responsable) Conferencia Anual, Snowbird, EEUU, 25 - 28 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Responsabilidad Corporativa en Alimentos y Agro-negocios, Londres, RU, 29 - 30 septiembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Conferencia de la Red Europa del Emprendido Social, Lucca, Italia, 29 septiembre - 1 octubre de 2005.** [Leer más](#)
- **OIT: Políticas de Globalización Justa - Lugar de Trabajo Seguro, Estrategias y Prácticas para el Desarrollo Sostenible, Dusseldorf, Alemania, 24 - 26 octubre de 2005.** [Leer más](#)
- **Conferencia Anual de Negocios para la Responsabilidad Social, Washington, EEUU., 1 - 4 noviembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Séptima Conferencia de la Línea Triple de Resultados, Frankfurt, Alemania, 2 - 4 noviembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Cuarta Cumbre de las Américas, Mar del Plata, Argentina, 4 - 5 noviembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Conferencia RSC de Asia: La Cadena de Abastecimiento da su Réplica, Shekou, China, 21 - 22 noviembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Cumbre de China del Compacto Global: Construyendo Alianzas para una Economía Global Sostenible, Shangai, China, 30 noviembre - 1 diciembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Sexta Conferencia Mnisterial de la OMC, Hong Kong, China, 13 - 18 diciembre de 2005.** [Leer más](#)
- **Conferencia del Conference Board: Cumpliendo las Expectativas en la Relación de los Negocios y la Sociedad, Bruselas, Bélgica, 11 - 12 enero de 2006.** [Leer más](#)
- **Desarrollo Sostenible y la OMC Londres, RU, 6 - 7 febrero de 2006.** [Leer más](#)
- **Reuniones Anuales del Grupo del Banco Mundial y FMI 2006, Singapur, 24 - 25 septiembre de 2006.** [Leer más](#)

■ PRINCIPALES RECURSOS BAJADOS

Enseguida están los principales recursos internos y externo bajados de nuestro portal en el último trimestre. Debajo de la gráfica están los vínculos para cada recurso si deseas bajarlos:

Para bajarlos pulsa abajó:



1. [Ensayo Temático LISDINYS: RSC, Previendo sus Implicaciones Sociales](#)
2. [Breviario Temático LISDINYS: Condiciones y Evolución del Empleo y los Salarios en México](#)
3. [Ensayo Temático LISDINYS: El Asalto Neo-Capitalista en México](#)
4. [Reporte de Desarrollo Humano 2004](#)
5. [Breviario Temático LISDINYS: Gobiernos y Organizaciones No Gubernamentales ante la Responsabilidad Social Empresarial](#)
6. [Análisis de la CMT: RSC y los Códigos de Conducta: ¿Nuevos Retos o Viejo Debate?](#)
7. [RSC: Aspectos Incluidos y Exclusiones Relevantes. Normatividad Mínima para el Entorno Mexicano](#)
8. [Promoviendo un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Corporativa \(Libro Verde\)](#)
9. [El Poder del Consumidor en la Lógica del Mercado](#)
10. [RSC Una Disciplina Todavía en Estado de Inocencia](#)

¡Muchísimas gracias por tu apoyo! Si tienes preguntas o comentarios, por favor escríbenos por correo-e:

gsc@jussemper.org

Si todavía no eres miembro de nuestra Comunidad-e, por favor pulsa [aquí](#) para enrolarte en ella para recibir nuestro boletín.

Si estás suscrito y no deseas continuar recibiendo nuestro boletín, sólo envíanos un correo-e poniendo en el asunto "no suscripción" nosuscrip@jussemper.org

[Subir](#)

Sala de Prensa

LISDINYS

(Borrador de trabajo)

Nuestro Concepto

Responsabilidad
Social Corporativa

(RSC/RSE)

LISDINYS

RECURSOS