

Prácticas

De los miembros de Red Puentes

2002 - 2008

Simche Heringa [SOMO]

Septiembre '08



Prácticas

De los miembros de Red Puentes
2002 - 2008

Simche Heringa (compilación)

Ámsterdam, Septiembre de 2008

Miembros de la Red Puentes comparten sus experiencias: 25 prácticas para promover la Responsabilidad Social Empresarial, con sus resultados y lecciones aprendidas.”

Colofón

Prácticas
De los miembros de Red Puentes
Septiembre 2008

Por: Simche Heringa (compilación)
Revisión: Nick Peacock y Bart Slob
Diseño Portada: Annelies Vlasblom
ISBN: 978-90-71284-28-1

Financiamiento
Esta actividad fue financiada por Oxfam Novib Linkis

Publicado por



Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen
Centro de Investigación sobre Empresas Multinacionales

Sarphatistraat 30
1018 GL Ámsterdam
Holanda
Tel: + 31 (20) 6391291
Fax: + 31 (20) 6391321
E-mail: info@somo.nl
Sitio web: www.somo.nl

Este documento esta autorizado bajo la Licencia 2.5
Creative Commons Attribution-NonCommercial-No Derivate
Works.

Índice

Introducción	5
Argentina:	
1. FEO - Fundación el Otro	6
Análisis integral de la problemática laboral en la industria de indumentaria	
2. Fundación GEOS	16
Manual de Herramientas para incidir en RSE	
3. Poder Ciudadano	17
Acuerdo Sectorial de Transparencia	
Brazil:	
4. IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas	20
Modelo de Balanço Social para Empresas e para Organizações	
5. IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor	24
Cooperação internacional para observação de duplo padrão de multinacionais	
6. IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor	26
Discurso de RSE y prácticas de empresas con los consumidores	
7. Instituto Observatório Social	28
Introduzir o tema RSE para dirigentes sindicais	
Chile:	
8. Fundación Casa de la Paz	33
Fortalecimiento de la red de recolectores	
9. CEDEM - Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer	40
Investigación diagnóstica sobre el estado de la RSE en la industria del vino	
10. CENDA - Centro Nacional de Estudios de Desarrollo Alternativo, Observatorio Laboral Chile	45
Observancia en producción de fruta fresca de exportación	
11. CICE - Centro de Información sobre el Comportamiento Empresarial	48
Diálogo y organización de actividades conjuntas sobre promoción de RSE	
12. Corporación Norte Grande	51
Seguimiento y control ciudadanos de procesos ambientales de compañías mineras	
13. ODECU - Organización de Consumidores y Usuarios de Chile	55
Propaganda engañosa e incumplimiento del reglamento sanitario	
14. TAC - Taller de Acción Cultural	57
Empoderamiento de recolectoras de frutos silvestres	

México:

15. **Comercio Justo México**65
Acercamiento a las empresas mediante la presencia en eventos masivos
16. **FAT - Frente Auténtico del Trabajo**.....68
Experiencia sindical con dos empresas del sector aumotriz

Perú:

17. **Aspec - Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios**72
Empoderando a los ciudadanos: Campaña “Dáme mi vuelto”
18. **COPEME-Consortio de ONGs de apoyo a la Micro y Pequeña Empresa**.....77
Aportar con orientación política en RSE
19. **Labor / Grupo de Diálogo Minería y Desarrollo Sostenible**.....79
Diálogo para una minería social y ambientalmente responsable
20. **Plades - Programa Laboral de Desarrollo**84
Programa de vigilancia social de empresas transnacionales

Uruguay:

21. **IDEAS**90
Gestión y consumo responsables del Patrimonio Cultural

Internacional:

22. **Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa**93
RSC: una visión desde el marco internacional
23. **Oxfam International**96
Resolver temas sociales, económicos y ambientales en el sector del café
24. **Oxfam International**100
Multi Stakeholder Initiative approach to the Palm Oil sector
25. **Oxfam Novib**.....102
Responsible policies and practices in the Tropical Shrimp Sector

Introducción

En colaboración con Oxfam Novib, Red Puentes Internacional está trabajando para desarrollar un sistema que facilitará el intercambio de experiencias y conocimientos entre sus miembros y que simultáneamente aumentará la visibilidad del aprendizaje. Como inicio del proceso de fortalecimiento del intercambio de conocimientos dentro de la Red, SOMO eligió adoptar una herramienta existente del Proyecto KIC, una iniciativa para fomentar el aprendizaje e intercambio entre las partes. Esta herramienta consiste en el trabajo con las *prácticas*: la sistematización de las intervenciones y los resultados. SOMO ha invitado a todos los miembros de Red Puentes a compilar tal práctica. En respuesta a esta invitación, fueron entregadas veinticinco descripciones de trabajo. La evaluación reflejó gran entusiasmo por continuar con la documentación y el intercambio en el futuro. Por lo tanto, decidimos continuar con el proceso de reunión e intercambio de prácticas. Visto que, en materia de responsabilidad social de las empresas, el cambio cultural es complejo y de largo plazo, necesitamos revisar constantemente nuestras estrategias y reflexionar acerca de los resultados de incidencia que estamos logrando.

1. FEO - Fundación el Otro

Práctica: Trabajo en el Estado en la empresa y en el sector social, se boró una propuesta de trabajo asociado entre distintos actores

Resumen

Esta práctica tiene como objetivo ser una herramienta de utilidad, para los distintos actores e instituciones de la sociedad, en el análisis de un problema sectorial y en el posterior diseño de políticas públicas. Sus características fundamentales son el encuadre bajo un marco de análisis de stakeholders (actores de interés) y la utilización parcial del método MACTOR para la identificación del conflicto de interés entre los actores y los posibles escenarios de acción conjunta.

1. ¿Qué es?

La práctica es una guía específica que describe la problemática de la calidad del trabajo en la cadena de valor de la industria de indumentaria e identifica a los principales actores de la cadena de valor del sector que están, directa o indirectamente, vinculados con la problemática del trabajo esclavo en los talleres de confección de prendas. Para ello, realizamos un análisis integral de la problemática laboral en la industria de indumentaria donde se identifican los principales referentes y actores involucrados, y se analizan los posibles escenarios de acción conjunta para iniciar un camino común y la eventual elaboración de una política pública para el sector.

La guía está estructurada a partir del marco conceptual de análisis de stakeholder desde la óptica de la sociedad. El objetivo es identificar y relevar los stakeholders de la cadena de valor para lograr comprender: la problemática integral del sector; las competencias de cada actor; las acciones realizadas en esta materia por cada uno de ellos y el nivel de vinculación y alineación de intereses entre los actores.

Dicho marco de análisis permite tener una visión integral de la problemática del sector y abordar un análisis estratégico de los actores donde se logren identificar: los retos comunes, la confrontación de sus intereses particulares y la descripción de posibles escenarios de acción conjunta.

La vinculación con los distintos públicos de interés (empresas, sindicatos, gobierno local, gobierno nacional, organizaciones de base, ONG, organismos internacionales), es intrínseca al proceso de elaboración de la guía y permite obtener la información necesaria para la descripción de la problemática y los respectivos caminos de acción a seguir para su resolución.

La utilidad de ésta radica en ser un documento de fácil actualización, que sitúa y contextualiza una problemática particular de un sector, concentrando toda la información

relevante y necesaria para intervenciones a distintos niveles de gobierno, de ONG y de organismos internacionales comprometidos en la resolución de la misma.

Contexto- Industria Textil de indumentaria en Argentina

El incendio ocurrido el 30 de marzo de 2006 en el taller ilegal de Luis Viale, barrio de Flores (Buenos Aires), donde murieron 2 costureros y 4 niños, fue el detonante para que tomaran un mayor estado público los reclamos que venían realizando durante los últimos años organizaciones sociales como la Unión de Trabajadores Costureros, la Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires, la Organización Internacional para las Migraciones, entre otras, en relación al trabajo esclavo en el sector de indumentaria. La situación también profundizó sus matices a partir de las denuncias presentadas durante 2006 por la Unión de Trabajadores Costureros, que involucraron a más de 70 marcas de reconocido nombre en el mercado local, donde se comprobó la existencia de talleres textiles clandestinos con violaciones a la dignidad de los trabajadores: extensas jornadas de trabajo, pago a destajo y por prenda, pago en negro, reclutamiento bajo engaños, retención de los documentos de identidad, explotación abusando de las condiciones de vulnerabilidad de los trabajadores inmigrantes, situaciones de semi encierro o reducción a la servidumbre, exposición a enfermedades como la tuberculosis, alimentación precaria e intimidaciones a los trabajadores.

La cadena de valor de la industria de indumentaria es compleja y de difícil fiscalización. La mayoría de la producción se encuentra tercerizada fuera de las empresas, generalmente en más de un taller. La masa crítica de talleres efectivos donde las empresas-marcas tercerizan su producción es incalculable, en parte debido a la informalidad característica del sector y su atomización, y en parte debido al terror impuesto por la coerción de los dueños de talleres clandestinos donde existe trabajo esclavo.

Por otro lado, la normativa específica que regula las relaciones entre los talleristas y las empresas-marcas dadoras de trabajo, no fue aplicada como correspondía durante un largo período, debido a desinteligencias en materia de competencias jurisdiccionales y a la falta de decisión política.

Se estima que el 80% de la confección de prendas tercerizadas en talleres se realiza bajo condiciones informales o violando los derechos humanos básicos. A lo largo de la investigación comprobamos que talleres como el de Luis Viale, donde los trabajadores corren riesgo de muerte por las malas condiciones de seguridad e higiene en el trabajo, no son hechos aislados: son el reflejo de un sistema de producción, que provee a empresas-marcas importantes, basado principalmente en la explotación de inmigrantes vinculados a la trata de personas con fines de explotación laboral, así como de argentinos desempleados sometidos al mismo trato.

Paralelamente, la gran mayoría del resto del sector de indumentaria, si bien no están vinculados a proveedores en estas condiciones de trabajo, son provistos por talleres informales donde los trabajadores no están registrados.

Son varios los factores que permitieron que este sistema de producción ilegal sea la regla y no la excepción: el alto grado de informalidad que caracteriza al sector, la precarización del mercado laboral característica de la década del 90', la irresponsabilidad de las principales empresas-marcas respecto a la calidad de su cadena de valor (especialmente respecto a los talleres que las proveen), y la falta de decisión política en los distintos niveles de gobierno para que existiera un sistema adecuado de verificación y control del trabajo en los talleres así como un programa nacional integral de asistencia a las víctimas de trata con fines de explotación laboral. La trata de personas no sólo perjudica y pone en evidencia la precaria situación de la industria textil argentina, sino que también resalta la responsabilidad del gobierno argentino en el marco internacional de los Derechos Humanos promulgados por el Protocolo de Palermo contra el crimen organizado de la trata de personas. Es por eso que, la reciente destitución del embajador y el cónsul bolivianos por “negligencias profesionales”, ambos vinculados con la problemática de la trata de personas con fines de explotación en la Argentina, podría llegar a generar un nuevo impulso para que los gobiernos boliviano y argentino empiecen a cooperar en función de resolver esta problemática.

Según las entrevistas de campo realizadas, se pone en evidencia que a raíz de la movilización social de las organizaciones vinculadas a las víctimas y al posicionamiento de la problemática en los medios, los distintos actores comienzan a manifestar mayor sensibilización frente a la problemática y consecuentemente mayor acción. En el ámbito nacional, la recuperación de las facultades por parte del Ministerio de Empleo, Trabajo y Seguridad Social en materia de supervisión del trabajo en las jurisdicciones locales permitirá, a través del Plan Nacional de Regularización del Trabajo, reestablecer el foco en la disminución del trabajo no registrado y combatir la indocumentación de los inmigrantes a través del plan Patria Grande.

Mientras que en el ámbito local, la Subsecretaría de Empleo, Producción y Desarrollo Profesional del GCBA puso en marcha hace un año todo lo referente a la regulación del trabajo en su jurisdicción (como la policía de trabajo) y próximamente tendrá la competencia de la Ley de Trabajo a Domicilio (que data de 1941). Desde esta autoridad se intenta abordar la problemática de una manera integral, sensibilizando a las víctimas para que denuncien a los talleres, articulándose con actores sociales para la reinserción laboral de los trabajadores, promoviendo inspecciones preventivas en talleres para que regularicen su situación y difundiendo el programa de certificación de la cadena de valor para las empresas del sector diseñado por el INTI, entre otras.

Herramientas como la Certificación de Comportamiento Socialmente Responsable, diseñada y puesta en marcha por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), son fundamentales para el sector ya que permiten darle visibilidad a aquellas empresas-marcas que quieren diferenciarse por tener una cadena de proveedores limpia de trabajo esclavo, generando incentivos positivos en el sector para revertir esta tendencia.

En cuanto al sector sindical, existe pleno conocimiento de la problemática. El interés principal está puesto en lograr el mayor registro de sus trabajadores por parte de las empresas, garantizando el cumplimiento de los convenios colectivos de trabajo así como en la sensibilización de los trabajadores en materia sindical. Los sindicatos deberían officiar de canales fértiles para abordar la problemática de la informalidad en el sector.

En cuanto al sector privado, la presión por parte de los stakeholders o grupos de interés de las empresas resulta fundamental para que éstas asuman cada vez mas responsabilidad respecto a su cadena de valor. Para que esta demanda sea equitativa y no genere distorsiones dentro del sector, es necesario diferenciar por tipo y tamaño de empresa: no todas están en las mismas condiciones, y no todas tienen la misma responsabilidad. Resulta fundamental analizar el share del mercado de cada grupo y el nivel de ocupación que presenta para determinar las medidas que comulgan con los objetivos. La necesaria formalización del sector trae aparejado el incremento de los costos, y de no existir mecanismos específicos para determinar la composición mas justa y equitativa del precio establecido en cada eslabón de la cadena, este incremento inicial será directamente trasladado al precio final que pagará el consumidor.

La ciudadanía también debe intervenir con su poder de presión a través del consumo de aquellos productos que provengan de cadenas de valor responsables, donde esté garantizada la calidad no solo de la prenda sino también del tipo de trabajo que esta conlleva.

Recomendación:

- ▣ Resulta fundamental realizar una profunda investigación, cuantitativa y cualitativa, del sector en estudio, tanto a nivel local como internacional. Así como también de la problemática específica de la trata personas con fines de explotación laboral en el país de estudio. Ambas investigaciones permitirán tener una mayor aproximación de la dimensión de la problemática en particular.

2. Como se lleva a cabo?

La elaboración de ésta guía consta de dos etapas. La primera es relevamiento de campo del sector de estudio.

La metodología utilizada en esta etapa fue de carácter descriptivo donde se utilizaron fuentes secundarias de información y se realizó un relevamiento propio para obtener la información específica. Se relevaron datos cuantitativos y cualitativos referentes al sector industrial particular de estudio, e información legislativa al respecto. También se utilizaron, entre otros, artículos de prensa y notas de interés referidas al tema.

Luego se utilizaron técnicas principalmente cualitativas para obtener un diagnóstico profundo de la situación actual de la industria, con una aproximación metodológica. Dichas técnicas consistieron en: observaciones de campo en contacto directo con el objeto de estudio; entrevistas semi-estructuradas a los actores identificados como referentes en la temática; e informes elaborados por los distintos organismos y/o instituciones vinculados al sector.

La recopilación y sistematización de toda la información se realizó siguiendo el análisis por actores, para lo cual se construyeron fichas técnicas de cada actor entrevistado, que forman parte del contenido de la guía de trabajo.

En función del propósito de la guía se clasificó a los actores entrevistados según el público de interés y el rol que ocupen dentro de la cadena de valor de la industria de indumentaria. Existe una cantidad mayor de actores involucrados en la problemática que fueron identificados, y aunque no fueron entrevistados, creemos importante incluirlos en una futura profundización del tema. Se priorizó la visión de, al menos, un actor de cada grupo de interés.

3. ¿Qué se ha conseguido con las prácticas?

- Se logró posicionar la problemática en la agenda:
 - de medios
 - de organizaciones de consumidores
 - del nuevo gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)
- Se logró un compromiso explícito por parte de las organizaciones de consumidores en abordar la problemática de sensibilización de los consumidores. Se profundizó el vínculo con los principales actores de interés de la problemática.
- Se contribuyó en la transición del gobierno de la CABA, fomentando el diálogo y la participación entre los actores. Se logró un encuentro que concluyó en un pre acuerdo entre las cámara de la industria, los sindicatos y la CABA.
- Se logró poner en agenda de la CABA, la firma de un convenio con el INTI para incorporar como requisito para los proveedores textiles del Gobierno la certificación de RSE en la cadena de valor de las marcas (CSC) desarrollado por este.
- La guía es actualmente utilizada en la toma de decisión política por los principales actores involucrados.
- Notas de prensa
- Entrevistas Radiales
- Pedidos de envío de investigación
- Mails recibidos
- Convenio firmado con INTI para desarrollar en conjunto herramientas que permitan sensibilizar a los ciudadanos consumidores respecto de la problemática.
- Minutas de reuniones

- ❑ Registro de lanzamiento, encuentros sectoriales y desayuno de trabajo realizados para posicionar la problemática y los escenarios de acción posibles.
- ❑ Potencial firma de convenio entre la CABA y el INTI para incluir a los criterios de compra de proveedores el certificado de RSE desarrollado por esta institución.
- ❑ Pre acuerdo entre las cámaras, los sindicatos y el gobierno de la CABA
- ❑ El Ministerio de defensa y el Ministerio de Educación Nacional firmaron convenios para incorporar como requisito para sus proveedores textiles el CSC desarrollado por el INTI.

Resultados - Indicadores

- ❑ El acercamiento al sector empresario no fue lo suficientemente profundo para lograr un acuerdo sectorial.
- ❑ Los sindicatos están muy fragmentados y no se logró un acuerdo entre el sector.
- ❑ La hipersensibilidad del sector de trabajadores afectados así como los mecanismos de demandas utilizados distancian los espacios de diálogo constructivos entre sectores.

Resultados Esperados Resultados No esperados

- ❑ Impacto mediático
- ❑ La sensibilización de los principales actores referentes
- ❑ La utilización de la guía para la comprensión de la problemática por parte de quienes toman las decisiones políticos.
- ❑ La difusión a través de los distintos medios de la guía y su contenido.
- ❑ La falta de compromiso y voluntad política por parte del Ministerio de Trabajo respecto de ésta problemática.
- ❑ Encontrar dentro del sector privado tanta desinformación e ignorancia respecto de la problemática.
- ❑ La complejidad del problema, dada su estrecha vinculación a la trata de personas, fenómeno internacional.
- ❑ El interés y buena predisposición de algunos actores
- ❑ La resistencia al dialogo en el sector privado

4. ¿Qué se necesita?

El presupuesto requerido tiene principalmente dos fines

- ❑ Contratar los recursos humanos necesarios para realizar el trabajo de investigación y elaboración. La cantidad de investigadores para realizar el trabajo depende de la envergadura del sector particular de estudio, así como de la problemática en cuestión. En este caso, fue llevado adelante por un equipo de dos personas durante un año de trabajo. Una persona trabajó a tiempo completo y la otra trabajó medio tiempo. También se contó con el soporte, en materia de

contenido, comunicación y estrategia de posicionamiento de las 2 organizaciones (FEO e interrupción) que llevaron adelante el proyecto.

- Cubrir los gastos asociados a los traslados para realizar las entrevistas, los materiales de trabajo utilizados, la corrección, edición y diseño del documento final, los encuentros sectoriales y los desayunos de trabajo necesarios para posicionar la problemática y sensibilizar a los actores.

Perfil de los RRHH necesarios para su elaboración

- conocimientos, trayectoria y habilidades Conocimiento
- Socio político
- Económico
- Políticas Públicas
- Periodismo

Trayectoria

Experiencia en diseño y ejecución de investigaciones sectoriales; en resolución de conflictos; entrevistas de campo; utilización de métodos de análisis cuantitativos; en articulación entre actores intrasectoriales; coordinación de encuentro y manejo de agendas comunes.

Habilidades

- Capacidad organizativa
- Capacidad para articular actores e intereses diversos
- Iniciativa y toma de decisiones
- El valor del presupuesto final requerido dependerá del precio de mercado en cada país para contratar los recursos requeridos por el tiempo necesario y afrontar los gastos asociados.

5. Lecciones aprendidas

Creemos que un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es la manera más rica y concreta de poder transmitir las lecciones aprendidas a lo largo de esta práctica.

Fortalezas

- Posicionamiento del problema en la agenda de los medios locales
- La constante presión mediática y movilización generada por organizaciones de base como la Alameda que defienden los intereses de los trabajadores.
- La cohesión existente entre actores claves para abordar el problema (OIM, La Alameda, la Defensoría del Pueblo, Subsecretaría de Empleo)
- La posibilidad de vincularse directamente con los trabajadores y conocer sus historias para comprender de fondo la situación que viven

- ❑ Tener una propuesta de trabajo sin conflicto de intereses, cuyo único objetivo es describir la problemática y facilitar una herramienta para poder intervenir en el sector.
- ❑ La existencia de un INTI (Instituto Nacional de Tecnología para la Industria) que ha desarrollado un proceso de certificación de la RSE en la cadena de valor de la industria, con el objetivo de dar trazabilidad a las prendas y mayor información a los consumidores

Oportunidades

- ❑ El creciente interés internacional y regional en abordar ésta problemática.
- ❑ El incipiente desarrollo en el Cono Sur de experiencias sectoriales para abordar la problemática.
- ❑ El liderazgo Europeo y el soporte organizacional y político en esta materia.
- ❑ La demanda externa de consumidores mas concientes y el cada vez mayor impacto de los movimientos y/o campanas de difusión a los consumidores.
- ❑ Un gobierno Boliviano pro-activo en abordar la problemática regional.

Debilidades

- ❑ La baja incidencia política de la guía en las esferas mas altas de poder.
- ❑ La falta de aplicación legislativa de nuestro país en lo referente a esta problemática.
- ❑ El exceso de demanda de trabajo de baja calidad en el sector.
- ❑ La inmadurez y desarticulación entre los actores del sector.
- ❑ La dimensión del problema local, el conflicto de interés y la falta de decisión política necesaria.
- ❑ El nivel de informalidad que atenta contra la existencia de datos cuantitativos veraces del sector.

Amenazas

- ❑ El lamentable crecimiento e institucionalidad del modelo esclavista de producción asiática.
- ❑ La falta de conciencia de los consumidores respecto a esta problemática.
- ❑ La falta de compromiso de la OMC en el desarrollo de políticas comerciales que limiten este crecimiento.
- ❑ La complejidad de la problemática, vinculada a la trata de personas con fines de explotación laboral.
- ❑ Una problemática que requiere, para su resolución, del abordaje, en simultáneo, desde sus 4 dimensiones: Internacional, Regional, Provincial y local.

6. Consejos y mas

Resulta fundamental para implementar ésta guía las acciones que resultan de ella:

- ❑ Ser realizada desde una organización de la sociedad civil, sin ninguna vinculación y/o intereses formados con la problemática o con los actores involucrados.
- ❑ Realizar un mapa de cómo esta compuesta la cadena de valor del sector, con sus respectivos eslabones y actores.
- ❑ Realizar una previa investigación profunda en materia legislativa del sector en particular, así como de los antecedentes en la problemática puntual.
- ❑ Realizar un mapa de vinculación de los actores a diferentes niveles del gobierno, involucrados en esta problemática, con sus respectivas competencias.
- ❑ Una vez recopilada esta información, se planifica, esquematiza y se ejecuta el trabajo, comenzando con las entrevistas preferentemente ordenadas por grupo de interés (stakeholder).
- ❑ Saber que se encontraran con actores mas o menos comprometidos, con mejores o peores intenciones, con mayor o menor transparencia.
- ❑ Identificada la problemática del sector y los posibles escenarios de acción enfocados a dar soluciones a la misma, oficiar de articuladores entre los distintos actores, coordinando encuentros intra-sectoriales, siendo fundamental tener un discurso y una actitud totalmente constructiva entre los mismos, que permita su acercamiento, sensibilización y motivación hacia las acciones y cambios buscados.
- ❑ Tomar conciencia que el único canal fértil con potencial transformador de este perverso sistema es la condena a través del no consumo por parte de los ciudadanos.

7. Seguir Leyendo...

El presente trabajo es el resultado de un relevamiento de campo desarrollado durante 2006-2007 sobre los actores involucrados en la cadena de valor de la Industria Textil y de Indumentaria en Argentina, que directa o indirectamente están vinculados a la problemática del trabajo esclavo en los talleres de confección. La investigación, realizada en conjunto por Fundación El Otro y la organización interrupcion, es la continuación del estudio realizado en 2004-2005 sobre esta misma industria, en el que se hizo foco sobre las desigualdades de género en el ámbito laboral y especialmente en la precariedad de las trabajadoras a domicilio. Éstas, al igual que los talleres, constituyen el primer y esencial eslabón dentro de la confección.

Se adjunta en la presente practica los siguientes documentos de interés para la elaboración de la misma:

- ❑ Investigación: "Quién es quién en la cadena de valor de la industria textil de indumentaria en la Argentina "2006-2007
- ❑ Abstract Investigación

▣ Cuadro comparativo de experiencias internacionales en la materia

Maria D Ovidio
Directora Asociación Civil Interrupcion* Red Puentes
Luciana Malamud
Responsable de Comunicación

Maria.dovidio@interrupcion.net
comunicación@elotro.org.ar
Tel: (54119)5 1584693 Tel.: (54119)5 3474124
www.interrupcion.net
www.elotro.org

2. Fundación GEOS

Practica: Manual de Herramientas para incidir en Responsabilidad Social Empresaria: una perspectiva desde la Sociedad Civil

Resumen

El Manual de Herramientas para Incidir en Responsabilidad Social Empresaria (RSE), contiene 16 experiencias de organizaciones miembros de la Red Puentes, en su trabajo por la promoción de la RSE desde una perspectiva de la sociedad civil.

Las herramientas se encuentran divididas en función de su objetivo (Investigación, Observación – Seguimiento, y Promoción) y se encuentran descritas en un lenguaje claro, detallando su contenido, la experiencia de trabajo y sus resultados. En cada caso se proporciona información de contacto de los responsables, y de la organización que la ha desarrollado.

Con este trabajo pretendemos difundir y acercar a las organizaciones de la sociedad civil la experiencia de trabajo de algunas instituciones de la Red Puentes, a fin de que aquellas organizaciones interesadas en replicar o adaptar una herramienta puedan contar con la información necesaria para hacerlo.

3. Poder Ciudadano

Práctica: Acuerdo Sectorial de Transparencia (AST)

Resumen

Un Acuerdo Sectorial de Transparencia es un acuerdo firmado por empresas de un mismo sector a través del cual se comprometen a luchar contra la corrupción; propone prácticas transparentes hacia dentro y fuera del sector. El objetivo de un acuerdo de este tipo es generar cambios en las condiciones de negocios a través del involucramiento de los empresarios en cuestiones institucionales, atento el papel determinante que tiene el sector privado en el desarrollo de la sociedad.

1. ¿Qué es?

Los Acuerdos Sectoriales Anti-Soborno o Acuerdos Sectoriales de Transparencia, son una de las herramientas propiciadas por TI, que se enmarcan dentro de las estrategias destinadas a combatir la corrupción en el sector privado.

Puntualmente, se trata de un acuerdo firmado por empresas de un mismo sector a través del cual se comprometen a luchar contra la corrupción; propone prácticas transparentes hacia dentro y fuera del sector. El objetivo de un acuerdo de este tipo es generar cambios en las condiciones de negocios a través del involucramiento de los empresarios en cuestiones institucionales, atento el papel determinante que tiene el sector privado en el desarrollo de la sociedad.

Surge como una iniciativa regional impulsada por TI. El primer caso se da en Colombia, en abril 2005, replicándose más tarde en la Argentina.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

En junio de 2005, las empresas y AIDIS se reunieron en Buenos Aires con TI, sus capítulos colombiano (Transparencia por Colombia) y argentino (Poder Ciudadano) y resolvieron que se llevaría adelante un proceso similar al de Colombia en la Argentina. Transparencia por Colombia dictó un taller de transferencia de conocimiento para la implementación de los Acuerdos Sectoriales.

El Acuerdo en la Argentina fue firmado por 8 empresas fabricantes de tuberías de agua potable y saneamiento: Amanco Argentina S.A., Amitech Argentina S.A., Krah América Latina S.A., Nicoll Eterplast S.A., Petroplast S.A., Saint Gobain S.A., Steel Plastic S.A. y Tigre Argentina S.A., el 15 de diciembre de 2005, con la adhesión de Fundación AVINA y AIDIS (Asociación Argentina de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente).

Acompaña y facilita el proceso de la firma y la implementación: Poder Ciudadano.

3. ¿Qué se ha conseguido con la práctica?

Las empresas se comprometieron a respetar y trabajar sobre cinco puntos consensuados:

- ❑ *Licitaciones Transparentes:* compromiso para elaborar una política de especificación en la elaboración de pliegos de las licitaciones públicas.
- ❑ *Compromiso de combatir la corrupción en todas sus formas.*
- ❑ *No realización de contribuciones políticas.*
- ❑ *Actuación para que las relaciones con intermediarios de ventas sean claras, transparentes y leales.*
- ❑ *Promoción de la lucha contra la evasión impositiva.*

A su vez, se destacan una serie de aspectos operativos similares a los de la experiencia colombiana: Comité de Ética, plan de comunicación, extensión del Acuerdo al 100% del mercado, canales de reporte y capacitación a empleados.

4. ¿Qué se necesita?

El Plan de Acción (PA) es una herramienta de trabajo implementada por el grupo de las 9 empresas firmantes del Acuerdo, AIDIS (en su rol de acompañante) y Poder Ciudadano para la implementación del Acuerdo Sectorial de Transparencia. Conformación del *Grupo Promotor*, integrado por las autoridades de las empresas firmantes. Este es el grupo que debe impulsar el plan de acción y la implementación de las actividades, entre las que se incluyeron: la presentación de la iniciativa a organismos públicos y multilaterales para institucionalizar un canal de información y lograr su adhesión al Acuerdo; el desarrollo de una estrategia de incidencia amplia en contrataciones públicas; la participación en todo el proceso licitatorio; la aplicación del Programa Contrataciones Transparentes de Poder Ciudadano.

También se previó un margen de Incidencia en casos más pequeños vinculados a la temática mediante la realización de pedidos de información pública.

Adicionalmente se desarrolló un plan de comunicación definido por las empresas, llamado Plan de Comunicación del Acuerdo, atendiendo a las necesidades de dos públicos distintos; el público interno (empleados directos e indirectos) y el público externo (proveedores, contratistas, clientes, comunidad cercana). Se produjo el desarrollo y aplicación de programas de prevención de conflictos vinculados a la falta de transparencia, informes de auditoría, extensión del AST a intermediarios de venta, talleres de capacitación al interior de las empresas y la creación e implementación del Comité de Ética.

5. Lecciones aprendidas

Debe apuntarse a generar mayor incidencia en licitaciones públicas a través de dos procesos: aplicación del programa contrataciones transparentes en distintos casos

prácticos de licitaciones y la presentación espontánea de casos con eventuales conflictos en cualquier etapa del proceso licitatorio o de adjudicación de la obra. También debe usarse el espacio para la presentación de recomendaciones sobre los pliegos a organismos públicos.

6. Consejos y más

Queda pendiente la consolidación y redefinición del espacio AST en el caso de las empresas de tuberías y la concreción de futuros acuerdos en nuevos sectores.

7. Seguir leyendo...

Fundación Poder Ciudadano

www.poderciudadano.org

Contactos:

Julieta Arias, Directora del Area de Transparencia y Anticorrupción

julieta@poderciudadano.org

Manue Calvagno, Asistente del Area de Transparencia y Anticorrupción

manuelcalvagno@poderciudadano.org

Área Transparencia y Anticorrupción

Fundación Poder Ciudadano

Piedras 547 Timbre 2 (1070 AAJ)

(0054) 4331-4925 Interno 215

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Argentina

4. **IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas**

Prática: Modelo de Balanço Social para Empresas e para Organizações no Brasil

Resumo

Cobramos uma postura ética, práticas responsáveis e transparência das empresas e das organizações sem fins de lucro que atuam no Brasil, utilizando para isso um modelo de balanço social para empresas e outro de balanço social para organizações (ONGs). Além disso, trabalhamos na difusão de indicadores via grande imprensa (a partir de uma base de dados, um sistema de informação e uma assessoria de imprensa) e buscamos sensibilizar nossos parceiros (ONGs, sindicatos e movimentos sociais) para monitorar empresas através da ferramenta Balanço Social (um modelo de relatório anual com informações internas e externas sobre gênero, raça, meio ambiente e ações sociais; e que informa também a origem e destino dos recursos e os processos relacionados com a ética, transparência, participação e responsabilidade das organizações). Ao mesmo tempo, sugerimos às ONGs e sindicatos que divulguem seus próprios balanços sociais anualmente.

1. Qual é a prática?

Disponibilizar um modelo de balanço social (uma tabela simples com informações quantitativas e qualitativas) para ser preenchido e publicado anualmente por empresas (desde 1997) e por organizações sem fins de lucro (desde 2003). O balanço social é uma ferramenta que pode fomentar a responsabilidade e a prestação de contas, por um lado, e também serve como um instrumento para a própria instituição avaliar suas ações, para melhor planejá-las e divulgá-las. Aparecem neste modelo as metas, informações e indicadores de dois exercícios anuais (anos anteriores) sobre as práticas internas e externas das organizações.

2. Como foi implementada?

No Brasil, a idéia de responsabilidade social das empresas ganhou visibilidade nacional quando o Ibase lançou, em junho de 1997, a campanha pela divulgação voluntária do balanço social anual. Desde então, o Ibase trabalha com o tema e nosso modelo de balanço social é referência para as grandes e médias empresas brasileiras. Estimulamos que empresas que atuam no Brasil publiquem seu balanço social no modelo Ibase – demonstrativo divulgado anualmente, reunindo informações sobre

projetos, benefícios e ações sociais e ambientais dirigidas a empregados(as), investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade.

Além disso, o Ibase divulga regularmente argumentos e indicadores a partir da análise dos balanços sociais das empresas. Assim, acreditamos que estamos interferindo no debate público, com ampliação das articulações e da capacidade crítica da sociedade civil no tema da chamada responsabilidade social empresarial.

3. O que foi alcançado?

O Modelo Ibase de balanço social se tornou a principal referência no tema para as empresas brasileiras. Temas como diversidade de gênero e raça passaram a fazer parte dos relatórios anuais das empresas brasileiras. Até setembro de 2006, contabilizamos 1118 balanços de 324 diferentes empresas em nossa base de dados. Todos esses balanços estão disponíveis para consulta na internet.

Percebemos avanços na discussão sobre diversidade (raça e gênero) e um aumento da visibilidade do tema e destes indicadores nas empresas (que resistiram muito para dar este tipo de informação). Muitas leis municipais e estaduais foram criadas para incentivar o uso de balanço social pelas empresas, todavia sempre com um caráter mais de premiação e incentivo. Além disso, algumas empresas tem utilizado o BS e o Selo Ibase como uma peça de marketing

Entre as ONGs, iniciamos algumas discussões sobre transparência e prestação de contas das organizações sem fins de lucro. Além do próprio Ibase, cerca de 10 ONGs fazem e divulgam seus balanços sociais todos os anos. Temos percebido uma resistência muito grande das ONGs e sindicatos para realizarem e divulgarem suas informações utilizando o BS como referência.

Contudo, ainda necessitamos:

- ❑ Ampliar a participação de outras ONGs no tema da responsabilidade social empresarial, sensibilizar e capacitar lideranças e multiplicadores neste tema e nesta ferramenta;
- ❑ Desenvolver mais o tema da transparência e da prestação de contas nas ONGs e sindicatos do Brasil, ampliando o número de organizações que realizam e divulgam seus balanços sociais todos os anos
- ❑ Ampliar a prestação de contas e o controle social sobre empresas e ONGs no Brasil;
- ❑ Tornar o BS uma peça importante para financiamentos públicos de empresas e ONGs

4. O que se necessita?

Para isso, foi importante uma equipe capacitada em uma instituição com peso político e credibilidade (esta prática foi desenvolvida por uma equipe de 3 pessoas, em uma ONG com 25 anos de existência).

No próximo ano (2007) o modelo completa 10 anos, assim poderemos avaliar realmente os impactos e mudanças nas empresas, organizações e na sociedade. Uma boa e profissionalizada assessoria de comunicação. Um bom web site muito visitado.

Esta atividade tem utilizado de 100 a 120 mil Euros por ano.

5. Lições aprendidas

O sucesso desta prática deve-se basicamente às ações em parcerias (inicialmente também com empresas e organizações empresariais), a uma ampla utilização dos meios de comunicação como estratégia de divulgação e a utilização de indicadores para dar boas bases ao projeto e até a às críticas apresentadas às empresas. Uma das lições mais importantes que aprendemos com esta prática é sempre trabalhar em rede e em parceria.

Outra postura importante foi começar com um modelo simples e de consenso entre as próprias empresas e com o passar dos anos ampliar os indicadores para uma cultura de direitos e participação, pressionando as empresas para exporem seus dados e indicadores positivos e também os negativos.

6. Dicas e outras informações

Uma das coisas mais importantes que outras organizações interessadas em práticas de balanço social devem fazer é aprender a dialogar com empresas e empresários. Contudo, manter a independência e a autonomia é fundamental. Neste sentido, trabalhar para empresas e receber recursos das empresas deve ser evitado. Até porque adotar uma postura crítica e autônoma sobre o tema e receber recursos de empresas é um tanto incompatível no tema da responsabilidade social empresarial.

7. Continue lendo ...

Para saber mais sobre Balanço Social (BS) no Brasil, conhecer o modelo de BS para empresas e para ONGs, além de ler artigos visite o nosso site:
www.balancosocial.org.br

Neste web site, vá até a barra lateral esquerda para conhecer a história, a ONGs que participam, a lista das empresas e as últimas atividades e campanhas da Equipe de Responsabilidade Social e Ética nas Organizações do Ibase. Este website encontra-se em português, porém algumas partes estão traduzidas para inglês e espanhol.

Para saber mais sobre o Ibase, visite www.ibase.br

Para contatos no Brasil sobre Balanço Social e Responsabilidade Social Empresarial, entre em contato diretamente com o coordenador desta área no Ibase:

Ciro Torres - ciro@ibase.br

Skype name: ciro_torres

Tel. [+55 21] 2509-0660

A equipe de Responsabilidade Social e Ética nas Organizações está apta a responder questões em português, espanhol e inglês.

5. IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

Prática: **Cooperação entre organizações de diferentes países para observação de duplo padrão de produção por multinacionais**

Resumo:

Um teste comparativo realizado em fevereiro de 2004 pelo Idec com apoio da Consumentenbond (associação de consumidores da Holanda), revelou que existia um duplo padrão de produção das margarinas da Unilever no Brasil e na Holanda. A Consumentenbond questionou a Unilever na Holanda e quatro meses depois a empresa mudou seu processo produtivo no Brasil eliminando a gordura trans de suas margarinas.

1. Qual é a prática?

Cooperação entre organizações de diferentes países para observação de duplo padrão de produção por multinacionais.

2. Como foi implementada?

Como organização de consumidores, o Idec tradicionalmente realiza testes e pesquisas comparativos de produtos e serviços. Em 2003, o Idec iniciou um trabalho de cooperação com a organização de consumidores da Holanda chamada Consumentenbond no tema RSE. A Consumentenbond já realizava na época, além dos testes e pesquisas comparativos de produtos e serviços, avaliações da RSE das empresas, com o objetivo de fornecer uma informação a mais para o consumidor, além da qualidade e do preço. Foi com esta organização que o Idec iniciou o debate sobre metodologias de pesquisa sobre a RSE. Como parte dessa cooperação, em fevereiro de 2004, com apoio da Consumentenbond (associação de consumidores da Holanda), o Idec realizou um teste comparativo de margarinas para quantificar a gordura trans presente nos produtos. O teste, além de revelar que a quantidade de gorduras trans presente nas margarinas e cremes vegetais, que foram objeto do estudo, varia muito de uma marca para outra, revelou, também, que existia um duplo padrão de produção das margarinas da Unilever no Brasil e na Holanda. Isso porque com os resultados do teste, a Consumentenbond pode comparar os níveis de gordura trans presentes nas marcas da Unilever no Brasil com as marcas da Unilever na Holanda. O Idec questionou a Unilever no Brasil, sem que houvesse uma resposta satisfatória. A Consumentenbond questionou a Unilever na Holanda e quatro meses depois a empresa mudou seu processo produtivo no Brasil eliminando a gordura trans de suas margarinas. A Unilever

informou que já estava aperfeiçoando o processo tecnológico dos produtos para retirada das gorduras trans na época do teste do Idec.

3. O que foi alcançado?

O processo de produção de margarinas isentas de gorduras trans no Brasil foi acelerado. Depois da Unilever lançar marcas de margarina livre de gordura trans, as outras empresas do setor também seguiram a Unilever ampliando o número de produtos livre de gordura trans no mercado.

4. O que se necessita?

Disposição, planejamento e condições para que as organizações desenvolvam um trabalho conjunto de monitoramento de práticas de multinacionais. É importante que uma das organizações seja de país industrializado, pois as empresas estão preocupadas com a repercussão entre os consumidores desses países, e melhor será se for o país sede da multinacional.

5. Lições aprendidas

Esse tipo de prática, a cooperação entre organizações de diferentes países para observação de duplo padrão de produção por multinacionais, pode potencializar o trabalho local das organizações em países em desenvolvimento, principalmente se a outra organização for de país industrializado e melhor será se for do país sede da multinacional.

Além da disposição é preciso planejamento para garantir que o trabalho em cooperação possa ser realizado de forma plena pelas organizações envolvidas.

6. Continue lendo...

Notícia sobre teste do Idec sobre gordura trans em margarinas e decisão da Unilever de mudar seus produtos, 2005.

<http://www.idec.org.br/emacao.asp?id=840>

Matéria da Revista do Idec sobre o teste de gordura trans em margarinas

http://www.idec.org.br/rev_idec_texto2.asp?pagina=1&ordem=1&id=100

6. IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

Práctica: Encuestas sobre el discurso de RSE e investigaciones sobre las prácticas das empresas con los consumidores

Resumo:

Idec, como organización de consumidores que tradicionalmente lleva a cabo pruebas de productos, desarrolló una metodología para evaluación del discurso de la RSE, que se adapta a los diferentes sectores de negocios de acuerdo a los principales aspectos sociales y ambientales específicos. El objetivo es producir información adicional sobre las empresas demostrando para los consumidores que es preciso mirar más allá del precio y la calidad de los productos y servicios.

1. Qual é a prática?

Encuestas sobre el discurso de RSE e investigaciones sobre las prácticas das empresas con los consumidores.

2. Como foi implementada?

Para evaluar el discurso de responsabilidad social das empresas y confrontar este discurso con las prácticas, especialmente con los consumidores, Idec realiza encuestas sobre el discurso e investigaciones sobre las prácticas das empresas con los consumidores.

Con base nos resultados de las investigaciones, Idec busca dialogar con las empresas en busca de mudanzas en lo comportamiento de las empresas con los consumidores. En función de esto, Idec realiza reuniones con las empresas para presentación de los resultados de las investigaciones a fin de buscar mejoría en las practicas das empresas con los consumidores.

Un desafío es abordar otros temas fundamentales para evaluar la responsabilidad socioambiental de las empresas – trabajadores e medio ambiente, alee de nuestra área de expertise, que es el consumidor. En función de esto, Idec invita organizaciones de trabajadores y ambientalistas para contribuir en la elaboración del cuestionario para las empresas, así como invita estas organizaciones a participar de las reuniones con las empresas para discutir los problemas das prácticas de las empresas con los trabajadores e medio ambiente.

3. O que foi alcançado?

Hemos puesto en marcha tres investigaciones. La primera fue en 2004, en colaboración con la mayor organización de los consumidores en los Países Bajos, Consumentenbond, se dirigió a la industria de la alimentación (achocolotados y margarina).

La segunda fue en investigación del sector textil y se presentó en el seminario "¿la camiseta de algodón: ¿Cómo las empresas y los consumidores puedan ejercer su responsabilidad social" en 17 de abril de 2006.

Realizamos una tercera investigación sobre el sector bancario que representa la consolidación de los esfuerzos por desarrollar una metodología que permite la comparación entre las empresas.

4. O que se necessita?

Planejamento e condições para desenvolver a avaliação do discurso de RSE, além das pesquisas e/ou testes comparativos sobre as práticas com os consumidores.

5. Lições aprendidas

- ❑ É preciso manter o questionário o mais simples possível;
- ❑ É fundamental a participação de outras organizações que atuem nos outros temas importantes na RSE, como sindicatos e organizações ambientalistas, na elaboração do questionário e na definição dos critérios de avaliação;
- ❑ É preciso um trabalho intenso para garantir que o maior número de empresas participe da pesquisa, para isso é importante manter o diálogo aberto;
- ❑ É preciso garantir o direito das empresas de comentar o resultado da pesquisa antes dele ser publicado;
- ❑ A realização dos seminários com a participação das empresas e das outras organizações é uma etapa importante para se definir possíveis encaminhamentos.

6. Continue lendo...

"Guía para la Responsabilidad Social Corporativa para el consumidor", publicado en 2004.

<http://www.idec.org.br/biblioteca.asp>

Notícia sobre teste do Idec sobre gordura trans em margarinas e decisão da Unilever de mudar seus produtos, 2005.

7. Instituto Observatório Social

Prática: **Introduzir o tema Responsabilidade Social Empresarial para os dirigentes sindicais da Central Única dos Trabalhadores – CUT**

Resumo:

Primeiramente, é importante ressaltar que o Observatório Social é uma organização criada pela CUT e, portanto, define que o público alvo de suas atividades e produtos é o movimento sindical, principalmente aquele no âmbito da CUT (no Brasil há sete centrais sindicais sendo que a CUT é a maior em representação dos trabalhadores).

Além da pré-definição do público, também é importante levar em conta a visão política que a CUT construiu ao longo de sua história, como também, compreender que o tema Responsabilidade Social Empresarial pode, em alguma medida, ser um elemento desafiador ou de enfraquecimento das relações capital – trabalho (que é o foco da atuação sindical).

A prática desenvolvida no IOS é informar e capacitar os dirigentes sindicais sobre o que é o movimento de RSE, estimular para a construção do monitoramento e subsidiá-los para a ação sindical em relação as empresas. Essa ação sindical esperada pode ser um acréscimo de qualidade da negociação, um fortalecimento do diálogo social ou, ainda, a potencialização de denúncias quando as empresas são incoerentes com suas declarações sobre suas práticas.

Para realizar esta prática, o IOS realiza estudos, acompanhamento do processo geral e de algumas empresas e promove oficinas com dirigentes sindicais.

1. Qual é a prática?

A prática é informar e capacitar os dirigentes sindicais por meio de artigos, informes e, principalmente, a realização de oficinas sobre o tema. O objetivo é apresentar os conceitos e práticas que estão sendo realizadas, introduzir o pensamento sistêmico e estimular para o monitoramento

Para que isso ocorra o IOS realiza várias atividades: acompanha o movimento de RSE em termos nacionais e internacionais; participação de várias instâncias que promovem este debate como universidades, fóruns empresariais, redes, participa do Comitê Espelho e da delegação brasileira da ISO 26000 como observador do stakeholder Trabalhadores; participou da comissão julgadora do Balanço Social do Ibase por 3 anos e do Prêmio Varejo da Fundação Getúlio Vargas.

Além do acompanhamento, o IOS incorpora em suas pesquisas tradicionais sobre condições de trabalho em empresas multinacionais (tema central do IOS), a avaliação das políticas de RSE da empresa pesquisada.

Como forma de disseminar o tema entre os dirigentes sindicais, o IOS publica artigos em sua revista, atualizando os leitores sobre o processo de construção da ISO 26000 e sobre os conceitos que envolvem a RSE. Em 2004 o IOS publicou um caderno orientado ao movimento sindical contendo todo o arcabouço do tema até aquela data. Esta publicação deve ser atualizada no próximo ano (2009).

Também faz parte de suas atividades prestar assessoria no tema à direção da Central Única dos Trabalhadores; realizou pesquisa com os delegados sindicais no 9º Congresso da CUT, em 2006, sobre a percepção desses delegados sobre o tema, em seguida publicou artigo sobre os resultados.

As oficinas são realizadas com metodologia e material elaborado pelo IOS.

2. Como foi implementada?

O projeto foi construído entre o IOS e a Central Sindical alemã – DGB, em 2003. Iniciou-se concomitantemente os estudos e as oficinas. A estratégia para reunir dirigentes sindicais foram duas: fazer um convite via confederações por ramos de atividades – na CUT há 13 confederações, e também, por demanda de sindicatos. Com isso, inúmeras oficinas foram realizadas, em vários estados no país, como também oficinas em São Paulo, reunindo dirigentes sindicais de cidades brasileiras.

3. O que foi alcançado?

É muito importante ressaltar que, para a CUT, o tema RSE não é prioritário em sua agenda de atuação. Ainda hoje, muitos sindicalistas classificam a RSE como uma “agenda das empresas”. Paulatinamente esta visão está mudando e muito se deve às oficinas que o IOS têm feito. Entretanto, ainda não há uma estratégia de atuação clara. O ramo de atividade que mais avançou para um estágio de construir um monitoramento do discurso e prática das empresas é o ramo químico e petroquímico. Outros ramos, como comerciários (trabalhadores do comércio, redes de supermercados) bancários, urbanitários (trabalhadores que lidam com sistema elétrico, abastecimento de água e saneamento), metalúrgicos estão sensibilizados para o tema mas, ainda não assumiram programas de acompanhamento mais sistemáticos.

Podemos também assumir como resultado dos trabalhos do IOS, o aumento de participação dos dirigentes sindicais em eventos abertos sobre RSE em que quase todos os stakeholders participam. Esses eventos se colocam como boas oportunidades para a troca de pontos de vista e, da mesma forma, os trabalhadores (dirigentes sindicais) podem aportar com suas experiências nas negociações com as empresas. Temos estimulado fortemente a participação dos dirigentes nestes eventos preparando-os sobre o tema.

O IOS é a referência para a CUT quando o tema é RSE, e em todos os eventos internacionais em que o presidente da CUT, atual presidente do IOS também, participa o IOS é convocado para subsidiar essa participação.

Também o IOS é chamado para assessorar discussões junto à algumas redes sindicais, como por exemplo, a rede internacional dos trabalhadores da Basf. Nos últimos meses

temos discutido o tema de responsabilidade sobre a cadeia produtiva, assessorando os dirigentes na negociação com a empresa sobre a garantia do escopo desta responsabilidade.

Sem estar vinculado exclusivamente ao movimento sindical, o IOS desenvolveu um projeto com a OIT para o monitoramento do Trabalho Escravo (com outra equipe) e também coloca um olhar sob o viés de RSE sobre esse trabalho uma vez que o monitoramento será sobre algumas empresas multinacionais e o foco também é a cadeia produtiva.

4. O que se necessita?

Necessitamos, com urgência, de multiplicadores desta experiência construída no IOS, como também constituir uma equipe para desenvolver mais rapidamente este trabalho. No IOS somente uma profissional se ocupa do tema. E, quanto aos multiplicadores, conseguimos um avanço em 2008 e fomos chamados pela Secretaria Nacional de Formação da CUT para organizarmos em conjunto o primeiro curso de RSE para multiplicadores de todo o país.

É também uma necessidade articular um debate interno para analisar a possibilidade de o IOS avançar sobre outros segmentos, além do movimento sindical. Já temos proposto e realizado alguns eventos reunindo representantes do movimento de consumidores e do movimento ambientalista. Entretanto, este não é um esforço colocado em nossa estratégia ainda. Um outro exemplo que poderia potencialmente fazer parte desta estratégia é aquele colocado no projeto têxtil, ou melhor dizendo, na cadeia produtiva do setor de vestuário, em que iniciamos uma parceria com as organizações argentinas da Red Puentes mas, infelizmente, não pode ser planejada em virtude da impossibilidade de desenvolvê-la neste momento, tanto por falta de equipe e fundos, como por ter que ir além das questões sindicais – sem dúvida o tema enfoca a questão do trabalho (degradante e escravo) mas, é necessário que esteja dentro do planejamento do IOS.

5. Lições aprendidas.

O tema RSE tomou grandes proporções rapidamente e o movimento sindical, por razões totalmente justificáveis, ainda resiste em fazer esta discussão de forma mais direta. Entretanto, está imperativo ter uma posição mais clara. Para tal, pensamos que o ideal é realizar algumas experiências piloto de acompanhamento/monitoramento de um setor ou três ou quatro empresas de modo a construir etapas bem definidas e um grupo de trabalho capacitado.

Para quem lida com RSE e movimento sindical as contradições se apresentam de forma muito direta mas, ao mesmo tempo, desafia para assumir uma visão da complexidade atual e, portanto, pensar em soluções melhor negociadas.

Aprendemos que uma das formas de sensibilização sobre o tema RSE passa necessariamente pela discussão do que é realmente sustentabilidade e, principalmente, fazer uma discussão com o movimento sindical sobre a interdependência dos segmentos da sociedade e a construção do pensamento sistêmico.

6. Dicas e outras informações.

Não há dicas adicionais. Pensamos que as informações e alguma reflexão contidas nas questões anteriores poderão contribuir para outras reflexões nas tantas experiências importantes que são realizadas pelos parceiros.

7. Continue lendo...

Contato – Instituto Observatório Social www.os.org.br
Pessoal de contato: Regina Queiroz – regina@os.org.br
Telefone (55-11) 3105.0884

Publicação RSE para movimento sindical:

<http://www.observatoriosocial.org.br/portal/index.php?option=content&task=view&id=104&Itemid=3>

Artigos nas revistas do IOS:

<http://www.observatoriosocial.org.br/portal/index.php?option=content&task=view&id=1639&Itemid89>

Resolução do 9º CONCUR (p. 66)

Movimento sindical e Responsabilidade Social Empresarial - RSE

O movimento mundial, iniciado pelas empresas multinacionais e conhecido como Responsabilidade Social Empresarial é mais um subproduto do processo de globalização. Os movimentos sociais e os críticos mais atentos anteveram os impactos sociais e ambientais perversos que adviriam das ações depredadoras das grandes empresas para se posicionarem no processo de globalização. Esses resultados, já tão conhecidos e debatidos, mostraram-se tão desastrosos e ilimitados que impulsionaram, de um lado, os organismos internacionais e, de outro, a sociedade civil organizada (por meio de grandes campanhas antiglobalização e de consumidores) à cobrança de posicionamentos e atitudes responsáveis das empresas multinacionais diante da sociedade como um todo. No entanto, o surgimento deste movimento não significa, absolutamente, nenhuma tomada de consciência ética ou postura responsável, embora estes termos estejam incorporados no discurso empresarial.

No Brasil e na maioria dos países da América Latina, o empresariado tem enfatizado, divulgado e publicizado enfaticamente ações assistencialistas com programas de RSE, como forma de demonstrar seu compromisso com a sociedade. A decisão de uma empresa de desenvolver programas de RSE é voluntária e unilateral. Pouquíssimas formam comitês de representantes das partes interessadas para tomada de qualquer decisão, e a maioria das empresas não envolve os sindicatos, mesmo quando há procedimentos de negociação estabelecidos no âmbito dos Recursos Humanos. Várias decisões que envolvem trabalhadores como, por exemplo, a utilização de programas de voluntariado junto às comunidades do entorno das empresas, são implementados sem

nenhuma discussão a respeito de horas trabalhadas e uso do tempo livre desses trabalhadores(as).

Consideramos que uma verdadeira disposição de mostrar-se socialmente responsável, deve contemplar atitudes e disposição de diálogo e negociação, que vão além daquelas já estabelecidas formalmente pelas normas e regulamentos internacionais e leis nacionais. As empresas, ao ingressarem no movimento de Responsabilidade Social Empresarial - RSE, devem se comprometer com o cumprimento dos direitos mínimos já estabelecidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, formulada na década de 40 do século passado. Ora, mas isto é básico, obrigatório e insuficiente.

Neste sentido, a CUT deve atuar para a incorporação das normas internacionais da OIT, os princípios do Global Compact da Organização das Nações Unidas - ONU e as Diretrizes para empresas multinacionais da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico – OCDE, visando combater abusos nas relações de trabalho, cometidos por empresas multinacionais, que podem também ser denunciados no Ponto de Contato Nacional – PCN, sediado no Ministério da Fazenda. Por outro lado, os sindicatos da CUT devem explorar, nas negociações coletivas, compromissos das empresas com a responsabilidade social, exigindo o exercício efetivo dos direitos sindicais e uma plataforma ampla de direitos dos trabalhadores(as). Como forma de agregar esforços utilizando a lógica empresarial da concorrência, a atuação dos sindicatos deve estar incorporada às diretrizes de organização por ramos, dando espaço para a formação de comitês de empresa, redes sindicais e outras formas organizativas, especialmente no caso de empresas multinacionais.

Neste sentido, a constituição, participação e fiscalização dos Acordos Marco Global é o instrumento do mais alto nível de negociação e espaço real de cumprimento da responsabilidade social.

A CUT atuará de forma crítica fiscalizando as atitudes de empresas principalmente no sentido de não permitir que ações superficiais e marqueteiras criadas para fortalecimento da imagem das empresas encubram as constantes violações dos direitos dos trabalhadores e dos cidadãos. Os sindicatos da CUT exigirão que nos Códigos de Conduta e Ética das empresas seja explicitado o compromisso e o respeito às relações com os legítimos representantes dos trabalhadores(as) – os sindicatos.

8. Fundación Casa de la Paz

Práctica: Fortalecimiento de la red de recolectores asociados a centros de acopio de chatarra en la Región Metropolitana, Chile.

Resumen

Esta iniciativa busca incentivar el reciclaje por medio del fortalecimiento de centros de acopio privados que generen inclusión social, al basar el retiro de residuos reciclables domiciliarios en los recolectores, y así transformar la recolección de residuos en una actividad económica, social y ambientalmente sustentable.

Esta modalidad permitirá aumentar la cantidad de materiales que ya se reciclan, y abrir el mercado a nuevos materiales potencialmente reciclables pero que por el bajo volumen existente no lo son hoy.

1. ¿Qué es?

La Política de Gestión Integral de Residuos Sólidos establece la necesidad de hacerse cargo de los residuos sólidos que se generan en el país debido a los impactos presentes y futuros que conlleva el aumento de su generación, estimada en un 4% anual. Existía una meta para el 2006 de reciclar el 20% de los residuos generados, y al 2008 vamos apenas en el 9%.

La mayor parte de los residuos generados hoy en día en Chile tienen como destino la disposición final. Las modalidades formales de incentivo a la separación en origen para el reciclaje de residuos no orgánicos (vidrios, plásticos, papeles y cartones, metales) son la licitación con recolección diferenciada por parte del municipio y disposición en contenedores ubicados en lugares determinados.

Sólo el municipio de Ñuñoa ha implementado y mantiene funcionando a nivel comunal el sistema de recolección diferenciada en origen y, en general, los municipios tienen contratos con las empresas de recolección de aseo por períodos muy largos de tiempo, lo que no les permite incorporar en las bases de licitación la recolección diferenciada. Los contenedores ubicados en supermercados y puntos definidos conllevan un compromiso de cada persona muy alto, puesto que para separar en origen y posteriormente trasladar a estos lugares requiere gente sensibilizada y dispuesta a la acción, por lo que deja afuera a todas aquellas personas que aún no están suficientemente comprometidas con el reciclaje.

Existe una tercera alternativa, menos formal, que es entregar en los centros de acopio o puntos limpios que existen en algunas comunas, ya sean desde la iniciativa municipal (Vitacura - formal), o implementados por privados a lo largo de todo el país. Los privados generalmente se proveen de material reciclable a través de la compra a recolectores de residuos reciclables.

Los recolectores de residuos reciclables alimentan a las empresas recicladoras en todos aquellos lugares donde no existen sistemas de separación en origen, estimándose que un 60% de los residuos sólidos domiciliarios que se reciclan en nuestro país son recuperados por ellos, lo que significa 667.000 toneladas al año. Además, existen alrededor de 178 mil recolectores informales a nivel nacional, lo que deriva en que esta actividad sostiene a casi 1 millón de personas, si consideramos su grupo familiar. Por otro lado, el mercado del reciclaje ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, principalmente en la Región Metropolitana, y para mantenerlo y aumentar los materiales reciclables es necesario crear demanda, que tiene que ver con generar las condiciones para que diversos materiales reciclables sean separados por la ciudadanía y puedan llevar efectivamente a las plantas de reciclaje.

La ciudadanía se muestra cada vez más interesada en participar de campañas de reciclaje, a modo de ejemplo, el 40% de los proyectos presentados al Fondo de Protección Ambiental son iniciativas relacionadas con la temática.

Por su parte, diversos estudios realizados indican que en Chile se bota en rellenos sanitarios, residuos susceptibles de ser reciclados por un monto equivalente a USD 240.000.000.- sin dejar de mencionar que si esos residuos fueran efectivamente reciclados se podría desarrollar la industria de la transformación en productos terminados, que sustituirían productos confeccionados desde materias primas explotadas de la naturaleza, con los consiguientes impactos ambientales y consumos energéticos, que en caso de la industria del reciclaje son mucho menores ya que estos procesos son mas eficientes, a su vez se podrían generar puestos de trabajo formales.

Esta iniciativa busca formalizar la tercera alternativa modalidad de incentivo al reciclaje: el fortalecimiento de centros de acopio privados que generen inclusión social, al basar el retiro de residuos reciclables domiciliarios en los recolectores.

Esta modalidad permitirá aumentar la cantidad de materiales que ya se reciclan, y abrir el mercado a nuevos materiales potencialmente reciclables pero que por el bajo volumen existente no lo son hoy.

Se trabaja a nivel territorial, de acuerdo a la ubicación de los centros de acopio y las rutas que realicen los recolectores.

Se solicita el apoyo del municipio una vez que se ha comprometido la participación del centro de acopio y sus recolectores. En general es un trabajo lento y burocrático.

Los beneficiarios directos del proyecto son los recolectores: actores claves de la recuperación de residuos domiciliarios. Algunas características:

- ❑ Existencia de redes de recolectores que entregan a centro de acopio (CA), lo que depende de la confianza hacia éste
- ❑ Recuperan el 60% de los residuos domiciliarios que se reciclan en Chile, cerca de 670 mil toneladas anuales
- ❑ Cerca de 180 mil personas se dedican a esta actividad en el país, cerca de 1 millón de personas si consideramos a sus grupos familiares; Esto tiene un fuerte impacto en los índices de desocupación del país, dado que se consideran como “ocupados”. Como ejemplo, en el trimestre feb/abr 2007, la desocupación aumentaría de 6,6, a 9,1%.
- ❑ En promedio, un recolector primario de chatarra puede aspirar a generar un sueldo mensual mayor que un sueldo mínimo (entre \$170.000.- y \$200.000.-)
- ❑ La mayoría de los recolectores se dedican a la recolección permanentemente desde hace más de 7 años, provienen del sector informal y están conformes con la actividad que realizan.

Los beneficiarios indirectos de este proyecto son la Comunidad y el Municipio.

El crecimiento de la generación de residuos en el país, estimado en cerca de un 4% anual, y el bajo crecimiento de reciclaje en Chile (se tenía una meta para el 2006 de 20% y sólo se llegó a un 12%), es una pérdida de oportunidades tanto económicas como sociales y ambientales.

Al disponer en un relleno sanitario un material que podría ser utilizado como materia prima para un proceso productivo, estamos, entre otras cosas:

- ❑ Generando pasivos ambientales para el país, contaminación, emisión de gases efecto invernadero,
- ❑ Desechando material que tiene un valor económico y, por lo tanto un mercado real y potencial.
- ❑ Oportunidades de trabajo para toda la cadena de valor de una empresa de reciclaje.

Un ejemplo de lo anterior es el acero. Material reciclable de manera infinita, dado que no pierde sus propiedades, en Chile se reciclan cerca de 360 mil toneladas al año, esperándose para el 2010 llegar a las 550 mil toneladas.

Este material es recuperado en un 60% por cerca de 17 mil recolectores informales que trabajan en esta actividad a lo largo de todo Chile, y sólo se está recuperando 57% del material que se genera como residuo.

Dado este escenario, se encargaron estudios para conocer la realidad de la cadena de proveedores y del mercado de la chatarra, lo que arrojó, en términos generales, las siguientes conclusiones:

- ❑ Entre el 60 y 70% de la chatarra proviene de los domicilios.
- ❑ El reciclaje no es una actividad formal en Chile.
- ❑ Los recicladores no han conformado redes articuladas que optimicen el proceso de reciclaje.

Es así como desde el año 2004 se han desarrollado proyectos con el objetivo de instalar dentro de la temática del reciclaje lo referente al acero.

Gracias a este esfuerzo, se logró generar un interés por parte de la ciudadanía para fomentar la separación del acero para su posible reciclaje. Sin embargo, aunque la cantidad de chatarra domiciliar separada con este fin aumentó, se detectó una deficiencia en su retiro, pues los volúmenes acopiados no resultan atractivos para ser retirados por parte de los centros de acopio, la chatarra tiende a ser voluminosa como para ser transportada por los mismos vecinos a los centros de acopio y no existe un sistema alternativo organizado para realizar retiros desde este segmento. El mismo problema se identificó para otros materiales, como los distintos tipos de plásticos, por ejemplo, que sí tienen un mercado emergente donde ser reciclados.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

Se realizó un benchmarking de experiencias similares y a partir de ello se determinó los focos de trabajo, todo con un enfoque participativo de todos los grupos de interés.

Se definió un objetivo general y dos secundarios, que son:

Objetivo general:

- ❑ Fortalecer a los recolectores de chatarra asociados a centros de acopio, para transformar la recolección de residuos en una actividad económica, social y ambientalmente sustentable.

Objetivos secundarios:

- ❑ Aumentar oferta de chatarra, a través de la promoción de una cultura ambiental en torno al manejo adecuado de los residuos, con especial énfasis en el reciclaje de la chatarra; y el desarrollo y aplicación de una estrategia educacional con efecto multiplicador, que potencie la participación y organización de la comunidad.
- ❑ Fortalecer sistema de recolección, mediante el fortalecimiento del trabajo de los recolectores de chatarra domiciliaria; dignificando su actividad laboral; e implementando un sistema de gestión de retiro de chatarra domiciliaria.

Tomando en consideración esos objetivos se definió un modelo de gestión ambiental que tiene como características el ser participativo y adaptable a la realidad local. Se basa en tres pilares fundamentales: Gestión personal, que fortalece y dignifica el trabajo de los recolectores; gestión de barrios, que mejora la relación del recolector con la comunidad y aumenta la oferta de chatarra; y gestión en el centro de acopio, que convierte al centro de acopio un punto limpio, con buenas prácticas hacia sus recolectores y reconocido por la comunidad.

Fases en la implementación:

Octubre 2006 a marzo 2007: Levantamiento de información y desarrollo del modelo de gestión

Esto significa generar un modelo de gestión que considere:

- ❑ A los recolectores informales como actores claves del retiro de chatarra domiciliaria del área de influencia¹ del centro de acopio.
- ❑ La articulación entre los recolectores informales y los centros de acopio para fortalecer la recolección domiciliaria de chatarra, aumentando la cantidad, seguridad y eficiencia de la recolección.
- ❑ La participación activa de la comunidad, incluyendo empresas privadas, dentro del área de influencia de los centros de acopio.

Abril a octubre 2007: Aplicación del modelo de gestión en dos centros de acopio de la Región Metropolitana.

Para esto se trabajarán los siguientes aspectos:

- ❑ Capacitar, asistir y monitorear a los centros de acopio y recolectores en la aplicación del modelo desarrollado.
- ❑ Sensibilizar a la ciudadanía acerca de la existencia de centros de acopio de chatarra para promover la oferta de chatarra domiciliaria.

Noviembre 2007 a marzo 2008: Evaluación, ajustes y seguimiento

Con la aplicación del modelo de gestión en dos centros de acopio se busca:

- ❑ Evaluar impactos y resultados de la aplicación del modelo.
- ❑ Identificar ajustes del modelo necesarios para su mejora.
- ❑ Realizar seguimiento de los centros de acopio con los que se trabajó.

Abril a octubre 2008: Aplicación en tres centros de acopio de la Región Metropolitana.

¹ Se define área de influencia como aquella que es cubierta por las rutas de los recolectores que participan del proyecto.

Una vez realizado los ajustes se aplicará el modelo en otros 3 centros de acopio para trabajar en los aspectos mencionados:

- ❑ Capacitar, asistir y monitorear a los centros de acopio y recolectores en la aplicación del modelo desarrollado.
- ❑ Sensibilizar a la ciudadanía acerca de la existencia de centros de acopio de chatarra para promover la oferta de chatarra domiciliaria.

Noviembre 2008 a enero 2009: Evaluación y sistematización

Consiste en la evaluación y sistematización de los resultados del proyecto. Para esto se buscará:

- ❑ Evaluar cumplimiento de objetivos.
- ❑ Evaluar cumplimiento de indicadores.
- ❑ Sistematizar la experiencia para el desarrollo de guías prácticas para la aplicación de un sistema de separación en origen con venta directa a centros de acopio.

3. ¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

Se está en proceso de levantamiento de resultados.

4. ¿Qué se necesita?

Se necesita un grupo interdisciplinario compuesto por profesionales del área humanista, ambiental e ingeniería, con experiencia en trabajo con grupos vulnerables. Para la implementación en 5 centros de acopio de estima una inversión de USD 100.000.-

5. Lecciones aprendidas

Factores clave para el éxito o el fracaso (internos o externos);

- ❑ El atraso por parte del gobierno en hacerse cargo del tema del reciclaje y su componente social,
- ❑ Empresa interesada que invierte en el fortalecimiento de sus proveedores
- ❑ Organismos internacionales que apoyan la iniciativa (AVINA, Inter American foundation)
- ❑ Claridad de las partes que se trata de un proceso de largo plazo y que debe ser sustentable económicamente
- ❑ Que las empresas condicionen su participación por la presencia de otra Empresa
- ❑ Organización de la sociedad civil (Casa de la Paz), con expertiz en el tema que genera credibilidad, confianza, articula actores, capacidad de diálogo, colaboración.

Principales lecciones aprendidas;

- es necesario darle tiempo a los procesos
- es necesario contar con expertos en los temas que aborda el proyecto
- los municipios tienen tiempos más lentos, que es necesario considerar

6. Seguir leyendo...

Más información en: <http://proyectorcolectores.blogspot.com/>

9. CEDEM - Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer

Práctica: Investigación diagnóstica sobre el estado de la RSE en la industria del vino en Casablanca en Chile (y las condiciones para las empleadas).

Resumen

La práctica se enmarca en una investigación realizada a la industria del vino del Valle de Casablanca ubicado en la Región de Valparaíso en Chile, para conocer el grado de avance con respecto a la asunción e implementación de la responsabilidad social empresarial (RSE), especialmente en los ámbitos medioambientales y en la relación que establecen con sus trabajadores y las comunidades aledañas, para a partir de ella promover una cultura de RSE.

1. ¿Qué es?

La práctica consiste en un proceso de investigación que surge producto de una profunda reflexión realizada por CEDEM, respecto a la situación vivida por las trabajadoras y trabajadores agrícolas de temporada del país. Hasta hace poco tiempo, las empresas frutícolas y vitivinícolas disfrutaron de un exitoso crecimiento económico, que sin embargo no se tradujo en un mejoramiento de las condiciones laborales de los miles de trabajadores/as del sector². Peor aun, éstas fueron y siguen siendo en extremo precarias.

Siendo las VII y V, regiones emblemáticas para la producción agrícola y vitivinícola nacional, CEDEM decidió focalizar ahí sus esfuerzos, buscando conocer la realidad concreta de este sector de trabajadores/as y la visión de las empresas. En una primera instancia se realizó en el Maule la investigación “La Industria del Vino, una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial”, la que arrojó lamentables resultados en torno no solo a las condiciones de los/as trabajadores/as sino también a la baja preocupación de los empresarios, administrativos y profesionales por los impactos causados por la empresa al medio ambiente y a la comunidad en la que se insertan y la negativa de ampliar sus conocimientos en torno a la RSE.

Del mismo modo aunque en menor escala, se hizo una investigación en el Valle de Casablanca, icono de la vitivinicultura de última generación en Chile, a fin de

² El Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM, estima que son alrededor de 600.000

diagnosticar el estado de la RSE y en base a ello, definir acciones a seguir en virtud de promover entre las empresas, estándares y prácticas de RSE, para iniciar un proceso mayor de instalación de una cultura al respecto.

De tal modo, los objetivos planteados inicialmente fueron:

Hacer un diagnóstico de las áreas vulnerables respecto de las condiciones de trabajo y estado de la RSE en la industria del vino en el Valle de Casablanca, diferenciando entre trabajadores permanentes, temporales, hombres, mujeres, contratados directos y subcontratados.

Mientras que los objetivos específicos estuvieron orientados a:

- ❑ Realizar un catastro de empresas y fundos vitivinícolas en el Valle de Casablanca.
- ❑ Conocer sobre la asociatividad empresarial y laboral: existencia de organizaciones (formales o informales) de las partes de la relación laboral.
- ❑ Indagar sobre el comportamiento empresarial, en base a criterios de RSE, entre viñas tradicionales y viñas emergentes, en el Valle de Casablanca.
- ❑ Hacer un balance del grado de cumplimiento del protocolo de acuerdo firmado en el marco de la Mesa vitivinícola del Valle de Casablanca.

Para ello, involucramos a actores de diversos sectores con el objeto de tener una información amplia y desde todos los puntos de vista. Es así como han participado en todo el proceso, la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del valle de Casablanca, A.G. (a la que pertenecen 41 razones sociales, entre las cuales se cuentan 16 bodegas y 9 viticultores), la Asociación de Mujeres Rurales e Indígenas, ANAMURI, el Sindicato transitorio de temporeras “Valle y progreso” de Casablanca, el Sindicato Interempresa de temporeras agrícolas, Villa Alemana y Quilpué; profesionales de la Municipalidad de Casablanca y representantes de la comunidad.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

Si bien, el foco estuvo centrado en la investigación llamada “La Ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: primeros pasos, dificultades y desafíos”, para lo cual se hicieron entrevistas en terreno a los trabajadores/as, la comunidad, la municipalidad y los empresarios, se desarrollaron otras actividades a fin de obtener información acerca del estado de la RSE en la comuna y al mismo tiempo promoverla entre las empresas. De modo que se realizaron dos talleres. El primero en marzo del 2007, “Responsabilidad Social Empresarial: oportunidad y desafíos para la industria del vino en el Valle de Casablanca”, que contó con la presencia de Frank Mechielsen, representante para América Latina de la Agencia de Cooperación para el Desarrollo de Holanda, Oxfam internacional que se refirió al comercio ético y el interés de los importadores por la RSE, y donde también se dieron a conocer nociones generales al respecto y la experiencia de la Mesa Vitivinícola del sector.

Un segundo taller realizado en septiembre del 2007, “Los primeros pasos hacia la implementación de la RSE en el Valle de Casablanca”, buscaba que los empresarios y profesionales del sector conocieran en profundidad el significado y sentido de la Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva ética, y al mismo tiempo, los conceptos, herramientas y experiencias que les permitieran iniciar un proceso de RSE tanto en la Asociación de Empresarios Vitivinícolas como al interior de cada empresa. Para ello fue fundamental contar con la presencia de Fernando Daza, gerente de personas de COPEFRUT, ya que esta empresa exportadora de frutas ha venido desarrollando acciones orientadas hacia la RSE con excelentes resultados.

Posterior a los talleres, CEDEM hizo una invitación a las seis empresas que habían mostrado una mayor participación e interés en los mismos, para iniciar una relación de apoyo directo con cada una de acuerdo a sus características particulares, sin embargo sólo se obtuvo respuesta de parte de dos de ellas. La primera para excusarse por falta de tiempo y la segunda, William Cole Vineyards para concretar una reunión y gracias a la cual pudimos realizar un primer diálogo.

Una vez publicada la investigación en Casablanca, se entregarán sus resultados a la Asociación de Empresarios Vitivinícolas y a la Mesa Vitivinícola a fin de informar de sus hallazgos a sus miembros y abrir oportunidades para desarrollar un trabajo asociativo.

3. ¿Qué se ha conseguido con la práctica?

- ❑ Primero, hemos obtenido una visión amplia y concreta del estado de la RSE en el valle de Casablanca, a partir de los resultados de la investigación que implicó conocer la opinión de todos los actores involucrados en la problemática abordada. Esta nueva visión nos permite como institución plantearnos desde una posición más clara a conversar con ellos, puesto que actuando de “buena fe”, muchas veces se cae en la ingenuidad y credulidad de lo que dicen unos y otros.
- ❑ Hemos obtenido información cualitativa inédita y valiosa para el valle de Casablanca, que en adelante esperamos movilice a sus actores en acciones dirigidas a mejorar la situación actual.
- ❑ Nos hemos introducido en un mundo desconocido, que nos permite adquirir conocimientos e interactuar con las empresas, facilitando el intercambio con ellas y de esa manera poner la RSE en el plano de conversación, generando -en algunos- el interés por conocer del tema en mayor profundidad. Especialmente, se ha logrado establecer una relación con la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca A.G. a partir de dos talleres realizados con una importante asistencia y participación.
- ❑ La Asociación de empresarios participa también en una Mesa Vitivinícola, junto a la Dirección del Trabajo, la Municipalidad y los sindicatos, lo que ha permitido de algún modo articular los planteamientos en ella realizados con lo que significa la

RSE, generándose un estado de necesidad por conocer y avanzar hacia mejores estándares.

- También en este mismo sentido, hemos logrado que nos abran las puertas de una de las viñas, lo que nos permite tener una mirada más profunda de la problemática y reflexionar en torno a las posibles acciones en búsqueda de soluciones.

4. El financiamiento.....

Es importante destacar que fuera de lo económico, una de las principales fortalezas ha sido contar con profesionales con conocimientos sobre RSE con un enfoque particular como equipo. También la experiencia institucional en investigación social y particularmente sobre la realidad del trabajo agrícola de temporada en los rubros frutícola y vitivinícola, junto a su trayectoria (25 años) y su forma de actuar en consecuencia con su misión y valores, han traído como consecuencia, credibilidad ante las empresas y otras instituciones públicas y privadas.

De igual modo han sido importantes la validación que hacen del CEDEM, las organizaciones de trabajadoras agrícolas de temporada, especialmente ANAMURI, ganada a partir de más de 8 años de trabajo conjunto y la articulación con otras ONGs y redes que persiguen objetivos similares pro desarrollo de una cultura de la RSE.

5. Lecciones aprendidas

A pesar de los esfuerzos dirigidos a promover la RSE entre las empresas (diversos talleres, prensa, etc.), no logramos establecer convenios escritos de trabajo, pues éstas están en un proceso incipiente de asunción de esta temática y se cuidan de establecer compromisos muy vinculantes que luego puedan ser objeto de control social. Como aprendizaje nos queda hacernos cargo de la falta de conocimiento profundo de la dinámica interna empresarial que frena procesos de inclusión de nuevas ideas como es la RSE y de acuerdo con ello, plantearnos expectativas más realistas respecto a los cambios que es posible generar en procesos de corto y mediano plazo en lo que se refiere a ella, sobre todo en un sector de la economía que enfrenta situaciones complejas (baja sostenida del dólar, fluctuaciones por el clima, etc.) y que es parte de una cultura empresarial con importantes anclajes en la cultura tradicional campesina, como es el sector de la fruta y el vino.

Sin embargo, nuestra metodología nos ha permitido que las empresas nos reciban y participen en las actividades propuestas, algunos más activamente que otros, pero con actitud de respeto y comprensión frente a los temas planteados, por lo que sigue siendo el diálogo la primera puerta de entrada hacia un proceso mayor de intercambio de saberes y visiones con respecto a la RSE.

Por otra parte, el hecho de trabajar con la Asociación de Empresarios Vitivinícolas ha sido una oportunidad puesto que nos ha permitido concentrar nuestros esfuerzos a través de ella.

6. Consejos y más

- Identificar claramente los riesgos implicados en la práctica: en nuestro caso, el error estuvo, al momento de diseñar el proyecto, en actuar bajo la premisa de que el diálogo con las empresas es la antesala de un proceso de implementación de un modelo de inclusión de RSE. Ahora sabemos, que muchas veces el diálogo es una experiencia puntual que no conduce a un segundo paso.
- Acciones para optimizar recursos: buscar alianzas globales, a través de la cual se pueda presentar como atractivo un proyecto de impacto internacional. Es el ejemplo de la cadena global del vino, donde los principales países productores, ubicados a la misma altitud pero en distintos continentes, tienen similares sistemas de producción, con similares condiciones de trabajo para las mujeres temporeras. Se buscó entonces generar una alianza entre ONG y organizaciones de trabajadoras de Chile, Argentina, Sudáfrica, Nueva Zelanda y Australia, de manera de crear una red mundial que busque sensibilizar y visibilizar las problemáticas y demandas de las mujeres; y su relación con toda la cadena productiva, que lleva en todos los casos los vinos al principal país importador, que es Inglaterra y en específico la cadena Tesco.

7. Seguir leyendo...

CEDEM, Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer
www.cedem.cl

Nombre de contacto: Pamela Caro

Correo electrónico: pamecaro@cedem.tie.cl

Teléfono: 56 (2) 7357755

Fax: 56 (2) 7772297

Investigación: “La Ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: primeros pasos, dificultades y desafíos”. Enero 2008.

CICE Chile

www.ciceenlinea.cl

Otras:

- Investigación: “La Industria del Vino, una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial”, en la Región del Maule, Chile. Julio 2006.
- Informe Taller, “Los primeros pasos hacia la implementación de la RSE en el Valle de Casablanca”, realizado en septiembre del 2007 con la Asociación de Empresarios Vitivinícolas.

10. CENDA - Centro Nacional de Estudios de Desarrollo Alternativo, Observatorio Laboral Chile

Práctica: Observancia en producción de fruta fresca de exportación: caso berries.

Resumen:

De acuerdo a informaciones aparecidas en la prensa sobre exportaciones específicas, trabajos previos de observancia en la región e información entregada por dirigentes y dirigentes sindicales, consideramos apropiado abordar las implicancias laborales del desarrollo de la agroindustria de los berries en el sur de la Región del Maule, Chile, a manera de diagnóstico de RSE en el sector.

1. ¿Qué es?

Observancia de las condiciones de trabajo de los asalariados y las asalariadas de la cadena productiva de los berries en la localidad de Orilla de Maule, Región del Maule, Chile.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

- ❑ Se trabaja en cooperación con otras organizaciones sociales (CEDEM –Centro de Estudios y Desarrollo de la Mujer- y ANAMURI –Asociación Nacional de Mujeres Rurales e Indígenas).
- ❑ Se establece contacto con la organización de trabajadores y trabajadoras para realizar trabajo de monitoreo en conjunto.
- ❑ Se realizan charlas informativas a los trabajadores y a las trabajadoras sobre las condiciones económicas y sociales en las que se desarrolla la industria de los berries.
- ❑ Se contacta organismos del Estado (del trabajo, de salud ocupacional, medio ambiente), representantes de empresas y municipalidades con el fin de coordinar acciones y esfuerzos en beneficio de trabajadores y trabajadoras
- ❑ En pro del respeto de la sindicalización promover entre empresarios la legitimidad de la organización y el ejercicio libre de funciones de asociados/asociadas y dirigentes

3. ¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

- ❑ Se ha establecido vínculos de cooperación con las organizaciones locales (públicas, privadas y gremiales).
- ❑ Se acompaña el proceso de consolidación de la organización sindical.
- ❑ Construir conocimiento de la industria en relación a su desenvolvimiento económico para informar y formar a trabajadores/trabajadoras, sus organizaciones, denunciar malas prácticas laborales, destacar las buenas, visibilizar las condiciones de trabajo en la agroindustria y apelar a la RSE.

4. ¿Qué se necesita?

- ❑ Tiempo para abordar la totalidad de temas que emergen en la localidad.
- ❑ Más tiempo para establecer otro tipo de contacto con el empresariado.
- ❑ Establecer relaciones de trabajo con organismos del Estado para que conozcan la realidad laboral y social que presenta el sector.

5. Lecciones aprendidas

- ❑ La necesidad de coordinación con organismos públicos relacionados con el trabajo, salud y medio ambiente a fin de abordar de manera integral la problemática del trabajo y la producción en diversos sectores.
- ❑ A la luz de las situaciones particulares de trabajadores y trabajadoras de planta y temporales se debe proponer en todas las instancias que sus organizaciones sean consideradas en igualdad de condiciones frente al diálogo, a la promoción de derechos y al progreso en sus condiciones de trabajo.
- ❑ Frente a la creciente incorporación de mujeres en el mundo del trabajo, hay que promover entre las propias trabajadoras el cumplimiento de las leyes específicas que las protegen, así como la no discriminación en términos salariales, acceso a cargos, procesos de capacitación y promoción, tanto en el ámbito laboral como en el de sus organizaciones.
- ❑ Continuar trabajos de monitoreo con el fin de aportar en todo aquello que apunte a establecer en la producción chilena los estándares del trabajo decente, definidos por la Organización Internacional del Trabajo, buscando promover la búsqueda de procesos de cambio voluntario por parte de las empresas en pro del trabajo decente y la equidad de género, a través del reconocimiento de la interlocución con las organizaciones de trabajadores y de la sociedad civil, fortaleciendo el diálogo social.
- ❑ Es necesario exigir de parte del Estado la publicación abierta del comportamiento de las empresas, publicando los informes de infraccionalidad de éstas en cada uno de los ámbitos donde se de: laboral, salud, ambiente, etc.

6. Consejos y más

El proceso de empoderamiento de trabajadores y trabajadoras, la recuperación de su fuerza negociadora como actor social legítimo frente al actor empresarial y como sujeto de la ciudadanía necesita permanentemente:

- ❑ Monitoreo sobre condiciones laborales y estudios sobre empresa y su cadena productiva. Elaboración de informes y denuncias.
- ❑ Constitución de sindicatos, apoyo y orientación en la elaboración de un petitorio para la primera negociación colectiva, acompañamiento en proceso.
- ❑ Realización de capacitaciones en sindicalización, liderazgo, organización, trabajo y derechos laborales y entrega de material de formación impreso y digital para el “diálogo social” con organizaciones empresariales y de gobierno.
- ❑ Realización de charlas y encuentros de presentación de resultados de monitoreo local y de temas específicos.
- ❑ Impulsar la creación de alianzas y redes con otras organizaciones sociales para fortalecer propuestas.
- ❑ Potenciar nuevos liderazgos, en particular de jóvenes y mujeres, asumiendo sus problemáticas y facilitando su inserción y empoderamiento dentro de las organizaciones.
- ❑ Desarrollar en las acciones conciencia de la inclusión de género en todas las relaciones, marca social fundada en una cultura de derechos humanos, adecuando propuestas, actividades y estructuras a dicho objetivo.

7. Seguir leyendo...

www.olab.cl

http://www.olab.cl/noticias/trabajo_olab.htm

Contactar: Ana Becerra: ana.becerra@cendachile.cl

Rodolfo Tagle: Rodolfo.tagle@cendachile.cl

11. CICE - Centro de Información sobre el Comportamiento Empresarial

Práctica: Reuniones de diálogo y organización de actividades conjuntas sobre promoción de RSE en el valle de Casablanca, con empresas vitivinícolas.

Reseña Institucional:

El Cice tiene un año de antigüedad. Su misión es acopiar y difundir información sobre el comportamiento de las empresas en Chile. Cedem es una ONG miembro de la Red Puentes y del Cice.

La Corporación de Estudios para el Desarrollo de la Mujer –CEDEM-, es una entidad sin fines de lucro que tiene como misión aportar al desarrollo de una cultura de la RSE en el sector agroexportador. Creemos que la industria del vino puede ser pionera en este ámbito. Específicamente realizamos estudios, generamos espacios de interlocución entre diversos actores y promovemos la inclusión de los principios y valores éticos que sustentan la noción y prácticas de RSE. Nuestro socio es la agencia de cooperación para el desarrollo Oxfam Novib de Holanda, quienes a su vez promueven estas nociones en los importadores holandeses y europeos en general.

Cenda es una ONG miembro de Red Puentes que se ha dedicado a hacer seguimiento y monitoreo de empresas vitivinícolas en la valle de Casablanca.

Denominación de la experiencia

Reuniones de diálogo y organización de actividades conjuntas sobre promoción de RSE en el valle de Casablanca, con empresas vitivinícolas.

Lugar y fecha de la experiencia

- Diciembre 2006 – junio 2007: Realización del estudio en terreno sobre condiciones de trabajo en la industria del vino y prácticas vinculadas a RSE en las empresas asociadas a la Asociación Vitivinícola.
- Diciembre 06 – enero 07: reuniones de planificación y búsqueda de acuerdos para la realización de actividades de promoción de RSE con directorio Asociación.

- ❑ Marzo 2007: Taller- desayuno Introdutorio a la RSE, en Viñedos Emiliana. Participaron con expositores Frank Micheilsen de Oxfam Novib, Pamela Caro (coordinadora Red Puentes) y Felipe Rodríguez (director Asociación de Viñas). Asistieron 12 empresas de la zona.
- ❑ Marzo 2007: presentación de los resultados del monitoreo de empresas realizado por CENDA

Nombre de la Empresa y Datos

Asociación de Viñas de Casablanca. La misión de la Asociación es mantener y potenciar la imagen del Valle de Casablanca y su denominación en el ámbito nacional e internacional. Para lo anterior, establece su accionar en 3 áreas: Marketing y Comunicaciones, Turismo, Viticultura y Enología.

Descripción del Caso

Relación de diálogo e interlocución entre OSC (Cedem, Cenda, Red Puentes) y una asociación de empresas.

Estrategia utilizada

- ❑ Reuniones con un director de la Asociación para proponer la realización de actividades de difusión.
- ❑ Reunión-seminario con Asociación de Viñas de Casablanca: "La RSE, un desafío y una oportunidad para el Valle de Casablanca". Lunes 12 de marzo del 2007, de 9:00 a 11:30 en Casablanca.
- ❑ Presentación de resultados monitoreo de empresas hecho por Cenda (marzo 07).
- ❑ Realización de entrevistas con diversos actores de la comuna para realizar un levantamiento de la situación de RSE de la industria del vino en Casablanca.
- ❑ Actualmente estamos procesando la información para hacer un taller de presentación y sugerencias para iniciar un proceso de cambio (taller que se proyecta para agosto 07).

Resultados e Impacto o respuesta conseguida en el ente destinatario, en la prensa, en la sociedad civil, etc. Cumplimiento de objetivos planteados

En todas las instancias la Asociación ha estado abierta al diálogo y hacer acciones conjuntas para difundir la RSE.

La prensa local cubrió el seminario-desayuno realizado en marzo (Diario El Espejo). A partir de esta primera nota, empezó a cobrar importancia el tema, por ejemplo, a través de otros actores (como concejales) que escriben sobre RSE en la prensa local.

Aprendizajes:

- ❑ No tenemos una experiencia larga de relacionamiento con empresas, por lo que es un aprendizaje el manejar la tensión en la conversación, cuando hay opiniones diversas.
- ❑ Trabajar en forma articulada dos instituciones de la Red Puentes.

Dificultades:

- ❑ En todas las conversaciones y reuniones con la Asociación, hemos tenido acceso a uno de los directores y al gerente general. Nos queda la duda respecto si el resto del directorio de la Asociación está totalmente alineado con este tema.
- ❑ El seminario-desayuno tuvo la presencia de 12 empresas, de 48 que conforman la Asociación, lo que significa que los contenidos llegó a un grupo de empresarios/as.
- ❑ Las empresas más grandes del valle (Indómita, Concha y Toro, Casas El Bosque), no asistieron a seminario.

Referentes:

Cedem: www.cedem.cl/boletin

CICE: www.ciceenlinea.cl

Red Puentes: Pamela Caro (pamecaro@cedem.tie.cl)

Gilberto Ortiz (gortiz@gmail.com)

12. Corporación Norte Grande

Práctica: **Participación Ciudadana en el Seguimiento y Control de los Procesos Ambientales Asociados a la Extracción de Aguas Subterráneas por parte de Compañías Mineras en los Salares Altoandinos.**

Resumen:

Se está llevando a cabo un seguimiento análisis de la evolución del bofedal de Lagunillas en el Altiplano de la Región de Tarapacá, Chile, el cual se encuentra sometido actualmente a estrategias de recuperación, como consecuencia del fuerte impacto sobre los sistemas de vegas y bofedales, asociado a los procesos de extracción de agua subterránea en la cuenca de alimentación por parte de la Compañía Minera Cerro Colorado

1. ¿Qué es?

A finales del año 2004 la Corporación Norte solicitó asesoramiento para obtener una opinión técnica “independiente”, sobre los potenciales impactos que podría ocasionar la extracción de aguas subterráneas en la cuenca del Salar del Huasco por parte de la compañía minera Doña Inés de Collahuasi, sobre las vertientes que alimentan a la localidad de Pica y el ecosistema propio del Salar; y, sobre los impactos en el bofedal de lagunillas explotados por la compañía minera Cerro Colorado. El proceso fue liderado por Claudio López de la Corporación Norte Grande y los aspectos técnicos fueron abordados por el Geólogo Aníbal Manzur.

Se desarrolló una estrategia para visibilizar las evidencias obtenidas tanto a nivel de organismos del estado -Dirección General de Aguas- como de las organizaciones de agricultores de la comuna de Pica y diversas redes ciudadanas. Se obtuvo además la adhesión a los reclamos por parte de organizaciones ciudadanas y académicas, lo que ha favoreció la generación de respuestas positivas por parte del Estado, expresadas a través de investigaciones sumarias, y disminución temporal de permisos de extracción de agua. Fue notorio además la respuesta y confianza de las organizaciones para ejercer ciudadanía.

Como parte del proceso de evaluación se analizaron otras áreas sujetas a actividades extractivas como el Salar de Coposa y posteriormente el Salar de Lagunillas, el cual es presentado en el presenta escrito como práctica.

Desde el año 1994 la Compañía Minera Cerro Colorado, extrae aguas subterráneas a través de un sistema de pozos de la cuenca del Salar de Lagunillas, con el objeto de alimentar sus sistemas productivos y domésticos.

En el año 2005 se inician actuaciones administrativas por evidentes daños en el bofedal asociadas a una disminución y/o desaparición de las vertientes de alimentación a la laguna. Inicialmente la empresa sostuvo como principal argumento de daño, causas naturales a factores esencialmente climáticos.

En el mes de mayo de 2005, la Corporación Norte Grande concurre por primera vez al Salar de Lagunillas. La visita se realizó a instancias de la empresa con el objeto de presentar la situación general del sitio es especial, los impactos sobre los bofedales de Lagunilla y la laguna de Huantija. A partir del año 2006 la empresa está realizando acciones de mitigación y restauración del sistema impactado, debiendo sostener este proceso por más de dos décadas hasta el restablecimiento de los caudales en los sistemas de vertientes que alimentan el bofedal.

El propósito de la experiencia es la realización desde la ciudadanía, del seguimiento de la evolución de los sistemas ambientales bajo presión, en este caso las estrategias de recuperación del bofedal de Lagunillas, en el Altiplano de la Región de Tarapacá.

En este marco el aporte desde el co-monitoreo ciudadano está dirigido a favorecer los mecanismos a partir de los cuales se garantice la transparencia e integralidad en la interpretación de la información, con conclusiones claras y comunicables a las comunidades. Por otra parte se pretende que la comunidad pueda tener en tiempo real y permanente la información sobre el estado del sistema ambiental.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

Este proceso se lleva a cabo a través de la articulación entre diferentes actores: Por un lado la Corporación Norte Grande apoyado a través de diferentes Iniciativas de Fundación Avina, favoreciendo la logística y el fortalecimiento profesional, por otro la empresa Compañía Minera Cerro Colorado, la cual apoya la iniciativa fundamentalmente y facilita la información y la interrelación con sus equipos profesionales y por último con distintas redes y organizaciones ciudadanas locales, regionales y nacionales.

Como principales metas y acciones se encuentran:

- ❑ Fortalecimiento del equipo de trabajo con profesionales capacitados en estrategias de monitoreo ambiental en ambientes naturales bajo presión
- ❑ la evaluación de la información histórica del sitio y de las diferentes actuaciones administrativas
- ❑ la evaluación del plan de mitigación del sitio.

- ❑ interrelación con los equipos técnicos de la empresa responsables del plan de mitigación.
- ❑ sucesivas visitas al sitio con la empresa y redes ciudadanas.
- ❑ continua interrelación con los servicios ambientales locales responsables del control del monitoreo,
- ❑ discusión y extensión de las conclusiones elaboradas a través de informes, presentaciones y diálogo con diferentes actores ciudadanos.

3. ¿Qué se ha conseguido con la práctica?

Se ha conseguido comprender el alcance del manejo ambiental de un sistema bajo presión y acciones de restauración. Por otra parte un compromiso de llevar adelante un proceso con la participación activa de la comunidad.

Como conclusiones principales obtenidas hasta el momento pueden destacarse las siguientes.

- ❑ El sistema de bofedales necesita un plan de mitigación constante hasta la recuperación del potencial hidráulico del sistema hidrogeológico que abarca varias décadas. Si bien no quedan correctamente detallados en los estudios, los tiempos de recuperación total del potencial hidráulico del sistema, en un escenario de máxima explotación, se produciría aproximadamente a mediados del presente siglo.
- ❑ El plan actual en funcionamiento busca de acuerdo a sus responsables recomponer o simular el comportamiento del sistema de vertientes bajo condiciones naturales.
- ❑ Si bien se ha señalado por parte de la empresa que se han obtenido porcentajes altos de recuperación, (cerca al 60%) se evidencia en campo que estos han sido sobreestimados.
- ❑ La definición, seguimiento y comunicación de los indicadores de estado del sistema así como su recuperación deben seguir una lógica de transparencia de los factores esenciales que garantizan el funcionamiento del sistema y que permitan establecer claramente el estado del mismo en un momento dado, la evolución que ha tenido y lo que se espera en un tiempo determinado.

En este marco el aporte desde el co-monitoreo ciudadano está dirigido a favorecer los mecanismos a partir de los cuales se garantiza una integralidad en la interpretación de la información, con conclusiones claras y comunicables a las comunidades. Por otra parte se pretende que la comunidad pueda tener en tiempo real y permanente la información sobre el estado del sistema ambiental

Como estrategias principales se contemplan:

- ❑ Fortalecimiento de la participación ciudadana en los procesos de seguimiento y evaluación de los sistemas naturales bajo presión en particular el bofedal,

- ❑ Comunicar a las comunidades involucradas de la situación y evolución del sistema natural.
- ❑ Favorecer la generación de puntos de encuentro entre los diferentes actores.
- ❑ Establecimiento de estrategias de extensión y comunicación, tendiente a la comprensión de los sistemas naturales y sus recursos, por parte de las comunidades involucradas. Esto forma parte de un proceso de mediano y largo plazo que favorezca una mayor interrelación y conocimiento de los recursos naturales por parte de la comunidad.

4. ¿Qué se necesita?

- ❑ La necesidad concreta es poder conseguir consensos y compromisos entre las diferentes partes,
- ❑ La empresa que debe sostener un proceso de apertura y transparencia sobre la evolución de los sistemas naturales asociados a su proyecto y a apoyar la iniciativa;
- ❑ Una comunidad interesada en la evolución de sus recursos naturales y la búsqueda de nuevos espacios en la relaciones empresa, estado y comunidad.
- ❑ Entes financiadores que comprendan que es necesario su compromiso el fortalecimiento y sostenimiento de iniciativas a mediano y largo plazo para poder construir estos nuevos espacios que garanticen mayor equilibrio territorial.

5. Lecciones Aprendidas

- ❑ La claridad de las organizaciones ciudadanas respecto de los procesos territoriales, sumado a correctas interpretaciones técnicas, genera enormes posibilidades para encontrar nuevos equilibrios respecto de los usos de los recursos naturales.
- ❑ No siempre hay una lógica de depredación a cualquier costo y/o las comunidades buscan necesariamente el equilibrio territorial.
- ❑ Se necesitan compromisos de largo plazo entre todos los actores involucrados para poder generar iniciativas que ayuden a construir procesos profundos de equilibrio territorial.
- ❑ La búsqueda de sostenibilidad es mas un proceso dinámico que necesariamente conceptual, por lo cual su abordaje en este sentido genera nuevos espacios.

13. ODECU - Organización de Consumidores y Usuarios de Chile

Práctica: Propaganda engañosa e incumplimiento del reglamento sanitario: Corpora tres Montes

Misión

Ser referente y promotor del desarrollo y fortalecimiento del movimiento de consumidores en Chile.

Para lograr los objetivos trabajamos en:

- ❑ La promoción y defensa de los derechos de los consumidores y el ejercicio de sus responsabilidades;
- ❑ Por la transparencia y la equidad en las relaciones de mercado;
- ❑ Favorecemos el desarrollo democrático, igualitario y sustentable de la sociedad.

Líneas de trabajo

- ❑ Comunicaciones: Boletín Electrónico, Construcción Página WEB
- ❑ Producción de Información: Producción y actualización de Infoteca (Archivadores de auto consulta sobre temas de consumo).
- ❑ Capacitación: Promoción de los derechos de los consumidores
- ❑ Seguridad Alimentaria: Investigación sobre temas de Seguridad Alimentaria y Participación del Codex Alimentarius

Situación inicial

- ❑ Que la rotulación y etiquetado de los Jugos en polvo ZUKO que produce la empresa Corpora Tres Montes, induce a error o engaño.
- ❑ Se procede a presentar una demanda judicial en el Juzgado de Policía Local, la que en primera instancia acoge el recurso y establece una multa a la empresa
- ❑ Se inicia una campaña de demandas a nivel nacional, con el objetivo de aumentar el monto de estas
- ❑ Corpora Tres Montes apela y contrata a la empresa Lobbista Correa y Correa Consultores, para iniciar una negociación para retirar las demandas

Actores

- ❑ ODECU como demandante

- ❑ Consumidores Alerta, Org. De consumidores de Antofagasta, Puerto Montt y Concepción
- ❑ Empresa Corpora Tres Montes, demandados
- ❑ Correa y Correa Consultores
- ❑ Consumers Internacional, en el rol de mediador
- ❑ SERNAC – Otras Org. de Consumidores – Partidos Políticos - Parlamentarios

Objetivos

- ❑ Cambiar el etiquetado y retiro de productos con dicho etiquetado, permitiendo una mayor transparencia en la información a los consumidores
- ❑ Posicionar el tema de la defensa de los derechos del consumidor desde la sociedad civil.
- ❑ Posicionar a ODECU, como referente.

Herramientas

- ❑ Publicaciones y Prensa Nacional y Regional
- ❑ Campaña Nacional de Demandas
- ❑ Apoyo Nacional Organizaciones de Consumidores
- ❑ Acciones Legales a través de demandas individuales

Recursos utilizados

- ❑ Equipo directivo de ODECU
- ❑ Periodista y Abogado Remunerado
- ❑ Equipo de Investigación Voluntario
- ❑ 10 meses

14. TAC - Taller de Acción Cultural

Práctica: La recolección de Frutos Silvestres, trabajo emergente en los bosques de Chile

Resumen

Las recolectoras trabajaban en forma independiente, hasta que comenzamos a trabajar con ellas y se fue desencadenando un proceso que progresivamente fue cambiando sus vidas. Del trabajo individual pasaron a la constitución del comité, de éste a la Coordinadora Regional y la Asociación Gremial. De la recolección a las “buenas prácticas de recolección”, de la venta de productos frescos a los productos procesados. De la rosa mosqueta y los hongos, a una variedad de 30 productos deshidratados, que incorporan verduras, frutas y hierbas medicinales. Del trabajo temporal al de jornada completa. Del trabajo en sus casas a una actividad laboral realizada en Plantas Procesadoras propias. De la recolección a la domesticación y cultivo de las hierbas silvestres. Del anonimato a la presidencia de la Mesa Regional con las Municipalidades, la Universidad, las empresas forestales... De la invisibilidad al reconocimiento social e institucional. De la venta de productos a granel a los envasados, de la venta en Ferias a la exportación, etc., etc.

Hoy día después de siete años, son nueve comités, distribuidos en ocho comunas de la octava región, que agrupan a alrededor de 100 recolectoras y recolectores, en su mayoría mujeres (90 %). Seis comités cuentan con sus Plantas Deshidratadoras, algunos con su Iniciación de Actividades (SII) y su Resolución Sanitaria (Sanidad) y otros en vías de obtenerlas. Todos los recolectores y recolectoras están capacitados para procesar y envasar sus productos y para comercializarlos en forma directa al público. Los comités se articulan en una instancia de organización, producción, comercialización y dirección superior que es la Coordinadora Regional de Recolectoras y Recolectores del Bío Bío, actualmente Asociación Gremial.

1. ¿Qué es?

La recolección de frutos silvestres es una tradición histórica, realizada por las familias campesinas para mejorar su alimentación. Con la instalación de las empresas forestales, en los últimos 30 años, los agricultores que vivían en su entorno fueron quedando progresivamente sin trabajo y las mujeres, como una forma de enfrentar el hambre y la miseria, comenzaron a recolectar los frutos para venderlos a intermediarios que a su vez, los entregaban a empresas agroprocesadoras que atendían la demanda de empresas trasnacionales que llegaron a nuestro país en el contexto de la globalización.

En el año 2000, las recolectoras eran seres que vivían en sectores aislados, en condiciones de pobreza dura, que realizaban un oficio percibido en sus comunidades como algo humillante y por lo tanto ellas no se reconocían como tales, ni tenían interés en organizarse.

Nuestro desafío desde el principio ha sido lograr que la recolección se constituya en un trabajo digno para todos aquellos que viven de él. Esto implica reconstruir un oficio que efectivamente dignifique y mejore la calidad de vida de sus protagonistas, que sea reconocido social e institucionalmente, de modo que las recolectoras se incorporen en el proceso productivo de nuestro país y que asuman el cuidado del medioambiente.

Pensamos que esto es posible dado que Chile tiene 15.7 millones de hectáreas de bosques que ofrecen, potencialmente, una fuente de trabajo excelente para los 220.000 recolectores chilenos que desarrollan el oficio.

Las exportaciones del sector forestal representan la segunda entrada económica del país. En él se encuentran los grupos más poderosos económicamente hablando. Sin embargo, en este sector también habitan los campesinos más duramente golpeados por la extrema pobreza. (Anexo 1)

Además, hay que agregar que Chile cuenta con una gran variedad de frutos silvestres de alta calidad³, cuya demanda en los mercados extranjeros y en el nacional es cada vez mayor, porque los laboratorios los utilizan como materia prima para medicamentos, productos cosméticos y también para la alta gastronomía. (Anexo 2).

Por estas y otras razones, consideramos que la recolección es un trabajo emergente que debe ser apoyado, pues actualmente los y las recolectoras están enfrentadas al desafío de transformar las condiciones actuales de su oficio y hacer de él un “trabajo decente”, que dignifique a todos los que trabajan en él.

2. ¿Cómo se lleva a cabo? & 3. ¿Qué se ha conseguido con la práctica?

La articulación ha sido un proceso transversal y complementario al resto de los procesos que viven las recolectoras (organización, producción, comercialización). Sus objetivos son:

- construir conocimiento
- mejorar las condiciones de trabajo
- establecer una red de relaciones,
- visibilizar la actividad de las recolectoras.

³ INFOR detectó más de 300 especies de alta calidad, cf. www.gestionforestal.cl

Como resultado hemos logrado la realización de nuevos espacios de trabajo e intercambio:

- ❑ articulación territorial,
- ❑ establecimiento de Mesas de trabajo,
- ❑ incentivar la investigación,
- ❑ crear equipos de trabajo interdisciplinarios.

Articulación con diversos actores vinculados a la recolección.

En el año 2000, dada la falta de información y precariedad de la recolección, comenzamos tomando contacto con empresas agroindustriales pensando que éstas podían ofrecer un mejor precio por los productos recolectados, pero los precios que ofrecían no fueron sustancialmente superiores. A pesar de ello, la relación establecida con los ejecutivos produjo un gran impacto en las recolectoras, porque se sintieron tratadas dignamente y por primera vez recibieron información sobre precios y demanda de los productos para la temporada. Además, tuvieron la oportunidad de visitar las empresas y conocer el procesamiento de la mosqueta, los hongos, etc. lo que les mostró las proyecciones de su oficio y las llevó a valorarlo. La relación se mantiene hasta el día de hoy en términos muy positivos.

Este primer paso, nos llevó a concluir que para mejorar el precio de los productos era necesario darles un valor agregado y la mejor alternativa que encontramos fue el deshidratado. Para conocer más profundamente el tema nos dirigimos con los dirigentes de los comités al Dpto. de Ingeniería en Alimentos de la Universidad de Concepción y poco después solicitamos una capacitación técnica para el deshidratado de frutos silvestres, verduras, frutas y hierbas medicinales; la que se viene entregando hasta el día de hoy a cada grupo nuevo que se organiza.

Luego recurrimos al Dpto. de Hierbas Medicinales de la misma Facultad de Agronomía cuyos académicos nos acogen regularmente para visitar sus plantaciones, intercambiar conocimientos y capacitar a las recolectoras en lo que respecta a algunos aspectos del conocimiento de las hierbas medicinales. En el año 2006 abrimos un nuevo intercambio con la Universidad de Talca a través del equipo de investigación sobre “Buenas Prácticas de Recolección” dirigido por Hermine Vogel.

En el INIA⁴ Andres France (investigador) nos entrega conocimientos específicos respecto a la forma de recolectar los hongos, a fin de estimular su reproducción y proteger el medio ambiente. Los investigadores del Dpto. de PFM del INFOR⁵ y la Fundación Chile por su parte, compartieron con nosotros los resultados de su investigación “Innovación Tecnológica y Comercial para los PFM⁶ en Chile” lo que nos

⁴ Instituto Nacional de Investigación Agraria

⁵ Instituto Forestal

⁶ Productos Forestales No Madereros, nombre que le dan a los frutos silvestres en el sector forestal.

permitió conocer que en nuestro país hay 220.000 recolectores. Además nos dio a conocer la factibilidad de extender el espectro de productos a recolectar, sus propiedades y la riqueza que ofrecen nuestros bosques al respecto. El intercambio fluido con estos centros de investigación continúa abriendo perspectivas significativas para el trabajo de las recolectoras.

Del mismo modo ha sido importante la relación establecida con las Municipalidades (gobiernos comunales) cuyas autoridades han abierto un espacio en el que las recolectoras se han legitimado como trabajadoras y se han puesto en contacto con las comunidades y con diversas instituciones del Estado que les han otorgado pequeños financiamiento para sus plantas deshidratadoras. Actualmente los comités son un referente para las organizaciones de su comuna.

El año 2005 fuimos invitados a participar en el directorio de FSC – Chile, (Iniciativa Chilena por una certificación Forestal Independiente)⁷. Su objetivo es generar estándares de certificación bajo los principios y criterios del FSC, (que incluyen la dimensión ambiental, social y económica) evaluarlos sistemáticamente, velar por la correcta aplicación de los procesos que la otorgan y promover la certificación a nivel local. Tanto al grupo de trabajo como a nosotros nos pareció importante participar en este, pues consideramos que es un espacio donde debe estar presente el punto de vista de los recolectores.

En el año 2004, nos faltaba la relación con las empresas forestales, que son un actor fundamental para los recolectores, ya que el desarrollo alcanzado les exige recolectar volúmenes muy superiores a los de antes y para ello, necesitan acceder libremente a los predios. Al mismo tiempo, los recolectores deben impedir que las empresas fumiguen los bosques en el momento de la cosecha de los frutos silvestres pues se los queman. Por otra parte, para las empresas es indispensable mantener una buena relación con sus vecinos, ya que esta es una exigencia ineludible en el momento de Certificar sus bosques.

En vista de ello el 21 de noviembre de ese mismo año, convocamos a todos los actores vinculados a la recolección, incluidas las empresas forestales, a participar en el Seminario - Taller “Los Productos Forestales No Madereros en la Región del Bío Bío, proyecciones y desafíos” que tuvo lugar en la Universidad de Concepción. Como resultado los participantes propusieron la constitución de una Mesa de Trabajo y encargaron su coordinación al TAC.

Para ella nos propusimos alcanzar los siguientes objetivos:

- Visualizar la recolección en toda su complejidad, a través de la experiencia compartida entre los diversos integrantes del grupo. Es decir en su dimensión laboral, social, histórica, cultural, económica, técnica, ecológica y política.

⁷ www.icefi.cl

- ❑ Entregar una mirada más amplia y con mayores perspectivas acerca de la riqueza del bosque, por medio de una reflexión conjunta, de manera que creemos el espacio adecuado para realizar una acción que nos beneficie a todos.
- ❑ Desarrollar un diálogo fluido entre los participantes, a fin de construir entre todos, un horizonte que oriente el trabajo de la Mesa y el de cada uno de sus integrantes.

La Mesa tuvo su primera reunión el 18 de Mayo del 2005 en la Sede del Infor (Instituto Forestal) y sus integrantes continuaron reuniéndose mes a mes en distintos lugares, hasta el día de hoy. A lo largo de este tiempo se han ido incorporando nuevas empresas forestales, agroindustriales, la universidad, municipalidades, instituciones estatales, organizaciones y muchas otras personas⁸. Durante este tiempo logramos:

- ❑ El acceso libre de los recolectores a los predios de las empresas forestales. Incluyendo la firma del Primer Convenio entre la empresa Forestal Celco y el Comité de Recolectoras “La Esperanza de Culenco”, comuna de Pemuco, firmado el 14 de Diciembre 2005.
- ❑ La fumigación previo acuerdo de las empresas forestales con los comités de recolectoras,
- ❑ La entrega de madera muerta de los bosques (empresas) para ser utilizada como combustible por los comités.

Además se formó un equipo integrado por diversos participantes de la Mesa, que comenzó a trabajar en el diseño de una investigación que permitirá revelar y relevar el “Impacto Económico y Social que tiene la recolección de PFNM en la Octava Región”, con el objeto de diseñar e impulsar políticas públicas orientadas al sector. Trabajo que está en una fase inicial.

En el año 2006, la Coordinadora de Recolectores propuso que la Mesa asumiera dos tareas:

- ❑ la realización de un programa de Formación de Monitores en Prevención de Riesgos en la Recolección de Productos No Maderables y
- ❑ el diseño e implementación de una campaña contra la contaminación.

Para el diseño del Programa se coordinaron las empresas Celco, Masisa y Mininco, hicieron una propuesta y la implementaron durante ese año y el 2007.

Para la campaña, las empresas Astex y Comaco hicieron una propuesta sobre “Orden y Aseo en el bosque” que sirvió como punto de partida. Durante el 2008 se llevará adelante, inicialmente en 3 comunas, un programa de compostaje y separación de basuras que se sustenta en el trabajo de todo el colectivo.

⁸ En la Mesa participan regularmente la Coordinadora Regional de Recolectores del Bío Bío, las empresas forestales Astex, Celco, Comaco, Masisa, Mininco, Monteaguila, la Municipalidades de Cabrero, , Ninhue Quirihue, Yumbel, Los Angeles, la Seremi de Agricultura, Gobierno Regional, Indap, Infor, Universidad de Concepción, agroindustria Coesam, el TAC y diversas organizaciones.

A principios del 2006, el TAC hizo una gestión ante el INE⁹ para la incorporación de los recolectores en el Censo Agropecuario a realizarse en el año 2007. Todos los integrantes de la Mesa, apoyaron la moción con una carta de respaldo y finalmente los y las recolectoras fueron incluidos en la encuesta.

La Mesa ha tenido un gran impacto pues se ha constituido en uno de los raros espacios donde trabajan juntos y eficientemente el sector público, el privado, la universidad y la sociedad civil.

Articulación con mujeres que trabajan en empleos precarios.

Esta experiencia surgió de la coordinación de 5 ONGs que trabajamos en sectores de extrema pobreza de la VIII región y que constatamos que más allá de la diversidad de sus oficios, entre las trabajadoras se dan condiciones que son comunes a todas ellas: falta de contrato, de previsión social, desprotección total, relaciones laborales humillantes, etc. En ese contexto, para las mujeres es muy difícil organizarse, por eso les ofrecimos apoyo para articularse. Es así como recolectoras, alqueras, trabajadoras a domicilio, aparadoras del calzado, entre otras, se fijaron como meta la organización de un Cabildo¹⁰ y convocaron y presentaron sus demandas a las autoridades de gobierno.

El proceso preparatorio comenzó con la elaboración de un autodiagnóstico en cada organización. A partir de los resultados, las mujeres analizaron sus necesidades más urgentes y extrajeron sus demandas. Estas fueron socializadas y analizadas en un Encuentro Intersectorial de todos los grupos, que terminó con una votación donde las mujeres escogieron las demandas que mejor representaban al conjunto, para ser presentadas a las autoridades.

Previo al Cabildo, pusimos a disposición de las mujeres la asesoría legal de un abogado laboralista y la del presidente del Sindicato de Estibadores de Talcahuano, lo que fue muy provechoso para la negociación del grupo.

El día 15 de diciembre del 2004 se realizó el Cabildo en la Intendencia de Concepción. Fue convocado por 40 organizaciones de mujeres en trabajo precario, en conjunto con las 5 ONGs mencionadas. Asistieron el Seremi¹¹ del Trabajo, una representante del Seremi de Salud, otra del Seremi de Educación. También se hicieron presentes el Director del Fonasa¹² Regional, una representante del Sernam¹³, periodistas del diario "El Sur", "La Crónica", TV, etc. Como resultado del Cabildo, las autoridades propusieron la apertura de una Mesa de Trabajo a fin de buscar con las mismas mujeres, una solución a sus demandas. La primera reunión tuvo lugar el día 8 de Abril del 2005 y a

⁹ Instituto Nacional de Estadísticas.

¹⁰ Asamblea realizada en un recinto donde los sectores populares presentan sus demandas a las autoridades.

¹¹ Secretario Regional Ministerial.

¹² Fondo Nacional de Salud

¹³ Servicio Nacional de la Mujer

partir de ella, las mujeres tomaron diversas iniciativas tendientes a investigar y recoger información en sus localidades. Las recolectoras orientaron su investigación hacia el trabajo y la salud, y recogieron información sobre la situación a ese respecto en las Municipalidades y Consultorios de Salud de sus comunas, detectando por ejemplo en un grupo, que la comunidad de Culenco donde se ubica su comité, es la más pobre de su comuna.

Lamentablemente esta experiencia terminó por falta de apoyo, ya que 4 de las 5 ONGs debieron disolverse por falta de financiamiento y el TAC no pudo asumir la totalidad del trabajo.

4. ¿Qué se necesita?

Que al constituir la Mesa se tengan en cuenta las necesidades de cada uno de sus integrantes. Que los objetivos de la Mesa sean claros para todos. Que se haga una programación que involucre la participación de todos los participantes. Que los resultados puedan ser apreciados por todos los integrantes de la Mesa y que sean visibles en toda la región. Que el ritmo de la Mesa abra un espacio para que todos puedan participar en ella.

5. Lecciones aprendidas

- ❑ Reforzamiento de la Identidad. Las características de los grupos: su baja autoestima, nivel de inseguridad, porcentaje de analfabetismo o baja escolaridad, su precariedad general... nos plantearon la necesidad de iniciar el trabajo con un reforzamiento de su identidad, porque en esas condiciones era prácticamente imposible que las y los recolectores pudieran asumir tareas que exigían un rol protagónico, una capacidad productiva, un nivel de trabajador calificado, una autonomía. Después de lograr que ellas se reconocieron y valoraron a sí mismas, fue posible empezar el trabajo.
- ❑ Legitimar la actividad de recolección como una fuente laboral estable y sustentable. Fue necesario que las recolectoras y recolectores conocieran y descubrieran el sentido y valor de su oficio, para que lucharan por recrearlo y por transformar sus condiciones de trabajo.
- ❑ Articulación de actores vinculados a la recolección. La relación con los diversos actores nos permitió:
 - construir conocimiento,
 - mejorar las condiciones de trabajo,
 - establecer una red de relaciones,
 - visibilizar la actividad de las recolectoras.
- ❑ Empoderamiento: el conjunto de opciones implementadas permitió que hoy día la Coordinadora Regional de Recolectoras y Recolectores sea un referente legitimado, respetado y visible en la región y más allá de ésta. El año 2006 la

Fundación para la Innovación Agraria le dio el Premio a la Innovación. El 2007, fue integrado en los programas de INDAP, ProChile (instituciones del estado) y en la Estrategia de Desarrollo Territorial para las 100 comunas más pobres del país del Ministerio de agricultura. El 2008 Sernam otorgó a la Coordinadora el Premio a la Producción y la Innovación que le será entregado el día 7 de Marzo por la Intendencia regional.

6. Consejos y más

Se desprenden de la descripción anterior. Creo que la creación de un espacio donde participen todos los actores vinculados al tema, genera mejores condiciones para el ejercicio de la Responsabilidad Social, pues supera la desigualdad que se produce entre trabajador – empresa. Además, crea las condiciones para que el conjunto de actores se comprometa ante todos los participantes, en la transformación buscada por los trabajadores.

7. Seguir leyendo

Ponemos a disposición diversos artículos escritos por nuestro equipo, una sistematización de la experiencia realizada externamente y la información acumulada por el TAC sobre el tema de la Recolección. Adjunto 3 anexos con información complementaria.

15. Comercio Justo México

Práctica: Acercamiento a las empresas mediante la presencia en eventos masivos.

Reseña Institucional:

Comercio Justo México (CJM) es una asociación civil fundada en 1999. Los socios son Organizaciones de Pequeños Productores (13) y Organismos Civiles (10), que coinciden en la necesidad de crear un mercado de Comercio Justo en México.

La misión de CJM es la promoción del desarrollo y de la comercialización de productos y servicios de las y los pequeños productores mexicanos en beneficio de su desarrollo social, económica y ambientalmente sustentable, en una relación solidaria con las y los consumidores.

Nuestras principales líneas de acción son:

- Estimular el incremento de la oferta de productos de Comercio Justo.
- Estimular la demanda de productos de Comercio Justo.
- Desarrollo de mercados potenciales.
- Incidencia pública
- Fortalecimiento de la Capacidad institucional.
- Desarrollar una oferta externa de Servicios profesionales para el Comercio Justo.

Nombre de la Empresa y Datos:

Ex Hacienda de San Pablo de Emidio
Av. Hacienda de Enmedio No 1
Col. Ex Hacienda de enmedio.
Tlalnepantla Edo. de México. Cp. 54172
Tels. 5388 6147 / 5388 0535
Contacto:
Teresa Castro Islas (Directora de Operaciones)

Denominación de la experiencia:

Acercamiento a las empresas mediante la presencia en eventos masivos en donde Comercio Justo México tuvo participación activa en la divulgación del concepto de responsabilidad social empresarial y los productos con el sello de garantía de Comercio Justo.

Lugar y fecha de la experiencia:

La participación de Comercio Justo tuvo lugar en la Hacienda de San Pablo de Abajo el día jueves 26 de julio de 2007 en el marco de la presentación de la revista “Soy Cheff”.

Descripción del Caso:

Comercio Justo México fue invitado a la presentación de la revista “Soy Cheff” en donde el principal objetivo era dar a conocer entre los especialistas del ramo el café de Comercio Justo. Al evento asistieron más de 50 personalidades en donde se encontraron Cheff’s de reconocidos restaurantes como el “Les Moustaches”, “Italianis”, entre otros. Así como representantes de empresas restauranteras y de alimentos.

Durante el evento, Comercio Justo México repartió información sobre la responsabilidad social empresarial y el Comercio Justo, mediante los productos con sello de garantía, así mismo se levantó información de los diferentes asistentes con la finalidad de enriquecer la base de datos en donde se encuentra información de empresas interesadas en colaborar con Comercio Justo México.

Dentro de los registros se ubicó a la Hacienda de San Pablo de Enmedio con quien se tuvo retroalimentación; ésta mostró interés en el café de Comercio Justo, para lo cual se programó una visita con Teresa Castro quien es Directora de Operaciones. Durante la atención personalizada se firmó un convenio de colaboración en donde la compra directa de café se llevará a cabo mensualmente con la marca FERTIL, y con Comercio Justo se pactó el manejo de información con contenido referente a la responsabilidad social empresarial y al Comercio Justo en cada uno de sus eventos, ya sea con un banner distintivo o mediante información impresa en las cartas de menú. Aunado a esto, existe el proyecto de Restaurante en la Hacienda, lo que permitirá manejar más cantidades de café e introducir otros productos con el sello de garantía que el restaurante requiera. Así mismo, la información puede ser divulgada dentro del restaurante mediante diversos medios de comunicación que pueden ser desarrollados en el transcurso del convenio.

Estrategia utilizada:

Como parte de la estrategia implementada en el desarrollo del proyecto, la Hacienda de San Pablo de Enmedio, respondió a la información proporcionada sobre la responsabilidad social empresarial, esto junto con la necesidad de consumo de café que la Hacienda tiene, dio pie al inicio de relaciones entre Comercio Justo México y esta empresa.

La disposición a la participación y activación en la responsabilidad social mediante el consumo de productos de Comercio Justo, permitirá mediante el manejo adecuado de la información llegar a los consumidores ofreciéndoles productos de calidad en cada uno de sus eventos y de acuerdo al proyecto del restaurante es posible multiplicar el impacto.

Aprendizajes y Dificultades:

La experiencia que se obtuvo en el desarrollo de esta estrategia permitirá mejorar las participaciones futuras en el marco de eventos masivos donde Comercio Justo México pretenda participar, además de mejorar las estrategias de colaboración con los interesados en participar activándose siendo socialmente responsables.

Referentes:

Ex Hacienda de San Pablo de Emidio

Ma. Teresa Castro Islas
Directora de Operaciones
Exhacienda de San Pablo de Enmedio, S.A. de C.V.
Tel. 53 88 61 47 / 53 88 05 35
www.exhaciendadeenmedio.com.mx
terecastro@exhaciendadeenmedio.com.mx

16. FAT - Frente Auténtico del Trabajo

Práctica: Documentación de la experiencia sindical, laboral y social de las y los trabajadores, dirigentes sindicales y empresarios que testifican los procesos de dos empresas que pertenecen al sector automotriz

Resumen:

A partir de las experiencias positivas que hemos obtenido entre empresa-sindicato a través de una práctica responsable socialmente con respecto al sector laboral y medioambiental, las sistematizamos e hicimos un material para su difusión que sirve de ejemplo a otras empresas, organizaciones y sindicatos a nivel nacional e internacional, de cómo obtener resultados positivos para todas las partes interesadas.

1. ¿Qué es?

Un trabajo que documenta la experiencia sindical, laboral y social de las y los trabajadores, dirigentes sindicales y empresarios que testifican los procesos de dos empresas que pertenecen al sector automotriz: Sealed Power Autopartes, S. A. de C. V. y Zinc y sus Derivados, S. A. de C. V., que va desde un cambio de Sindicato, como se obtuvo el diálogo entre trabajadores y patrones y cuales fueron los logros que tuvieron las partes interesadas.

La empresa Sealed Power Autopartes, cuenta con dos plantas: Una en Naucalpan, Edo. De México, y la otra en Aguascalientes, Ags. La planta de Zinc y sus Derivados se encuentra en Tecamac, Edo. De México.

Los Sindicatos que representan a estas y estos trabajadores son: SNTHIA Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria del Hierro, Acero, Productos Derivados, Similares y Conexos de la República Mexicana y el STIMAHCS Sindicato de Trabajadores de la Industria del Metal, Acero, Hierro, Conexos y Similares, los dos afiliados al Frente Auténtico del Trabajo.

Estos sindicatos han librado duras batallas para lograr sus registros y la titularidad de los Contratos Colectivos de Trabajo. Han enfrentado a Sindicatos antidemocráticos y con líderes autoritarios que establecían acuerdos con las empresas a espaldas de las y los trabajadores y les negaban su participación sindical activa. Por otra parte, se tuvieron fuertes conflictos y desafíos con las empresas, que en distintos momentos de la

historia han pretendido hacer a un lado a los sindicatos. Sin embargo, al paso del tiempo, los aportes sindicales y de las y los trabajadores los han convencido de que su participación en las decisiones en los procesos de trabajo y en la planeación y ejecución de los distintos sistemas (productividad, calidad total), contribuyen de manera creativa a dar solución a los múltiples problemas que enfrentan. A ello se suma la importancia que en los últimos tiempos ha cobrado el tema de la Responsabilidad Social y el interés de trascender la retórica para llevar al nivel de los hechos las diversas variables que conlleva el real significado de la responsabilidad en nuestra sociedad.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

En principio se hace la recopilación de documentos e información con los que se cuenta. La segunda fase está basada en entrevistas que se realizaron en la Cd. De México, en el Edo. De México y en Aguascalientes, tanto a dirigentes sindicales, trabajadores, y representantes de la empresa, que dan testimonio de los logros obtenidos al establecer relaciones democráticas entre empresa y sindicato sustentables en valores fundamentales de respeto, honestidad y confianza.

La tercera fase consiste en la sistematización de las dos etapas anteriores, se diseña la portada y su contenido y se envía a impresión.

Lo siguiente es la difusión del material que se ha hecho a través de Foros en distintas partes del país y la distribución del mismo entre trabajadores, sindicatos, empresarios y la ciudadanía en general.

3. ¿Qué se ha conseguido con la práctica?

En este material se plasman las lecciones aprendidas, no en las aulas, ni en los discursos, sino en el diario bregar de brazos, habilidades, inteligencias y dignidades trabajadoras, que no desfallecieron ante los muros de las culturas corporativistas, corruptas y autoritarias, que han traicionado los principios sindicales en defensa de la clase trabajadora y de su lucha contra la explotación y las condiciones inhumanas de vida.

Se atestigua que un trabajo no es labor de una sola persona, sino esfuerzo colectivo que se construye para llegar a puertos de justicia, equidad, dignidad y bienestar. Este material involucra a 600 trabajadores y trabajadoras que laboran en estas tres plantas, y que consiguieron que sus condiciones laborales y de vida sean justas, dignas y equitativas.

El material se ha presentado en dos Foros, con asistencia de aproximadamente 300 personas de sindicatos, trabajadores, empresarios y organizaciones civiles con quienes se comparten las experiencias positivas sindicales que se han obtenido.

Se han impreso 2,000 ejemplares de este material que ha llegado a igual número de ciudadanas y ciudadanos de los diferentes sectores.

4. ¿Qué se necesita?

Seguir haciendo la difusión de este material, en Foros nacionales e internacionales.
Hacer una segunda edición de impresión del material para seguir difundirlo.
En este tiempo estamos recopilando la información de una experiencia más (Seguros Met-Life) para su impresión y difusión y en años próximos seguiremos haciéndolo con las empresas y sindicatos que tengan logros sustantivos para mejorar las condiciones laborales y de vida de las y los trabajadores de México.

5. Lecciones aprendidas

A pesar del contexto negativo laboral y sindical del país, en donde casi el 90% de la contratación colectiva es de protección patronal, el FAT ha logrado avanzar en su lucha por la democratización y autogestión de las organizaciones sindicales. Sin embargo nos falta mucho todavía, por lo que se hace urgente

Fortalecer las acciones del FAT para incidir en los espacios unitarios y en la opinión pública, y en las políticas y prácticas del gobierno que actualmente limitan el ejercicio de los Derechos Humanos fundamentales a quienes viven de su trabajo y, con ello, agudizan la desigualdad existente. Dentro de esto, el FAT está jugando un papel importante como actor en la lucha por frenar la orientación a la precariedad que conlleva la llamada segunda generación de reformas estructurales y está ofreciendo alternativas en cuanto a la Reforma Laboral, y a la Ley del Sector Social, entre otras.

En torno a las políticas y prácticas de las empresas, la acción del FAT tenderá a colocar la defensa y el respeto a los derechos humanos fundamentales de las y los trabajadores en la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial. En estas acciones sus contratos colectivos se empiezan a negociar en base a los lineamientos de la RSE. Se participa en espacios mixtos de análisis y reflexión y con la referencia de nuestras experiencias positivas, se pugna por modificar la cultura del miedo a la organización sindical libre y a la negociación auténtica. En forma alternativa, se hace la presión necesaria ante las instancias nacionales e internacionales pertinentes, frente a hechos de actuación antisindical de algunas empresas.

6. Consejos y más:

El Frente Auténtico del Trabajo se ha caracterizado por su militancia a favor de la democracia y la libertad. Nuestras organizaciones han generado esquemas de concertación con elementos de flexibilidad racional a favor de centros de trabajo con los que tenemos celebrados contratos colectivos. Hemos intentado integrar en esta estrategia, nuestra participación en sistemas modernos de productividad, pero no como un acto de subordinación, sino como un proceso compartido de responsabilidad y ganancia.

Los resultados se ven en este material.

6. Contactos:

- La página Web del Frente Auténtico del Trabajo: www.fatmexico.org
 - La página Web de Red Puentes México: www.redpuentesmexico.org
- En donde encontrarán otros materiales e información sobre la RSE en este país.

17. Aspec - Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios

Práctica: Campaña “Dáme mi vuelto”

Resumen:

La campaña consistió en empoderar a los ciudadanos para que reclamen su vuelto (cambio) completo en los negocios como bancos, supermercados, farmacias, etc. que, durante muchos años, no se lo entregaban ya que “redondeaban” los cambios en perjuicio de la economía de sus usuarios.

1. ¿Qué es?

En el mundo es muy frecuente que por estrategia de marketing los precios se fijen con fracciones, pues dan la sensación de ser más económicos. Por ejemplo, en vez de anunciar un precio de S/.10.00 se consigna S/. 9.99 lo cual aparentemente resulta más atractivo para el público.

En el Perú existía la práctica del “redondeo”, que consistía en que los establecimientos comerciales se quedaban con los pequeños vueltos de céntimos en cada operación, lo que multiplicado por los millones de transacciones económicas que se realizan, resultaba un perjuicio muy grande para los consumidores. Por esta razón es que ASPEC decidió emprender una campaña contra esa ilegal práctica comercial y obligar a los negocios a entregar el vuelto completo a los consumidores.

Los hechos que dieron origen a la campaña fueron los siguientes:

- ❑ Los negocios fijaban el precio de sus productos con terminaciones decimales. Ejemplo: S/. 1.99, S/. 2.46, etc, pero en la práctica cobraban S/.2.00 o S/.2.50 respectivamente.
- ❑ Por su parte los consumidores estaban acostumbrados a esto y no reclamaban. Cuando eventualmente alguien protestaba, los negocios manifestaban que no tenían “sencillo”, es decir, las monedas de menor denominación (0.05 y 0.01 céntimos).
- ❑ La circulación de monedas de 1 y 5 céntimos era sumamente escasa, al extremo que casi ni se conocían y mucha gente pensaba que no existían. A los establecimientos comerciales no les interesaba abastecerse de esas monedas del Banco Central de Reserva (BCR), ya que para ellos era más fácil y conveniente redondear al monto a su favor.

El impacto económico del “redondeo”, aunque parecía desdeñable en realidad no lo era. En efecto, cálculos conservadores realizados por ASPEC tomando como base la Población Económicamente Activa (PEA) de Lima Metropolitana ocupada en abril del 2005 (PEA) ascendente a tres millones 736 mil 300 (3´736,300) personas, según cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática demostraron que, cada año, sólo la PEA limeña perdía la suma de once millones 208 mil 900 Nuevos Soles (S/. 11´208,900) aproximadamente a causa de dicha práctica comercial.

Si tenemos en cuenta que, también según el INEI, la PEA total del Perú bordeaba entonces los doce millones de personas, podremos darnos cuenta de la magnitud del problema a nivel nacional.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

Para que la campaña fuera exitosa se diseñó una estrategia que comprendió cuatro rubros fundamentales:

Respecto a las empresas

Poner en evidencia la práctica del “redondeo” en el mercado. Para el efecto, se realizaron diversas acciones entre las que se cuentan:

- ❑ Visitas a tiendas y elaboración de un listado de aquellas que fijan los precios de sus productos con terminaciones decimales;
- ❑ Compra de productos de muestra con terminaciones decimales;
- ❑ Verificación y empadronamiento a los negocios que utilizaban los argumentos de la “donación” o la “escasez de monedas” para justificar el “redondeo”;
- ❑ Recolección y clasificación de los encartes, avisos en los diarios y revistas y cualquier otro tipo de publicidad que ilustre el caso;
- ❑ Envío de cartas a las tiendas solicitándoles información sobre el tema;
- ❑ Acciones legales contra las empresas que incumplen su obligación de entregar el vuelto completo a los consumidores.

Respecto a la banca

Se verificó si los bancos estaban debidamente abastecidos de monedas de baja denominación (0.05 y 0.01 céntimos). Las acciones ejecutadas fueron:

- ❑ Visita a bancos y elaboración de un listado de aquellos que se negaban a entregar el cambio en monedas de baja denominación;
- ❑ Compra de dichas monedas en 20 agencias de diferentes bancos; y
- ❑ Envío de cartas para solicitarles información sobre el particular;

Respecto a las autoridades

Se buscó obtener pronunciamientos sobre el tema, por parte de las instituciones que, dentro del ámbito de sus competencias, deben velar por las buenas prácticas mercantiles. En tal sentido, se realizaron coordinaciones con el BCR para conocer la cantidad de monedas de baja denominación que se encontraban en circulación y con la Superintendencia de Banca y Seguros en el marco del convenio suscrito con ASPEC;

Respecto a los consumidores

Se buscó sensibilizar y generar conciencia en los consumidores respecto a su derecho a recibir su vuelto completo. Entre las acciones realizadas figuran:

- ❑ Lanzamiento de la campaña de prensa a través de los medios, entrevistas reportajes, operativos de constatación en los negocios, etc.
- ❑ Convocatoria a los consumidores a sumarse a la campaña exigiendo su vuelto completo a los negocios.
- ❑ Registros de las denuncias del público en relación a establecimientos que no cumplían con entregar el vuelto completo.

3. ¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

Se logró que todos los consumidores reclamen su vuelto completo – EMPODERAMIENTO- y que los supermercados y negocios similares entreguen el vuelto completo a los consumidores para lo cual tuvieron que abastecerse de la cantidad necesaria de monedas de 1 y 5 céntimos del Banco Central de Reserva.

Concurrentemente se obtuvieron los resultados siguientes:

- ❑ Incremento en la cantidad de monedas de 1 y 5 céntimos emitidas por el BCR desde el inicio de la campaña. Hasta el mes de mayo del 2005, un mes antes del inicio de la campaña, el BCR expendía un promedio de 2,288 monedas de un céntimo y 89,814 monedas de cinco céntimos. En junio, cuando iniciamos la campaña, debido a la presión pública y a la demanda de los establecimientos, el BCR expendió 53,172 monedas de un céntimo y 115,109 monedas de 5 céntimos. En los meses siguientes, las cifras continuaron incrementándose y, por ejemplo, en agosto se expendieron 6 millones 520,124 monedas de un céntimo y Dos millones 917,438 monedas de cinco céntimos. Al final del año 2005, el BCR puso en circulación 21 millones 495.183 monedas de un céntimo y Nueve millones 764.005 monedas de cinco céntimos. Es decir todo un record histórico.
Tanta fue la demanda de estas moneditas que el BCR se vio obligado a cambiar el material con el que acuñaba las monedas de 1 céntimo, por uno más económico.
- ❑ Procedimientos legales iniciados y sanciones impuestas por INDECOP

En el marco de la campaña, ASPEC interpuso acciones legales ante la autoridad de Defensa del Consumidor INDECOPI, por violación de las normas de protección al consumidor contra las cadenas de supermercados “E. Wong”, “Hipermercados Metro”, “Totus”, “Plaza Veá”, “Santa Isabel” y “San Fernando”. Finalmente se sancionó con una amonestación, pero se les obligó a que en el futuro entregaran los vueltos completos. También se dispuso que se abran cuentas separadas para las donaciones a los niños pobres que solicitaban en las cajas, a fin de que cuando se entregara este dinero a las correspondientes instituciones de caridad se haga a nombre de los usuarios y no a nombre de los establecimientos como si fuera su dinero.

- Reestablecimiento de la circulación de estas monedas.
 En la actualidad, las monedas de 1 y 5 céntimos han recobrado su vigencia y son utilizadas por los supermercados, bancos y reparticiones públicas. Tanto los ciudadanos como los proveedores aceptan dichas monedas como válidas y, en muchos casos, las personas han empezado a ahorrarlas en sus alcancías. Concordantemente, los ciudadanos han aprendido a defender su derecho a recibir el cambio completo y no aceptan que éste les sea recortado. El temor a reclamar esos céntimos por temor a parecer un tacaño en público va desapareciendo gradualmente.

4. ¿Qué se necesita?

La campaña contó con la participación de todo el personal de ASPEC, en especial de las áreas legal y de prensa.

Para el efecto se diseñó y cumplió rigurosamente un cronograma de trabajo que fue el siguiente:

Actividad	Fecha
1. Preliminares	
a) Elaboración de un plan de acción	20.05 a 23.05
b) Aprobación del plan de acción	24.05
c) Distribución de tareas	25.05
2. Trabajo de campo	
a) Recolección de información	25.05 a 29.05
b) Sistematización de la información obtenida	30.05 a 03.06
c) Realización de consultas con expertos	30.05 a 03.06
3. Trabajo de Gabinete	
a) Elaboración del informe correspondiente	06.06 a 10.06
b) Lanzamiento público del informe	13.06 a 15.06
c) Monitoreo de la campaña	16.06 a 24.06
d) Evaluación final de la campaña	27.06 a 30.06

El presupuesto empleado, sin contar las acciones legales, fue mínimo. Sólo el necesario para efectuar las llamadas telefónicas de coordinación, movilidad a los supermercados e impresión de pequeños encartes (“mosquitos”) referidos al tema.

5. Lecciones aprendidas

Los factores clave para el éxito de la campaña fueron:

- ❑ La participación activa y entusiasta de todo el personal de ASPEC que se comprometió personal e institucionalmente con la campaña.
- ❑ El diseño de un mensaje claro y sencillo que rápidamente fue comprendido por los medios y la población.

La principal lección que aprendimos -o mejor dicho, confirmamos- es que organizaciones como las nuestras deben estar siempre atentas vigilando lo que sucede a su alrededor. A veces los asuntos más simples pueden convertirse en grandes temas de interés nacional. Por ello ASPEC se ha esforzado en desarrollar, a lo largo de los años, una capacidad sostenida de vigilancia social a fin de sintonizarse con los intereses de la ciudadanía.

6. Consejos y más

Una acción para ser exitosa debe comprometer a toda la organización (horizontalidad), debe entusiasmar a sus integrantes quienes deben creer firmemente en ella. Las reuniones de planificación con la participación de todo el personal ayudan en este objetivo ya que cada uno brinda sus sugerencias y aportes y así sienten la campaña como algo suyo. En todo momento se debe evitar la verticalidad.

7. Seguir leyendo...

Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios– ASPEC

Personas de contacto: Crisólogo Cáceres: ccaceresv@gmail.com

Jaime Delgado: aspec@speedy.com.pe o

jdzaspec17@hotmail.com

Sitio web: www.aspec.org.pe

Teléfonos: (511) 222-5000 – (511) 222-8687

18. COPEME - Consorcio de ONGs de apoyo a la Micro y Pequeña Empresa

Práctica: Aportar con orientación política desde COPEME en RSE de la Fundación Atocongo – CEMENTO LIMA.

Resumen:

Nuestra especialidad por 16 años es la promoción de las Mypes desde un enfoque de género y Desarrollo Económico Local, articulamos esfuerzos con CEMENTOS LIMA la empresa más grande en producción de cementos del país quien nos solicitó desarrollar la propuesta de su área de desarrollo económico local desde la Fundación.

Nuestro aporte fue incidir en CEMENTOS LIMA que la RSE no solamente es filantropía sino es necesario desarrollar capacidades económicas de los habitantes de la comunidades en este caso los distritos de San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo para promover el desarrollo económico local, que se concretaron en sus planes estratégicos.

Se realizó un convenio de cooperación institucional, se realizó un diagnóstico de la situación social y económica y se preparó conjuntamente con los actores locales económicos una propuesta de trabajo en desarrollo de capacidades económicas de jóvenes.

La estrategia fue que la fundación Atocongo se articulase a los procesos y dinámicas de desarrollo económico local y se convierta en un actor importante en ese proceso.

Actualmente tiene 4 proyectos de desarrollo económico local que viene implementando para el desarrollo de capacidades económica de jóvenes en los distritos mencionados que han permitido que CEMENTO LIMA se integre a un trabajo más de apuesta por el desarrollo de los distritos y no solamente regalando cosas como era la situación anterior.

Es posible trabajar con las Empresas Grandes orientándolas hacia una proyección al desarrollo de las comunidades donde se ubican.

Voluntad política de CEMENTO LIMA de querer trabajar el RSE.

La experiencia de las ONG ayuda mucho como articuladores entre la sociedad civil y las empresas grandes.

A partir del dialogo y la negociación es posible lograr que las empresas grandes promueven RSE en sus comunidades, pero requieren tener cajas de herramientas e instrumentos para llevarlas a cabo a partir de experiencia ya realizadas con éxito que muchas veces las tienen las ONG.

www.copeme.org.pe

Persona de contacto: Benigno Sánchez Llanos, Gerente de Lima

bsanchez@copeme.org.pe, Teléfonos 472-5988-98087628, www.asociaciontocongo.org

19. Labor / Grupo de Diálogo Minería y Desarrollo Sostenible

Práctica: Diálogo para una Minería Social y Ambientalmente Responsable Perú

Resumen:

Un espacio de diálogo multiactor entre empresa, Estado, sociedad civil y comunidad que busca acercar a los actores para que construir espacios de confianza y generar condiciones para generar cambios hacia políticas y prácticas responsables social y ambientalmente.

Organización

La organización que presenta la experiencia del GDMDS es la Asociación Civil Labor. Labor es una organización no gubernamental, fundada en 1981 en el puerto de Ilo, ubicada en la región minera de Moquegua al sur del Perú.

La acción de Labor se orienta al desarrollo de capacidades, al fomento de la institucionalización de espacios de concertación, al trabajo de incidencia para la formulación de políticas públicas y la formulación y ejecución de proyectos piloto de desarrollo sostenible.

Labor en coordinación con Oxfam América, la Municipalidad de Huallanca, la consultora SINAPSIS, la Universidad Nacional del Callao, CECI Canadá, SUCO Canadá, CARE Perú, Centro de Cultura Popular Labor, Sociedad Nacional del Ambiente, Foro de Ciudades para la Vida, la Compañía Minera Antamina S.A. y algunos líderes locales fueron los que impulsaron la formación del GDMDS en el año 2000.

El GDMDS es una iniciativa interinstitucional que abarca diversas *iniciativas y voluntades* donde los diferentes actores relacionados con la actividad minera pueden dialogar y promover la construcción de espacios y agendas interculturales sobre la minería y su relación con la gestión ambiental responsable y el desarrollo sostenible. Labor ha contribuido a través de este espacio a generar y mantener un espacio para el diálogo abierto, franco y transparente entre los diferentes actores articulados en torno a la actividad minera en el Perú.

Resumen de la práctica

El GDMDS es el espacio donde los diferentes actores, en su perfil de personas representativas con liderazgo de los distintos sectores relacionados con la actividad

minera pueden dialogar, y promover la construcción de espacios y agendas para el diálogo intercultural sobre la minería y su relación con la protección ambiental y el desarrollo sostenible, impulsando acercamiento entre actores de cada realidad local, apoyando la prevención y gestión de conflictos socioambientales, el desarrollo de capacidades y el mejoramiento de políticas y prácticas que permitan consolidar procesos de gestión concertada en el ámbito local, regional y nacional.

¿Qué es el GDMDS?

El GDMDS es un espacio de diálogo no vinculante que tiene más de 7 años reuniendo a representantes de instituciones públicas y privadas, así como a líderes sociales y de comunidad a nivel nacional. Entre sus miembros se encuentran representantes de las principales empresas mineras, ONGs, consultores, comunidades, universidades, municipalidades, Consejo Nacional del Ambiente (CONAM), Defensoría del Pueblo, miembros del Ministerio de Energía y Minas, y del Organismo Supervisor de Inversión en Minería (OSINERGMIN), entre otros.

El principal objetivo del GDMDS es promover el desarrollo de una cultura de diálogo entre todos los actores involucrados en la actividad minera, contribuyendo a reducir las relaciones de asimetría y fortaleciendo capacidades para la gestión y prevención de los conflictos socio-ambientales, promoviendo así, la generación de políticas y prácticas con responsabilidad social y ambiental.

Entre los objetivos específicos que se busca alcanzar a través de este espacio están:

- ❑ Generar un acercamiento en igualdad de condiciones entre líderes públicos, privados y de comunidad para el intercambio de información, contribuyendo así a disminuir las asimetrías existentes entre los diferentes actores.
- ❑ Contribuir al desarrollo de capacidades para el diálogo, y la generación de propuestas concertadas.
- ❑ Contribuir al diseño e implementación de políticas y prácticas públicas y corporativas para el desarrollo de una minería social y ambientalmente responsable.
- ❑ Contribuir al fortalecimiento de la institucionalidad ambiental del país, a través de la creación de una autoridad ambiental nacional que goce de legitimidad social, con la finalidad de prevenir y tratar adecuadamente los conflictos socioambientales.
- ❑ Fortalecer el GDMDS con la incorporación de nuevos miembros: autoridades y funcionarios públicos a nivel nacional, local y regional, empresarios, congresistas, líderes sociales y comunales y ONGs.

El público objetivo al que se dirige la experiencia:

- ❑ Líderes de comunidades campesinas de regiones mineras a nivel nacional, con especial atención a los provenientes de las regiones del país.
- ❑ Líderes empresariales.

- ❑ Autoridades y funcionarios públicos del Estado en sus diferentes niveles de gobierno; Nacional, Regional y local.
- ❑ Líderes de Universidades y ONGs.
- ❑ Líderes de organizaciones sociales.
- ❑ Líderes de opinión de los principales medios, escritos y televisados del Perú.

El GDMDS se ha ido adaptando a las necesidades tanto internas como externas. Es justamente esa capacidad para recrearse en cada momento, le está permitiendo responder a las demandas y expectativas generadas. En estos más de 7 años de trayectoria, el grupo ha experimentado un importante crecimiento, que va desde la asistencia y la participación hasta la generación de propuesta e incidencia política. El GDMDS nace en contexto caracterizado por el crecimiento de la actividad minera en el País, y el incremento de conflictos socioambientales asociados a esta actividad, los mismo que han ido en incremento conforme han pasado los años, debido fundamentalmente a políticas y prácticas poco responsables.

¿Cómo se lleva a cabo la práctica del diálogo a través del GDMDS?

El GDMDS en sus inicios estaba conformado por 5 líderes (2000), desde entonces ha experimentado un crecimiento sobre la base de su carácter no vinculante, que alienta a sus miembros a hablar con sinceridad y franqueza. Esto sin negar que también hayan existido climas de tensión. Pero lo que ha prevalecido es el rescate de los puntos de coincidencia sobre las diferencias.

Al grupo de líderes formado por 5 personas (2000), se fueron sumando unos cuantos más al paso de los años. El crecimiento comienza en el 2003 con un promedio de asistencia de 24 personas por reunión, 40 personas en el 2004, y en el 2005 la participación fue más sostenida con un promedio de 50 personas, todas manteniendo ese enfoque de personas que vienen a dialogar para generar confianza entre actores distintos.

Hacia fines de ese año se logró el Acuerdo Minero “Por una Minería con Responsabilidad Social y Ambiental: un acuerdo fruto del diálogo”, documento que fue presentado en conferencia de prensa el 15 de febrero del 2006 y que plantea una serie de acciones y recomendaciones que deberían emprenderse para lograr el cambio deseado. Este documento es una propuesta de agenda pública en minería suscrito a título personal por más 50 líderes diversos.

Durante el 2006 se dio curso a varias iniciativas a partir de este importante acuerdo; se generó una propuesta de creación de una Autoridad Ambiental Independiente en Minería y otras propuestas relacionadas a la gestión del agua con enfoque de cuenca, así como a la creación de un consejo de concertación minera, entre otros.

Estimamos que unas 700 personas líderes representativos han participado en este espacio, y a nivel institucional representan a 40 empresas, 70 ongs, 60 organizaciones sociales y 45 instituciones públicas aproximadamente.

Todo este gran movimiento ha generado algunos logros, siendo el primero el hecho de que actores en confrontación puedan dialogar y escucharse mutuamente, contribuyendo así a generar confianza, base sobre la cual se construyen consensos.

¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

Algunos de los logros conseguidos son:

- ❑ Confianza entre los actores involucrados; líderes sociales, de ONGs, del Estado y empresariales. La confianza generada en el Grupo de Diálogo ha posibilitado compromisos entre los actores que se reflejan en acciones conjuntas. Se han producido diálogos paralelos entre funcionarios públicos, privados y líderes de comunidades de Cajamarca, La Oroya, Tacna, Moquegua, Piura, Arequipa y Puno.
- ❑ Construcción de una visión compartida de la minería y la identificación de acuerdos por una Agenda Minera responsable, reflejado en el Acuerdo Minero “Por una Minería con Responsabilidad Social y Ambiental: un acuerdo fruto del diálogo”
- ❑ Se logró agendar el tema de la reforma de la Institucionalidad Ambiental en la escena pública nacional, y regional, formulando la propuesta de creación de una Autoridad Ambiental Independiente para minería, consensuada y validada en 6 regiones mineras; Tacna, Moquegua, Arequipa, Pasco, Apurímac, y Huaraz. Desarrollando talleres y reuniones de trabajo con periodistas, así como con congresistas, y funcionarios públicos del más alto nivel.
- ❑ Se ha fortalecido capacidades para el diálogo de líderes sociales y de comunidad de regiones mineras; Arequipa, Tacna, Moquegua, Junín, Apurímac, Pasco, y Cajamarca, a través de talleres y asesoría especializada.
- ❑ Se ha fortalecido el Grupo de Diálogo Minería y Desarrollo Sostenible a través de la incorporación de nuevos actores públicos y privados, fortaleciendo así, una cultura de diálogo a nivel nacional. 3 de Empresas, 17 del Estado en sus diferentes niveles de gobierno, y 3 organizaciones de la sociedad civil.
- ❑ Intercambio de Información de Calidad y oportuna. Se ha combinado el tratamiento de casos con la discusión de temas de agenda. El Grupo de Diálogo se ha constituido en un referente importante de deliberación pública.

¿Qué se necesita para desarrollar una experiencia como la del GDMDS?

Implementar la experiencia supone recursos económicos apropiados sobre todo para apoyar en el traslado de los líderes sociales y de comunidad de las regiones mineras del Perú a la ciudad de Lima, lugar dónde se desarrollan las reuniones.

El financiamiento de las reuniones (pago de local, refrigerios, etc.), es asumido por los diferentes actores de forma libre y voluntaria.

Sin embargo el principal recurso es el humano, pues sin una disposición y claro compromiso para el diálogo del equipo de coordinación y del núcleo de líderes que lo acompañan la experiencia no hubiera sido posible.

Lecciones aprendidas

De todos los procesos sociales ocurridos en los últimos años, presentamos tres, que a nuestra consideración guardan relación con la propuesta de cambio del GDMDS y que son de alguna manera los pilares de lo nuevo que podría estar edificándose en el Perú. Estos procesos de aprendizaje social, supone también una propuesta de cambio personal que enfrenta la adversidad y pugna por transformarse en un movimiento progresivo y renovador:

- ❑ El aprendizaje de la sociedad y los ciudadanos para revalorar y vivir en un sistema basado en la democracia, la participación, el orden y la constitución.
- ❑ El aprendizaje de la sociedad y los ciudadanos de sobrevivir y crecer como emprendedores empresariales en un medio de los diferentes momentos de crisis y de la globalización.
- ❑ El aprendizaje de la sociedad y los ciudadanos para reconocer, respetar y aceptar al otro, practicando el diálogo y produciendo un nuevo mestizaje y relación pluricultural en medio de los conflictos y la exclusión.

Seguir Leyendo...

Algunos datos de interés, e información de contacto para conocer más sobre el GDMDS

Documentos disponibles:

- ❑ Acuerdo Minero "Por una Minería con Responsabilidad Social y Ambiental: un acuerdo fruto del diálogo".
- ❑ Propuesta de creación de una Autoridad Ambiental para Minería.
- ❑ Agua, Minería y Cuenca: Balance y propuesta para una agenda de consenso
- ❑ Propuesta de creación del Consejo de Concertación Minero.
- ❑ Video: Diálogo, Minería y Desarrollo

Contactos:

- ❑ José Luis López Follegatti joseluislf@labor.org.pe
- ❑ Karina Virginia Peña Orocaja Karina@labor.org.pe

También puede escribir a coordinacion@grupodedialogo.org.pe

Y llamar a los teléfonos: (511)- 2616515, Telefax: (511)- 2619827

20. Plades - Programa Laboral de Desarrollo

Práctica: Programa de Vigilancia social de empresas transnacionales en Perú

Resumen

El Programa de Vigilancia Social VISO es una iniciativa de auditoría social participativa en articulación con organizaciones de trabajadores que busca contribuir al establecimiento de estándares laborales y sociales justos en las operaciones de las empresas transnacionales que operan en el Perú.

1. ¿Qué es?

Durante la década de los noventa, el gobierno peruano promovió un sistema agresivo de captación de inversión extranjera directa a través de un marco legal estable y atractivo que garantizaba la estabilidad jurídica del inversionista, así como un proceso de privatización y concesión de las principales empresas públicas. De acuerdo con la Agencia de Promoción de la Inversión (Proinversión), entre los años 1993 y 1999, la inversión extranjera pasó de US\$ 1.636 millones a US\$ 9,507 millones (crecimiento de 481%). Al 31 de diciembre de 2005, el monto de inversión extranjera directa alcanzó los US\$ 14 278 millones.

Pero, la década de 1990 también trajo consigo una reducción de los derechos laborales en el Perú. A través de reformas legislativas, se produjo una progresiva desprotección del trabajador, eliminándose derechos laborales que garantizaban la estabilidad laboral, la protección contra el despido arbitrario o la garantía del pago de los beneficios sociales. Todo ello acompañado de un debilitamiento de los sindicatos de trabajadores para defender los derechos laborales de sus agremiados.

Esta situación motivó la creación, en el año 2001, del Programa de Vigilancia Social de Empresas Transnacionales (VISO) con el propósito de contribuir al respeto de los derechos laborales de los trabajadores y a la implementación de políticas de responsabilidad social en las empresas transnacionales.

El Programa VISO se inicia convocando a sindicatos de empresas transnacionales a conformar un Grupo de Vigilancia Social (http://www.viso.plades.org.pe/contenido/htm/grupo_vs.php), hoy día el Grupo abarca 100 sindicatos de alrededor de 60 empresas transnacionales que tiene operaciones en

todo el Perú. Están involucrados en el proceso sindicatos de base, Federaciones sectoriales (Minero, Petrolero, Alimentos y Agua Potable Construcción y Energía) y centrales sindicales nacionales (CGTP y CUT), promoviendo una articulación con Federaciones Sindicales Internacionales. El Programa VISO por parte de PLADES, es parte de la RED-LAT (<http://www.observatoriosocial.org.br/portal/index.php?option=content&task=category§ionid=1&id=70&Itemid=109>), que es una Red de Observatorios de Transnacionales que desarrolla acciones de investigación y monitoreo coordinada.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

Metodología

El enfoque de trabajo del Programa VISO considera:

- El fortalecimiento de la red de organizaciones sindicales que desarrollan acciones de vigilancia social sobre las Empresas Transnacionales, a través de:
 - Formación socio laboral
 - Entrenamiento en negociación con empresas
 - Acciones de asesoría en casos emblemáticos
 - Sistema urgente de defensa frente a violaciones flagrantes, que incluye apoyo directo del equipo técnico en las zonas donde ocurre el conflicto o la violación.
- El desarrollo de un sistema de información que apoye la acción de los actores sociales, el monitoreo y seguimiento de las operaciones y registre las conductas laborales y sociales de las Empresas Transnacionales en Perú. El Sistema contiene varios subsistemas.
 - Portal de información sobre empresas transnacionales y sindicatos del Grupo de Vigilancia.
<http://siviso.plades.org.pe/Sistema/VigilanciaSocial/Portal/indice.jsp>
 - Portal de noticias:
<http://siviso.plades.org.pe/Sistema/VigilanciaSocial/Portal/noticias.jsp>
 - Módulo interno de denuncias y ocurrencias ligadas a violaciones de derechos, que sirve para la elaboración de informes parciales, anuales y alertas Informativas. <http://www.viso.plades.org.pe/contenido/alertas/>
 - Módulos internos de seguimiento de acciones del equipo (reportes de visitas, actividades, etc.)
- La promoción de acciones de exigibilidad de derechos laborales fundamentales y responsabilidad social corporativa en las Empresas Transnacionales, a través de un uso más efectivo e intensivo de instrumentos en alianza con actores nacionales e internacionales:
 - Quejas internacionales ante la OIT usando la Declaración sobre Multinacionales y los Convenios de OIT.
 - Requerimientos sobre Acuerdos Marco Internacionales (International Framework Agreement) .

- Exigibilidad de cumplimiento de Lineamientos de OCDE: caso Banco del Trabajo (Grupo Chileno Altas cumbres),
- Denuncias sobre incumplimiento de Códigos de Conducta.
- La contribución a un mayor conocimiento sobre las características de las estrategias corporativas y una mayor visibilidad del comportamiento empresarial de las empresas transnacionales en Perú y su posible impacto en las zonas de operación y en el Perú.
(<http://www.viso.plades.org.pe/contenido/htm/publicaciones.php>).

La propuesta se inscribe en un enfoque de Vigilancia Social o ciudadana, que fomenta la participación directa de actores sociales afectados, en las acciones de observación y exigibilidad desarrolladas. El programa ha apostado por promover alianzas intrasindicales y entre actores sindicales y actores sociales, de forma de romper con una visión aislada y corporativa de los problemas que generan las empresas en las zonas donde opera (http://www.viso.plades.org.pe/contenido/htm/ev_21-10-2006.php). Así mismo se ha apoyado iniciativas de apoyo a trabajadores usualmente fuera de la red de protección social de los sindicatos, como son los trabajadores de empresas de outsourcing o subcontratadas (cason el sector de telecomunicaciones). La dispersión geográfica de los sindicatos y empresas transnacionales en el Perú, genera retos y dificultades para la articulación y el acceso a la información, sobre todo especializada ligada a las empresas transnacionales. La Experiencia del Grupo de Vigilancia, como un espacio de encuentro, de intercambio directo ente actores, de reflexión colectiva y de soporte solidario, adquiere mayor relevancia y valor.

3. ¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

- Consolidación e institucionalización de un espacio de encuentro, intercambio y acción social articulada: El 2001 el Grupo de Vigilancia era conformado por 13 sindicatos. Hoy cerca de 100 sindicatos participan de manera regular en las acciones del programa VISO durante el año.
- Se ha mejorado la calidad de la negociación colectiva y las condiciones de trabajo, a partir del mejor uso de información corporativa (local e internacional) que las acciones de formación promueven y que los sistemas de información proveen.
- Se ha mejorado y ampliado las capacidades de defensa de derechos laborales a partir de introducción del uso de nuevos instrumentos internacionales, así como una mayor valoración de la articulación internacional entre actores.
- Se ha avanzado en la sistematización de información sobre el comportamiento de empresas transnacionales en Perú.
- Se ha promovido iniciativas de alianzas y encuentros entre sindicatos, comunidades, trabajadores no organizados de outsourcing. Esta experiencia esta en curso.

- ❑ Se ha promovido un uso mayor de herramientas informáticas y uso de Tecnologías de información entre los sindicatos.
- ❑ Se ha articulado la práctica de PLADES con otras en la Red Lat, Red Puentes y ahora con el OCDE Watch.
- ❑ Empresas conocen el respaldo del GRUPO y el mayor conocimiento de sindicatos sobre sus derechos. Esto inhibe mayores acciones anti sindicales.

Los problemas han devenido de la ampliación de contrapartes y una creciente demanda de apoyos a nivel nacional, que exceden la capacidad del equipo. Se esta implementando un cambio en la estrategia.

Para un valoración sobre le programa VISO puede remitirse a la evaluación que hizo el Ministerio de Cooperación Holandés al programa sindical de FNV el 2005. Kees Biekart y Eduardo Ballon fueron los evaluadores.

Se anexa la matriz de indicadores y resultados presentado por PLADES a FNV para el año 2007, que puede dar una idea del proceso actual del programa que culmina a fines del 2008.

4. ¿Qué se necesita?

- ❑ Conocimiento y experiencia en el ámbito socio laboral y sindical.
- ❑ Invertir en la construcción de relaciones claras y de confianza con los actores sociales involucrados. Delimitación clara de roles y límites de nuestro accionar.
- ❑ Equipo legal y económico con experiencia, dispuesto a viajar por todo el país. Programa intensivo en personal
- ❑ Inversión en sistemas informáticos, personal especializado y en permanente actualización.
- ❑ Enfoque local e internacional articulado.
- ❑ Política amplia de alianzas locales e internacionales
- ❑ Costo aproximado del programa 150,000 euros anuales

5. Lecciones aprendidas

Factores claves de Éxito:

- ❑ Relación de confianza y diálogo para resolver múltiples conflictos en la comunicación con los actores.
- ❑ Respeto a las decisiones de las organizaciones. No ir más allá de los que ellos están dispuestos.
- ❑ Oportunidad de la acción: actuar cuando y donde se requiera. No perder ventanas de oportunidad
- ❑ Revisión permanente de la estrategia en cada caso: NO hay recetas.

- ❑ Fortalecer acciones de visibilización pública, a partir de reportes documentados y sustentados, de forma que medios de prensa puedan citarlos como fuente confiable y reconocida
- ❑ Promover herramientas informáticas extendidas

Debilidades:

- ❑ Mejorar acciones de incidencia pública
- ❑ Aun débil articulación con otros actores sociales
- ❑ Demanda de apoyo excede capacidades actuales.
- ❑ Activismo reduce tiempo de análisis
- ❑ Cambios frecuentes en las empresas y sus estrategias hacen difícil su seguimiento y la ubicación de sus debilidades

Lecciones:

- ❑ Si la iniciativa no demuestra ser funcional y no resuelve problemas concretos en los momentos que se requieren no hará sentido para los trabajadores.
- ❑ Lo local no es suficiente, pero lo internacional tampoco lo es. Se requiere una base local fortalecida para que la acción internacional complemente la acción o la estrategia
- ❑ Es posible la articulación de actores en muchos casos, pero no en todos. Existen a veces conflictos de intereses en el seno del movimiento social.
- ❑ La acción no coordinada de las ONGs, sin articulación social, reduce, no su posible éxito frente a determinada acción o hecho, sino el impacto social y organizativo de algunos triunfos.
- ❑ Los límites físicos y materiales de la iniciativa pueden resolverse de manera efectiva a través de una mayor alfabetización digital e informatización de los servicios y herramientas. Este es un esfuerzo permanente.

6. Consejos y más

- ❑ Basarse en organizaciones existentes, vinculando siempre sus demandas y necesidades a los objetivos que nos proponemos. Negociando sentidos y estrategias.
- ❑ Tener paciencia. Los procesos de articulación, alianza y experiencias nuevas de defensa demandan un tiempo mayor al que muchas veces se prevé.
- ❑ Ser rigurosos. La vigilancia y la acción de defensa de los estándares laborales genera en muchas oportunidades contracampañas de instituciones con mucho poder de presión política. La objetividad y fundamento de nuestros informes es un elemento vital para mantener el posicionamiento del programa.
- ❑ Toda inversión en promover alianzas públicas, más allá de los actores directamente involucrados, es un aporte al proceso.

7. Seguir leyendo...

Las páginas web vinculadas a la experiencia ya han sido incluidas en la presentación de la experiencia.

Además, se puede ver la web del Centro de Investigación del Comportamiento Empresarial <http://www.ciceenlinea.com.pe/index2.php>

21. IDEAS

Práctica: Gestión y consumo responsables del Patrimonio Cultural de Colonia del Sacramento

Reseña Institucional

IDEAS fue constituida como asociación civil sin fines de lucro en Uruguay el día 30 de agosto de 2003 y cuenta con personería jurídica inscripta en el Registro del Ministerio de Educación y Cultura con fecha 13 de octubre de 2004.

Tiene por objeto la investigación, la educación y la difusión de estudios en los campos del derecho, las ciencias sociales y humanas y la pedagogía, con el propósito de aportar a la formación de los uruguayos y el fortalecimiento de las estructuras democráticas.

Lugar y fecha de la experiencia: Colonia, Uruguay - 2006 – 2007.

Nombre de la Empresa y Datos: Cámara de Hotelería y Turismo de Colonia.

Descripción del Caso

La Cámara de Hotelería y Turismo de la ciudad de Colonia nuclea los emprendimientos empresariales de esa ciudad.

El desarrollo económico, social y cultural de los colonienses está sensiblemente influido por las actividades en torno al fenómeno turístico del que la ciudad es protagonista. La magnitud del fenómeno y de los procesos vinculados se han visto potenciados, y también sus complejidades, a partir de que Colonia del Sacramento fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1995 por la UNESCO.

En los últimos diez años la inversión en infraestructura turística, en desarrollo urbanístico y vialidad, en capacitación de recursos humanos, han aumentado sensiblemente. Desde la incorporación de nuevos hoteles –mayoritariamente con franquicias de cadenas internacionales-, nuevas ofertas gastronómicas y recreativas, obras de mejora y recuperación urbanística de espacios públicos, inversiones privadas en el área de servicios –como construcción de centros comerciales-, hasta la actualización de las instituciones educativas con ofertas que buscan dar respuestas a la nueva reconfiguración de la estructura productiva de la ciudad.

La intensificación de estos procesos asociados fundamentalmente al desarrollo turístico, y particularmente a partir de su Patrimonio Cultural representado en el Barrio Histórico, condiciona a los distintos actores a asumir una gestión responsable del mismo. Desde

una posición estrictamente económica, ningún sector es tan fuertemente dependiente del principio de desarrollo sostenible como lo es el sector turístico. Dicha gestión responsable involucra a una compleja gama de dimensiones, actores, e impactos –culturales, sociales y económicos-, en un contexto de compromisos locales, nacionales e internacionales.

El desarrollo sostenible de la actividad turística, e incluso su supervivencia en muchos casos, sólo será posible si la dimensión del patrimonio cultural está incorporada en su propia concepción. La sensibilización de los distintos actores involucrados sobre tales complejidades, la búsqueda del fortalecimiento de los vínculos y las alianzas entre los mismos, orientados hacia objetivos que promuevan la gestión y el consumo responsable del Patrimonio Cultural de Colonia del Sacramento, es un punto de partida estratégico para el desarrollo sostenible de este territorio, su comunidad y sus visitantes.

La transversalidad del fenómeno patrimonial implica la participación e interrelación de distintas perspectivas, intereses y sensibilidades (entre ellos destacamos: organismos públicos del Gobierno Central y del Gobierno Local, Organismos Internacionales, sectores empresariales, sindicatos de trabajadores, organizaciones de la sociedad civil, visitantes) por lo cual mejorar la calidad del producto de esa gestión colectiva es una tarea compleja y al mismo tiempo imprescindible.

El relacionamiento con la Cámara de Hotelería y Turismo se establece en este marco y en el del trabajo colectivo con otras organizaciones, a saber: Cámara Gastronómica; Consejo Ejecutivo Honorario (MEC); Asociación de Comerciantes, Cámara Inmobiliaria, Comisión de Vecinos y Ex -Vecinos del Barrio Sur; Sindicato Único de Gastronómicos del Uruguay y otros gremios del PIT-CNT (Sunca, de la Bebida; Comercio); GADBHI; Policía Turística; Prefectura de Colonia; ATUT; Asociación de Guías de Turismo.

Estrategia utilizada.

Diálogo

- ❑ Consulta al presidente de la Cámara Hotelera: considerándolo referente del sector fue entrevistado para un estudio. Se entiende relevante dar el espacio para que las personas referentes de un colectivo, en este caso de empresas del sector turístico, manifiesten sus intereses, preocupaciones y propuestas sobre la problemática.
- ❑ Invitación a participación en foros: otro espacio, en este caso, más amplio con la participación de diversidad de actores.
- ❑ Reuniones de trabajo: preparatorias e indagatorias de interés y voluntad de involucramiento.

Otro aspecto tenido en cuenta: el tamaño de la ciudad permite cercanía y conocimiento entre los diversos actores y esto fue considerado un factor potencial del diálogo y la

interacción. Las personas se conocen y pueden sentir más confianza uno en el otro, elementos fundamentales para dar lugar al diálogo.

Resultados e Impacto o respuesta conseguida en el ente destinatario, en la prensa, en la sociedad civil, etc. Cumplimiento de objetivos planteados.

- ❑ Participación de la Cámara Hotelera y Turística en los preparativos del Proyecto: “Gestión y consumo responsables del Patrimonio Cultural de Colonia del Sacramento”
- ❑ Compromiso de la misma de participación en su ejecución. Implicancias: la Cámara Hotelera se compromete a participar en:
 - Acciones de información (seminarios, talleres, charlas, etc) a los gestores turísticos respecto a normativas legales municipales, nacionales, y criterios técnicos del CEH y UNESCO referidas al manejo del Patrimonio Cultural de Colonia del Sacramento).
 - Propuestas de sensibilización en el sector empresarial respecto a la adopción de políticas de gestión de productos turísticos a partir de recursos vinculados con el patrimonio cultural, en el marco de turismo responsable.
 - Elaboración y difusión de materiales informativos dirigidos a los empresarios del sector turístico encargados de la distribución del producto turístico Colonia del Sacramento, de determinados mercados emisores (Argentina, Uruguay, Chile, Brasil.)

Aprendizajes y Dificultades

Los tiempos de la dinámica de cada organización (empresariales, del Estado, de la sociedad civil) son diferentes. Esto es un aspecto importante a considerar en tanto resulta complejo compatibilizar los procesos sociales y políticos que están implicados en al RSE con el tiempo que demanda la necesidad de los cambios para mejorar la calidad de vida de las personas y que muchas veces se expresa en los proyectos de los colectivos (Red Puentes) con una cuota de ilusión.

Referentes

IDEAS

Email: institutoideas@adinet.com.uy

22. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa

Práctica: Responsabilidad Social Corporativa: una visión desde el marco internacional

Resumen:

Se llevó a cabo una mesa redonda sobre el marco internacional que regula y orienta las políticas públicas de RSC.

El público a quien estuvo destinado fue tanto a parlamentarios, empresarios, representantes del mundo académico y del tercer sector, así como a sociedad civil.

El objetivo perseguido fue dar difusión a los avances que se están produciendo a nivel de la Unión Europea, Naciones Unidas y la OCDE, a nivel de RSC.

1. ¿Qué es?

Para la implementación de cualquier política pública en relación a la RSE es necesario que exista una normalización mínima que permita obtener una información fidedigna, objetiva, comparable y verificable. Los organismos supranacionales, como la Unión Europea, e Instituciones Multilaterales como Naciones Unidas o la OCDE tienen, y están desarrollando, un papel fundamental en la definición de estándares en relación a la RSC.

“El contexto global en el que desarrollan su actividad muchas empresas deja al descubierto la existencia de vacíos legales o legislaciones laxas, que es necesario cubrir a través de políticas públicas, iniciativas multilaterales internacionales o políticas de RSE por parte de las mismas empresas” (MTAS: Foro de Expertos RSE, 2005)

La mesa redonda se desarrolló en el Congreso de los Diputados de España, y estuvo compuesta de renombrados representantes de estos organismos:

- ❑ Richard Howitt, portavoz del Parlamento Europeo sobre Responsabilidad Social Corporativa.
- ❑ Manfred Schekulin, Presidente del Comité de Inversiones de OCDE
- ❑ Chip Pitts, Profesor de Stanford y delegado del Gobierno de EE UU y la sociedad civil para los asuntos de NN UU en materia de Derechos Humanos.

Un evento con el formato de desarrollo propuesto, donde se congregan representantes de Naciones Unidas, Parlamento Europeo, OCDE y Comisión Europea, para tratar la temática de RSC, representa una primicia a nivel Mundial, y un ejercicio relevante dentro del territorio español.

2. ¿Cómo se lleva a cabo?

La mesa redonda se desarrolló como se mencionó anteriormente, en el Congreso de los Diputados, donde cada uno de los ponentes expuso cómo desde los organismos que representan, se está avanzando en el proceso de incorporación de criterios de RSC en la agenda pública.

Posteriormente, y como parte del objetivo de acercar las nuevas tendencias de RSC en el contexto europeo, se marcó una agenda de reuniones para el representante de OCDE y una al Parlamentario Europeo, con representantes del gobierno español, para respaldar y dinamizar dentro del Estado Español las políticas de RSC punteras a nivel europeo, reforzando las demandas que desde el Observatorio, se vienen presentando a los distintos representantes de Gobierno:

El Sr. Shekulín (OCDE) mantuvo reunión con el Sr. Bonet (Secretario Gral. de Comercio Exterior), para transmitir la necesidad de dar impulso y respaldo al Punto Nacional de Contacto. En dicha reunión también participó el Sr. Howitt (PE).

El Sr. Howitt mantuvo también reuniones con el Sr. Antonio Vergara (Presidente de la Mesa Económica del Parlamento, en la cual también participaron representantes de Intermón Oxfam y Confederación Española de Consumidores y Usuarios; y otra con el Sr. Juan José Barrera (director gral. de Economía Social, Fondo Social Europeo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) y el Sr. Antonio González (Secretario General de Empleo). En ambas reuniones hizo hincapié en la importancia y necesidad de inclusión de criterios de RSC en las políticas públicas, y la necesidad de una mayor “presión” por parte del Estado Español en el ámbito del Parlamento Europeo, en defensa y apoyo de criterios que impliquen un mayor compromiso en temas de RSC.

3. ¿Qué se ha conseguido con la Práctica?

Los asistentes al evento, más de 200, tomaron contacto con las últimas tendencias y avances en materia del marco institucional de la RSC, y recibieron de primera mano los requerimientos que están planteados en el Parlamento Europeo así como en organismos internacionales. Son ahora conscientes de hasta donde se debe llegar en materia de políticas públicas para cumplir al menos con los mínimos planteados por el Parlamento Europeo, la OCDE y NN UU.

A su vez, el objetivo de respaldar las demandas planteadas desde el Observatorio, con las políticas desarrolladas en instituciones de referencia a nivel europeo que marcan los lineamientos a seguir, fue ampliamente conseguido con las reuniones mantenidas entre los representantes de gobierno y los ponentes.

4. ¿Qué se necesita?

La realización de la mesa redonda, con su correspondiente coordinación de agendas con los ponentes, requirió un gran esfuerzo así como la celebración de las reuniones

posteriores con personalidades relevantes de gobierno. Para ello se contó con el apoyo de CEPES (Economía Social), Intermón Oxfam, European Coalition for Corporate Justice,

Luego fue muy importante todo el esfuerzo humano dedicado a conseguir la financiación del proyecto, ya que se incurrieron en costos de billetes aéreos, impresiones, comidas, alojamiento, transporte. En cuanto a los recursos humanos, fue necesario que quienes participaran en las reuniones tuvieran un alto nivel de inglés así como dominio de los temas tratados.

5. Lecciones aprendidas

Fue muy enriquecedora la experiencia, como antecedente en el manejo y coordinación de reuniones a nivel de representantes de gobierno; todo lo referente a la logística de organización de eventos de envergadura, tanto en cuanto al nivel de los participantes como a volúmen de audiencia.

También tomamos conciencia de la importancia de complementar el evento principal de ponencias en mesa redonda, con la coordinación de una agenda “de nivel” para los participantes, que justificara a los ponentes, el esfuerzo de traslado y días de trabajo invertidos.

6. Consejos y más

Es imprescindible, cuando se quiere contar con la participación de nombradas figuras del ámbito internacional, realizar los contactos con una anterioridad de al menos 4 meses. A su vez, debe tenerse claro cuales son los resultados esperados de su participación.

A su vez, como se menciona anteriormente, la coordinación de agendas complementarias al evento principal, es fundamental.

7. Seguir leyendo...

Para profundizar en lo planteado en la mesa redonda y demás, visitar la página del Observatorio
www.observatoriorsc.org

23. Oxfam International

Practica: Resolver temas sociales, económicos y del medio ambiente en sector del café. (Práctica documentada por Oxfam Novib)

Community of Practice on Private Sector Engagement/CSR: Experiences Oxfam Novib

Practice: Multi Stakeholder Initiative approach to the Coffee sector

Organisation: Oxfam International, Common Code for the Coffee Community: 4C – practice documented by Oxfam Novib

Summary:

To address social, economic and environmental issues in the coffee sector, Oxfam International participates since 4 years in this coffee initiative. In April 2007, the 4C Association was formalized and OI was elected in the 4C Council. Early 2008, 50% of global production and 70% of global trade and industry is member of 4C. Oxfam has formulated clear goals for its participation to be evaluated at the end of 2009. 4C's goal in 2009 is to have impacted positively the livelihood of 100,000 families of producers and workers.

1. What is it?

The 4C Association is an organization in which all relevant stakeholders from the coffee sector follow one common goal: continuously improving the level of sustainability in the production, processing and trading of all green coffee. 4C demands a clear commitment of coffee trade and industry. No label is being used on coffee packs. Support services are offered for coffee producers and it works with an independent verification process at coffee container levels.

What does it try to achieve?

4C aims at increasing coffee producers income by cost reductions, quality improvements, increasing efficiency and improved marketing conditions. 4C also aims to improve the social situation of producers and workers and the environment.

Who is it for? Beneficiaries?

Families of producers, workers and the communities they live in.

Why was this company/sector selected?

Coffee is the most important agricultural commodity in the world. The coffee crisis, 6 years ago, was affecting the livelihoods of 25 million families of coffee producers and

workers around the world and demonstrated the failure of the coffee market. It became clear that this crisis needed a large-scale solution. One of the goals of the Oxfam Coffee Campaign was to influence the roaster companies to manage their supply chains so as to ensure that farmers capture more of the benefits of the market and earn a decent income. 4C is a reaction to the OI Coffee Campaign. The 4C model offers a framework for more sustainable practices and a clear commitment from the companies towards small holders and agricultural workers. Targets for participation in the initiative by industry members are ambitious and could provide widespread benefit even if the depth of benefit is limited.

2. How it is done?

- The intervention strategies being applied are diverse. Oxfam has been participating at decision level in 4C, especially to voice the concerns of small holders and workers. At certain times we used our power as a large NGO with the threat to leave. For example when the industry did not want to confirm the rules of participation. Coordination with allies inside 4C and outside 4C has been used. As a best practice Oxfam continues to support the Fair Trade model because it creates an alternative supply chain and it offers a guaranteed minimum price and a price premium for social development.
- Steps in implementation:
 - Establishing governance;
 - setting of standard;
 - development of verification mechanism, support services; rules of participation for the industry; implementation; communication guidelines;
 - impact monitoring (setting up baseline)

3. What it has achieved?

Results at the level of beneficiaries:

- Standards set for social, economic and environmental sustainability.
 - Verification mechanisms established.
 - 4C offers better access for producers to existing information, tools, practices, assistance and brings together the different actors to exchange their experiences.
 - The first 4C green coffee is being verified and traded. No output/impact results available yet at beneficiary level.
- Results at the level of change of companies/sectors policies and practices.
- Implementation and verification started, aiming at 4C membership that already represents 50% of global production volume and 70% of global trade and industry.

4. What is needed?

- ❑ Human skills/knowledge: Openness to dialogue with private sector needed, willingness to apply mainstream approach, strategic capacity, negotiation skills, coordination skills, multi-cultural sensitivity, etc.
- ❑ Financial support: Money is needed to run the multi-stakeholder initiative itself, membership fees alone is not sufficient. Support for local allies requires funds, as well as outsourcing of research for better understanding issues and power maps.
- ❑ Other support: Dedicated time is needed, but also flexibility to increase or decrease activities when needed.

5. Lessons learned

What went well	and what went not so well
Defining a clear workable code and verification system with support from Labour unions (IUF), and NGOs (Oxfam, Rainforest Alliance, Pesticides Action Network)	Involving local producer organizations and labour unions. Voice of small holders is not being heard enough at 4C council level.
Defining Rules of Participation for the industry in which they are committed to purchase increasing quantities of 4C coffee and can't use logo on pack.	Ensuring enough funding for capacity building support
Defining among Oxfam affiliates clear terms of engagement in 4C and an Exit strategy in case our expected goals are not met.	First 4C verified coffee is coming from already more developed plantations (low hanging fruit) The challenge will be to reach small holders, especially in Africa and to really guarantee continuous improvement.
Starting the development of an impact measurement system to be able to measure impact on small holders and workers	Gender is only referred when related to labour issues.

6. Tips and more

The most important Do's and Don'ts for other organizations interested in this Practice:

Do:	Don't:
Ensure on the ground contacts; encourage national platforms.	Rely only on international expertise, but actively seek national, local expertise.
Involvement will require time and expertise. Plan your involvement well.	Represent beneficiaries by replacing them, rather represent their interest
Use your weight as an NGO to influence. As Oxfam we give legitimacy to the initiative.	Limit your dialogue only to familiar stakeholders, but try to build bridges and form different alliances on specific topics.
Be open to other stakeholders' constraints.	Assume other stakeholders understand your mission or reasons for participating.

7. Read on...

www.sustainable-coffee.net

24. Oxfam International

**Practice: Multi Stakeholder Initiative approach to the Palm Oil sector
Community of Practice on Private Sector Engagement/CSR:
Experiences Oxfam (Practice documented by Oxfam Novib)**

Summary:

To address community, smallholders and labour issues in the palm oil sector, Oxfam International is using the opportunity for change provided by the multi-stakeholder setting of the Roundtable on Sustainable Palm Oil. Participation inside this initiative is using the leverage of the RSPO membership – representing 40% of global producers – to generate changes in the mainstream palm oil trade. Private sector is consequently pushing for changes in regulatory frameworks too.

1. What it is?

Which problem(s) does it address?

It addresses the social problems associated with an expanding agricultural industry, which is demanding land from local (indigenous) communities, while exploiting plantation labour and smallholder farmers that serve as outgrowers.

What does it try to achieve?

The approach tries to achieve changes in the mainstream palm oil trade framework, beneficial to the overall social performance of the bulk of the sector, by establishing a certification scheme for the production and trade of palm oil.

Who is it for?

- Communities - customary agro-forestry people;
- Labour (especially women);
- Smallholders.

Why was this company/sector selected?

The palm oil sector is of major importance in Indonesia (>40% of global production), with millions of smallholders and their families and millions of workers affected.

The palm oil sector has acknowledged the challenges in environmental and social performance it is facing and has formed the Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO. This provided the opportunity for Oxfam International to influence a commodity production sector through its European market relations.

2. How it is done?

What strategies have been used to influence the company/sector?

The intervention strategies being applied are diverse. While participating at board level in the multi-stakeholder initiative RSPO and its dialogue and certification system establishment, a continuous coordination with allies and partners inside RSPO (dialogue) and outside RSPO (campaign) has been used. Specific activities by these partners and allies have been selected for financial support. At the same time fundraising from importing country governments was sought.

Steps in implementation:

- ❑ Establishing governance;
- ❑ Setting of standard;
- ❑ Development of certification mechanism;
- ❑ Implementation.

3. What it has achieved?

Results at the level of beneficiaries:

- ❑ Standards set for land use and land use changes, including the right to free prior and informed consent;
- ❑ standards set for decent work, including minimised use of pesticides;
- ❑ standards set for open and fair treatment of smallholders that are dependent of palm oil mills.
- ❑ Results of these set standards will become gradually visible in the coming few years when palm oil producers will have achieved certification levels.
- ❑ Certification mechanisms established with sufficient quality checks and safety nets for social stakeholders, including safeguards that prevent smallholders from being pushed out of export market opportunities.

Results at the level of change of companies/sectors policies and practices.

- ❑ Implementation and certification started, aiming at RSPO membership that already represents 40% of global production. Moreover, palm oil traders, consumer goods manufacturers, retailers and investors have started altering their palm oil purchasing and investment policies and practices.

4. What is needed?

- ❑ Openness to dialogue with private sector needed, willingness to apply mainstream approach, strategic capacity, negotiation skills, coordination skills, multi-cultural sensitivity, etc.
- ❑ Funds are needed to run the multi-stakeholder initiative itself, membership fees alone is not sufficient. Support for local allies requires funds, as well as outsourcing of research for better understanding issues and power maps.

- ❑ Dedicated time is needed, as well as flexibility to step up activity when needed.

5. Lessons learned?

What went well	and what went not so well
Involving local ngo partners, with their local expertise.	Involving labour unions
Ensuring access to decision making for beneficiary groups	Coaching beneficiary groups to express themselves constructively
Involving private sector, business-to-business solutions	Involving governments, open for reforming regulatory frameworks
Applying certification knowledge from other sectors	Understanding trade system characteristics

As a consequence Oxfam International has tried to bank and build onto those things that went well, in order to shift more attention now to dealing with the additional challenges.

6. Tips and more?

The most important Do's and Don'ts for other organizations interested in this Practice.

Do:	Don't:
Ensure on the ground contacts	Rely only on international expertise
Understand bigger issues, find larger opportunity windows for intended beneficiaries	Represent beneficiaries by replacing them, rather represent their interest
Think and participate broadly, to build credit with other stakeholders	Restrict to only mission-related elements
Be open and emphatic to other stakeholders' constraints	Assume other stakeholders understand your mission or reasons for participating
Coordinate and consult outsider ngo's with similar end-goals	Fight ngo allies with a different strategy.

7. Read on...

- ❑ www.rspo.org
- ❑ www.forestpeoples.org
- ❑ www.sawitwatch.or.id

25. Oxfam Novib

Practice: Responsible Policies and Practices in the Tropical Shrimp Sector. Organisation: Oxfam Novib

Summary:

Farming tropical shrimps was once introduced as a valuable solution to the unsustainable practices of wild catch. The farming proves to be even more destructive for environment and people. The sector in Europe, represented by the biggest importer, Heiploeg, a Netherlands based company, acknowledges the problems and was open for dialogue how this could be improved. This now led to all members of GlobalGAP (mostly European retailers, importers and Asian producers) to accept that their suppliers in the future should comply with social and environmental criteria for the production of shrimps to be able to sell to customers in Europe.

1. What it is?

Shrimp aquaculture is a growing valuable industry (around US\$ 20 billion in trade) - valuable for some, destructive for many. It causes loss of mangroves, a valuable ecological habitat. It pollutes the environment and the sea. Many livelihoods have been lost, people thrown off their land, and human rights abused because of it. Workers, often women and children in processing and peeling, under exploitative conditions.

Oxfam Novib, together with IUCN-NI tries to control damage and support the livelihoods of small farmers by convincing the industry that the practice of production should improve. It also encourages the industry to compensate communities, set up dialogue with them and avoid conflicts. The response of the industry is to start a process for certification to guarantee improvements.

This sector was selected, because Oxfam Novib was informed by its partners in South East Asia of the problems the industry was causing, shrimp farming being an important industry for many countries in Asia and the opportunity to influence powerful companies in Europe.

2. How it is done?

The following work was carried out between 2004 and 2007:

- ❑ work with southern NGOs to expose and highlight the negative impacts of ongoing and unchecked aquaculture development for the rural poor;
- ❑ help facilitate exchanges and network-formations between southern NGOs and between northern and southern NGOs to help make a civil society voice more effective;

- ❑ call on governments and private sector to work more rigorously on developing minimum standards of 'good aquaculture';
- ❑ dialogue with the Dutch shrimp and fish sector;
- ❑ small public awareness campaign;
- ❑ private sector was more responsive than the Dutch government and invited us to propose these minimum standards of 'good aquaculture';
- ❑ minimum standards were drafted by ON and IUCN, for which local NGOs were consulted. Not much response was received;
- ❑ industry proposed standards to GlobalGAP to ensure a level playing field. Oxfam Novib and IUCN-NI played an advisory role in the technical committee. We emphasized that we were not endorsing GlobalGAP, although we encourage steps taken;
- ❑ industry invited ON and IUCN and local partner to participate in test audits;
- ❑ a pilot project with the industry will be designed where multi-stakeholder engagement is central;
- ❑ engagement with FAO on certification guidelines for aquaculture.

3. What it has achieved?

- ❑ Implementation is to start in 2008, so results at the level of final beneficiaries are still limited. Test audit already led to change in the behaviour of the tested company in its relationship with contract farmers and led to a better situation for 3,000 contract farmers;
- ❑ Heiploeg, the biggest European importer, asked their suppliers to comply with social and environmental criteria. This was not verified yet;
- ❑ GlobalGAP members accepted the new shrimp module, which is going to assess on social and environmental issues, for the first time in GlobalGAP's history. From April 2008 this module will be ready for use;
- ❑ Lobby GlobalGAP for more multi-stakeholder involvement leads to a first-time public consultation of their aquaculture module;
- ❑ Engagement with FAO led to recognition of social issues, beyond small farmers, in the guidelines;
- ❑ Openness with the industry to work more with NGOs, also local ones.

4. What is needed?

By having Oxfam Novib staff with extensive technical knowledge on the sector and the South East Asian region and good contacts with partners, we were able to balance between dialogue with the industry and keep working with other NGOs, who did not trust this process.

Until now, we mainly needed human resources to be able to respond to all the opportunities. Only limited financial support was conceded, though it will increase in the future for implementation projects.

The skills needed are good written and oral communication, open-mindedness, patience, sharpness, and persistence. Inspiration and motivation.

Support often came from unexpected sides. Heiploeg, has been essential to convince the others. Also retailer Ahold, client of Heiploeg, has played a constructive role. The gender dimension has not yet come out fully. Women are mainly working in the processing (peeling) of shrimp. We have not been able to address that part of the chain yet.

5. Lessons learned?

- ❑ It is difficult to have a consumer campaign when there is no alternative on the market (fair trade or organic shrimps do not exist on the Dutch market).
- ❑ You need to invest in long-term relationships with companies and build up knowledge.
- ❑ The Dutch government entered a public private partnership on shrimps with the Indonesian and Malaysian government and private sector and refused to integrate sustainability issues in the process. The role of the government is very minimal.
- ❑ Oxfam Novib invested a lot of time in the dialogue with other NGOs. Although some Southern NGOs were interested in the idea, many others could not see how a certification process can lead to any solution for their problems. We hope that some will be more positive in the future, when we can show more impact on beneficiaries. For monitoring the implementation of the standards, local NGOs have an important role to play. Continuous transparency about what we do and why is important for cooperation.
- ❑ A sustainable supply chain will take a long time. We need to look at different parts of the chain and of the problem at the same time. The approach used has not been able to look at the different position of target groups and how to address those yet.

6. Tips and more

Do's	Don'ts
Use different strategies at the same time (campaign, dialogue, research, networking)	Don't give up!
Be transparent about your work with the industry as much as possible to other NGOs	
Propose solutions, not only problems	

7. Read on...

- ❑ www.solidaritycenter.org/files/pubs_True_Cost_of_Shrimp.pdf
- ❑ Shrimp production in Indonesia: characteristics and sustainability performance, CREM, 2004

- ▣ Publications and films on shrimps, www.ejfoundation.org/page211.html



**Centro de Investigación
sobre Empresas Multinacionales**

Sarphatistraat 30
1018 GL Amsterdam
Holanda
T: +31 (0)20 639 12 91
F: +31 (0)20 639 13 21
info@somo.nl
www.somo.nl