



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Sede Regional Rosario

Carrera de Abogacía

Responsabilidad Social Empresaria: en búsqueda de un marco jurídico

2013

Tutor: Vicente, Silvina

Alumna: Valenti, María Laura

Título al que aspira: Abogada

Fecha de presentación: Diciembre 2013

Resumen.

La Responsabilidad Social Empresaria abarca el conjunto de estimulaciones, herramientas y capacidades humanas e institucionales en la que deben tener presencia tanto representantes públicos como privados, teniendo en cuenta los lineamientos y prácticas internacionales como las de procedencia y raigambre nacional. Sin embargo, con las actuales iniciativas privadas, la Responsabilidad Social Empresaria corre el riesgo de ser capturada por los intereses empresariales, en muchos casos postulan en propagandas como un mero marketing el compromiso con el medio ambiente creando una política de Responsabilidad Social Empresaria a la medida de sus necesidades estratégicas y de sus inquietudes a corto plazo para poder engrosar sus ganancias.

Por ello un encuadre legal adecuado daría origen a un ordenamiento de las ideas que actualmente se encuentran en el marco privado.

Creí importante comenzar el primer capítulo con el concepto de empresa, desentrañar el mismo y aclarar que es un vocablo económico, luego determinar que es responsabilidad, para desarrollar el término de Responsabilidad Social Empresaria, sus principales acepciones y la evolución del mismo tanto a nivel internacional como nacional, si bien enfatizando en el primero ya que luego dedico un capítulo entero a la misma en Argentina.

En el segundo capítulo, abordare con profundidad la Responsabilidad Social Empresaria y el medio ambiente. Analizaré el desarrollo sustentable desde una perspectiva interdisciplinaria que incluye aspectos propios de la economía, la ecología y el derecho.

Si bien el foco principal de este capítulo es la relación con el medio ambiente, también prestaré especial atención al resto de las temáticas de la Responsabilidad Social Empresaria como son los Derechos Humanos, el público interno y el público externo (proveedores, consumidores y clientes) y la sociedad en general.

Creo firmemente en que es objetivo de este trabajo mostrar la Responsabilidad Social Empresaria como algo necesario para concientizar esta práctica, un giro en la voluntariedad de estas directivas, pero para ello debo mostrar como un marco legal de carácter obligatorio facilitaría la vuelta necesaria para que las empresas puedan contribuir al medio ambiente y a los intereses sociales sin tergiversar dichos fines hacia una mera estrategia comercial. Para ello focalicé en los dos últimos capítulos la actualidad de la Responsabilidad Social en Argentina y las propuestas de un lineamiento legal.

Estado de la cuestión.

Distintos autores se han dedicado a analizar en profundidad este tema y han elaborado material sobre el mismo, los cuales han sido citados a lo largo de todo el trabajo de investigación.

Si bien no existe un marco legal uniforme, motivo por el cual en el último capítulo realizo una propuesta a fin de crearlo, quiero mencionar algunas fuentes generales donde he recurrido tales como la Constitución Nacional; ley 13.273 Ley de Defensa de la Riqueza Forestal; ley 25.675 conocida como la Ley General de Ambiente en la que se establecen presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable.

Existen antecedentes legales más específicos, en los cuales me apoyé con el objeto de encontrar regularidades que permitan el diseño de un marco de conceptos que sirvan para la emisión de normas y encuadrar la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina.

Contamos a nivel nacional con la ley 25877/04 de Régimen Laboral, Título II, capítulo 4 Artículos 25 y 26 cuya situación actual es vigente pero sin reglamentar; y existen varios proyectos que se encuentran en trámite parlamentario.

A nivel provincial Salta cuenta con el decreto 517/11 que tiene como objeto principal promover el desarrollo de conductas socialmente responsables en empresas, entidades públicas y privadas y organizaciones en general; otra provincia es Río Negro, con la ley 4531/10 que crea un programa de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuenta con la ley 2594 sancionada el 06 de Diciembre de 2007, en la actualidad se encuentra vigente pero sin reglamentar si bien se creo un Consejo Consultivo para su reglamentación en 2008. Otras provincias como para citar ejemplos son Santa Fe y Buenos Aires que cuentan con Proyectos de ley.

También se ha recurrido a hacer un análisis acerca de cómo se ha ido desarrollando la Responsabilidad Social Empresaria en otros países del mundo y comparando con Argentina, recurriendo para ello a paginas Webs e información periodística.

Como resumen podemos concluir que para la realización de este trabajo, he empleado como técnicas y recursos, la Constitución Nacional, textos legales, información periodística, páginas Webs, así como también bibliografía.

Marco teórico.

El derecho siempre ha servido para establecer un puente entre dos polos a menudo antitéticos: la necesidad de organizar eficientemente el ejercicio del poder por parte de quienes los tienen y la conveniencia de expresar y encausar las aspiraciones e inquietudes de los ciudadanos. Durante muchos siglos, la primera de aquellas funciones redujo a la segunda a poco más de una fachada retóricamente respetable, cuyo aspecto cambia al compás de grandes conmociones periódicas de origen económico y de cobertura ideológica.¹

El tema de la Responsabilidad Social Empresaria es un término muy difundido en la actualidad. Los conceptos de empresa y responsabilidad se encuentran controvertidos actualmente.

Si bien todos coinciden que existe la Responsabilidad Social Empresaria, existen muchos mitos a develar en torno al concepto. Están quienes creen que la Responsabilidad Social Empresaria debe quedar en el campo de la moral, de la ética del deber ser, otros con una postura un poco más realista la incluyen dentro del derecho pero consideran que la misma debe ser voluntaria, otros y con quienes concuerdo la Responsabilidad Social Empresaria no puede quedar solo al arbitrio de la voluntad, porque si bien es conveniente para muchos sectores ser Socialmente Responsable, que pasaría si dejara de ser conveniente, corremos el riesgo de crear un mito y que detrás del lindo discurso se encuentren escondidos intereses económicos.

Sin embargo es justo señalar que la Responsabilidad Social Empresaria dejaría de ser solo un discurso si hubiera una coacción jurídica para poder ser cumplida. El ser Socialmente Responsable no se contradice con el ser Jurídicamente Responsable, por lo tanto dejar solo al arbitrio de la Ética empresarial puede llevar a no cumplir con el fin, que es, proteger a la sociedad, el planeta en que vivimos, dando un aporte sustentable en el tiempo.

Para poder tomar esta postura tuve que comprender que temas abarca la Responsabilidad Social Empresaria, las directivas actuales, tanto las nacionales como las internacionales.

Brevemente voy a mencionar conceptualmente los contenidos y herramientas de la Responsabilidad Social Empresaria que luego serán ampliados.

Los temas ambientales han cobrado importancia sobre las prácticas corporativas, desde hace ya algunos años: el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios

¹ PEREZ BUSTAMANTE, LAURA. Los Derechos de la Sustentabilidad. Desarrollo, consumo y ambiente. 1ra. Ed. Buenos Aires. Colihue 2007.

sólidos producidos, las emisiones de CO₂, radiación, uso de material reciclable, impacto ambiental sobre la cadena de producción, etc. La Responsabilidad Social Empresaria ambiental es hoy mucho más que iniciativas de reciclaje o de conservación de energía. Ser una empresa ambientalmente responsable es considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa.²

Los Derechos Humanos, los trabajadores, los proveedores, clientes, consumidores y la sociedad en general completan la lista de temas a tratar dentro de la Responsabilidad Social Empresaria.

En síntesis, la Responsabilidad Social Empresaria no es solo un discurso, surgió para quedarse y va creciendo, es bueno el fin último que persigue solo hay pulirla.

Introducción.

Sobre la base de sus fundamentos económicos y sociales, el presente trabajo pretende ofrecer una reflexión sobre las razones que fundamentan la necesidad de intervención legal para la integración de la Responsabilidad Social en las empresas y las políticas públicas, y los principales problemas que afectan al diseño de políticas públicas de Responsabilidad Social Empresaria, esbozando un marco para la valoración del actual estatus de las prácticas de responsabilidad social empresarial a nivel nacional.

A nivel interno, el país se encuentra en la etapa inicial del largo proceso que lleva al desarrollo – consumo sustentable. El primer paso estuvo dado por la creación de normas nacionales y provinciales, que a lo largo de los años fueron tratando, aunque desarticuladamente, cuestiones relativas a la protección del ambiente. Normas dirigidas a regular relaciones jurídicas determinadas, algunas de carácter eminentemente económico y otra social.

La responsabilidad social empresarial es un concepto hoy en día muy difundido entre las empresas de índole mundial, en Argentina, si bien empezamos con algunas aristas aun no esta enfatizado en forma global el mismo. Como sociedad debemos profundizar en el significado de dicha responsabilidad y no verlo como un mero marketing de las empresas a fin de recaudar más.

El aspecto ambiental y social en el balance de las empresas debería ser algo tan habitual como lo es el cierre del ejercicio económico anual. Una mayor transparencia, en un tema que involucra derechos de tercera generación de rango constitucional, a fin

² CEDIS. La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el Mundo Empresarial Moderno. [En línea] [Disponible en Internet www.cedis.pa] [Última consulta 05/11/2013].

de no solo ver la rentabilidad del negocio, sino también la sostenibilidad del equilibrio ambiental y la equidad social.

Luego de enmarcar el estado actual del derecho internacional y nacional sobre el tema propuesto, la necesidad de crear un marco jurídico nacional, fue lo que motivo mi elección.

Someter a voluntad de la empresa el cumplimiento de ciertos lineamientos y dejar en el simple plano de la moral y la ética las temáticas de Responsabilidad Social Empresaria sin efectuar el debido control para enmarcarse en la obligatoriedad se podría prestar como estrategia de venta algo que debería ser un aporte a la sociedad y al medio ambiente.

En el trabajo me he propuesto demostrar a modo de hipótesis, que la Responsabilidad Social Empresaria puede funcionar con un marco regulatorio apropiado y de carácter obligatorio, sin dejar de lado los intereses de la empresa pero cuidando los intereses sociales.

Para ello primero debemos distinguir cuales son y como actúan las directrices actuales de Responsabilidad Social Empresaria, así como la voluntad u obligatoriedad de las mismas. También debemos distinguir sus principales temáticas.

Considero como objetivo general en este trabajo, tomar conocimiento de la normativa internacional y nacional relacionada, para poder elaborar un marco regulatorio apropiado para nuestro país.

También lograr los siguientes objetivos específicos:

- Ahondar acerca del carácter voluntario u obligatorio de la Responsabilidad Social Empresaria. Principales ventajas de un marco obligatorio.
- Analizar, interpretar, comparar y extraer conclusiones sobre el ordenamiento jurídico actual.
- Identificar la necesidad de un ordenamiento jurídico nacional sobre Responsabilidad Social Empresaria.

Lograr crear un ámbito propicio para que se desarrolle la Responsabilidad Social Empresaria como tal, luego de relevar el estado actual del Derecho Internacional y Nacional sobre Responsabilidad Social Empresaria es un desafío que llevare adelante en este trabajo.

CAPITULO I

PRIMERAS APROXIMACIONES A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Responsabilidad. Concepto. Responsabilidad Social. 3. Empresa. Concepto 4. Responsabilidad Social Empresaria. Concepto. 5. Evolución de la Responsabilidad Social Empresaria. Un poco de historia. 6. Herramientas para evaluar la Responsabilidad Social Empresaria. 7. Conclusión.

1. Introducción.

En este primer capítulo inicialmente quiero desarrollar los términos de responsabilidad y empresa para luego poder abordar concepto de Responsabilidad Social Empresaria.

La evolución histórica, así como las herramientas que en la actualidad existen para evaluar la Responsabilidad Social Empresaria me permitirán desarrollar las críticas, tanto favorables como desfavorables para elaborar las propuestas adecuadas.

Tenemos un amplio campo para actuar y para poder lograr que, para las empresas, la misma no sea solo una moda pasajera, sino que verdaderamente se involucren en el compromiso social.

2. Responsabilidad. Concepto. Responsabilidad Social.

Según la Real Academia Española³, se entiende por responsabilidad, “Deuda, obligación de reparar o satisfacer, por si o por otra persona, a consecuencia de una culpa o de otra causal legal.”

El concepto de responsabilidad refiere, de manera directa, a la condición de responsable, es decir, de tener una obligación frente a una cosa u organismo que lleva a cuidarlo y a responder por él.

Existen varios tipos de responsabilidad, pero nos vamos a detener en el concepto de Responsabilidad social que es el que nos preocupa en este contexto.

La Responsabilidad Social implica la adopción y puesta en práctica de valores y comportamientos que fortalezcan la sostenibilidad, la inclusión, la justicia y el desarrollo social, orientados a consolidar una sociedad con crecientes niveles de integración, participación, creación y distribución de la riqueza.⁴

La Responsabilidad Social engloba todas aquellas acciones y decisiones que llevan a cabo las personas y las organizaciones, sociales, económicas, políticas, culturales; sean públicas o privadas, para contribuir al bienestar de la sociedad en la que se desarrollan, más allá del cumplimiento de la legislación y normativas vigentes que regulan su piso mínimo de funcionamiento.⁵

Se trata, por lo tanto, de un sistema de acuerdos compartidos entre diferentes actores sociales, que busca potenciar esfuerzos e iniciativas, y en el que la

³ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Termino consultado. [En línea] [Disponible en Internet www.rae.es] [Última consulta 05/11/2013]

⁴ PRESIDENCIA DE LA NACION. Responsabilidad Social un compromiso de Todos. Buenos Aires. [En línea] [Disponible en Internet www.desarrollosocial.gob.ar] [Última consulta 05/11/2013].

⁵ Ibidem Pág. 8.

responsabilidad de cada uno es una parte significativa en la promoción de la inclusión social.⁶

3. Empresa. Concepto.

La Empresa, cabe aclarar que en materia jurídica, es un quid inmaterial y algo abstracto, consistente en la actividad de organización. No es sujeto de derecho, es en definitiva, un concepto económico o extrajurídico, diferenciado del empresario y del establecimiento mercantil.⁷

Según Anaya Jaime⁸, aproximarse a la noción de la empresa no es tarea insignificante. En la extensa trayectoria que ha cumplido hasta alcanzar el protagonismo avasallador de que goza en la actualidad, su caracterización asume aspectos cambiantes. Aun sustraída de las proyecciones que le asignan la economía, la sociología y la política, ceñida a su sola consideración jurídica tampoco alcanza una fisonomía unitaria al ser convocada su presencia por diversas ramas del ordenamiento como acontece con el derecho comercial, el derecho laboral, el derecho tributario.

Así es como nunca se puede estar seguro de que, cuando se la menciona, el interlocutor con el que se dialoga o el público al que se dirige entienda el término en el sentido que el expositor le quiere dar. Cada uno tiende a privilegiar el ángulo de su propia observación dando lugar a imprecisiones.

La ignorancia de la empresa por la legislación no resultó tan absoluta ni siquiera en los tiempos iniciales de la codificación, no obstante las dominantes concepciones doctrinarias de la época sobre un sistema de derecho comercial objetivo, basado en el cumplimiento, aun ocasional, de los actos de comercio.

Para la doctrina, la incógnita sobre la significación de la empresa en esta primera codificación incentivó a la doctrina para indagar el sentido de estos textos, tarea que insumió un copioso y largo itinerario de la literatura a través del derecho comparado, en una búsqueda que tuvo controvertidos resultados.

Entre otras propuestas interpretativas surgidas especialmente desde la doctrina francesa, las que asimilaron la empresa con la profesionalidad, la locación de obra o de servicios, el establecimiento o fondo de comercio, para, en definitiva, terminar prevaleciendo la noción económica de la empresa como organización de los factores de la producción tendiente a producir bienes o servicios para el mercado, bajo el riesgo empresario y, para un sector de la doctrina, con propósito de lucro.

⁶ Ibídem Pág. 8.

⁷ FONTANARROSA, RODOLFO. Derecho Comercial Argentino, Editorial Zabalía, Págs. 173 y ss.

⁸ ANAYA, JAIME. El marco Jurídico de la Empresa. Editorial Abeledo Perrot. Buenos Aires. 2009. Págs. 35/63

Existieron nuevos enfoques doctrinarios, ya en 1902 un estudio de Philipp Heck dedicado a indagar el fundamento de la existencia de derecho comercial separado del derecho civil propuso un importante replanteo. En su desarrollo sostuvo que los actos de comercio no se distinguían por la existencia de una cualidad intrínseca que los dotase de tal índole, dato que infructuosamente había buscado la doctrina tradicional, sino porque el relieve de tal categoría reposaba sobre caracteres formales y externos que se manifiestan en su ejecución.

Advirtió a este respecto que en el ejercicio del comercio los actos se insertan en una secuencia, encadenados con otros actos idénticos que se reiteran masiva y homogéneamente, dando origen a exigencias especiales en orden a su regulación. Sobre tal base puso de manifiesto que lo distinto en el tráfico mercantil moderno radicaba en una producción en masa, uniforme, y en serie, que para satisfacer las necesidades de un mercado masivo requería una distribución idónea en consonancia con este tráfico en masa.

Llegó de esta suerte a concluir que el carácter comercial proviene de la negociación a través de series de contratos idénticos, en cantidades tan grandes como sea necesaria para canalizar hasta el consumidor la enorme producción elaborada. Estas características son las que justifican y hacen necesaria una regulación jurídica particular para implementar las relaciones negociables con la clientela que se distinguen por el influjo del factor cuantitativo.

La doctrina posterior atendió otras vertientes del fenómeno y tempranamente en el siglo XX se desarrollaron estudios sobre la empresa como objeto unitario de negocios. En otros desarrollos se destacó la importancia de la empresa como organización de los factores de la producción; desde esta visión, Wieland y Mossa condujeron la empresa hasta el nivel de noción llave del derecho comercial y sostuvieron la necesidad de que el derecho atendiese sus requerimientos específicos. En esta misma línea se mueve también la literatura que constata el valor económico de los bienes organizados, su finalidad de crear valor y producir beneficios, lo cual conduce a postular su tutela, prolegómeno de la teoría de la conservación de la empresa; como asimismo arraiga en esta concepción toda la corriente que se dedicó a indagar acerca de los elementos que la componen, la naturaleza jurídica del nuevo objeto complejo y el esclarecimiento del derecho que se ejercita unitariamente sobre éste.

Expuestas en grandes líneas las corrientes suscitadas por los estudios acerca de la empresa que, con distinto grado de desarrollo y de interés, se difundieron en los

países europeos hasta la segunda gran guerra, cabe ingresar en los años de su protagonismo.

Más allá de las resistencias y las polémicas que generó, la empresa se tornó un tema insoslayable en la doctrina del derecho comercial, al margen de su presencia en otras ramas jurídicas y de su relevancia para economistas, sociólogos y politólogos.

Descrita la diversidad de visiones originadas por la empresa sin lograr construir una imagen dogmática unitaria, surgen sin embargo, en una misma época, exposiciones incluyentes de los distintos frentes, presentándola en el mundo jurídico como diferentes portadas para las respectivas regulaciones de un dato unitario de la realidad. Fue en esta dirección la propuesta efectuada por Julius Von Gierke, que había sido precedida por la publicación del estudio sobre “Profili dell’impresa” que Alberto Asquini diera a conocer en 1943. La explicación del jurista italiano, que tuvo una gran repercusión, atribuyó cuatro facetas o perfiles a la empresa dado que ésta se manifiesta en el ámbito jurídico como un dato poliédrico de la realidad. Esta enseñanza dejaba a salvo la unidad conceptual de la empresa, lo que fue cuestionado posteriormente al considerarse inexistente esa unidad propuesta porque con ella se encubría lo que en realidad eran cuatro conceptos de la empresa.

Al margen de parciales discrepancias doctrinarias, el esquema de Asquini quedó instalado por su idoneidad como base para sistematizar la problemática de la empresa y presentar bajo los cuatro perfiles o conceptos, el subjetivo, el funcional o dinámico, el objetivo patrimonial y el corporativo algunos de los más relevantes desarrollos desenvueltos en torno a la teoría de la empresa.

En este sentido, la Empresa, como actividad económica dirigida por el empresario, ha evidenciado a lo largo de los últimos siglos una evolución en torno a la percepción de la misma y el rol que juega la sociedad, podríamos decir que se fue humanizando la concepción y las funciones de aquella.

4. Responsabilidad Social Empresaria. Concepto.

Luego de haber analizado en los primeros puntos los conceptos de responsabilidad, enfocándolos precisamente en la responsabilidad social, pasando luego al término de empresa, estamos en condiciones ahora de poner especial atención en el concepto de Responsabilidad Social Empresaria.

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social empresaria entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las

preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.⁹

La Secretaría de Políticas Sociales y Desarrollo Humano del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, concibe a la Responsabilidad Social Empresaria como, un concepto amplio y asociado a los intereses de toda la sociedad, procurando incorporarlos a objetivos colectivos que sean compatibles con una visión que priorice un desarrollo económico sustentable, la distribución equitativa de los ingresos y una democracia participativa.¹⁰

Según algunos ejemplos de definiciones que se elaboraron en el dialogo de Responsabilidad Social Empresaria¹¹, producto de los talleres en Argentina, Estados Unidos y Brasil del Consejo Empresarial Argentino para el desarrollo Sostenible. Podemos destacar que el concepto de ella depende de la realidad social, local y regional; y así podemos definir las distintas concepciones:

Estados Unidos: la responsabilidad Social Empresaria se trata de tomar personalmente la responsabilidad por las acciones e impactos que uno pueda causar a la sociedad. Las compañías y sus empleados deben transformarse, re-examinar sus papeles, sus responsabilidades y aumentar su nivel de responsabilidad.

Los Países Bajos: la Responsabilidad Social Empresaria se trata de establecer un compromiso de liderazgo con los valores fundamentales y reconocer las diferencias culturales y locales cuando se implementan las políticas globales. Se trata de que las compañías apoyen la Convención sobre los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los Derechos de los Trabajadores de acuerdo a la OIT.

Taiwan: la Responsabilidad Social Empresaria es la contribución al desarrollo del capital humano, adicional a hacer utilidades.

Ghana: la Responsabilidad Social Empresaria es el desarrollo de actividades para lograr modos de vida sostenibles.

Tailandia: la Responsabilidad Social Empresaria debe ser localmente relevante y significativa, solamente si respalda la acción.

Filipinas: la Responsabilidad Social Empresaria se trata de que los negocios hagan una devolución a la sociedad.

⁹ COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas. 2001.

¹⁰ FUERTES, F. GOYBURU, M.L. KOSICOFF, B. Documento de Proyecto. La Responsabilidad Social Empresaria ¿Solo un Discurso? 2006

¹¹ HOLME, RICHARD Traducción libre realizada por el Consejo Empresarial Colombiano para el desarrollo Sostenible CECODES. Responsabilidad social corporativa: dándole un buen sentido empresarial. 2002

Brasil: la Responsabilidad Social Empresaria es un compromiso de esforzarse para lograr el mejor desarrollo económico para la comunidad, de respetar a los trabajadores y mejorar sus capacidades, de proteger el medio ambiente y de ayudar a crear marcos en los cuales los negocios éticos pueden prosperar.

Argentina: la Responsabilidad Social Empresaria es la habilidad de las organizaciones de responder a los retos sociales. Comienza con el desarrollo de buenas relaciones con los vecinos. Las compañías deberían hacer un compromiso fuerte con la educación, los derechos de los trabajadores, desarrollo de habilidades y seguridad en el trabajo. Es estimular el desarrollo económico de la comunidad.

Según pudimos observar no existe una definición uniforme de la Responsabilidad Social Empresaria; pero el concepto en general abarca la relación de la empresa con la comunidad, el medio ambiente y su grupo de interés, así como la responsabilidad que las empresas deben asumir por los efectos y el impacto que su actividad tiene sobre el medio social y ambiental.

La Responsabilidad Social Empresaria en mi opinión, es el compromiso que deben asumir las empresas (en todas sus formas) con la sociedad presente y futura, como protagonistas de un desarrollo sustentable duradero en el tiempo. Este compromiso no puede quedar en manos privadas, ni ser dejado al arbitrio de la buena voluntad de la empresa. Es por ello que en el presente trabajo pretendo dejar en claro la necesidad de un marco regulatorio de dicha actividad.

5. Evolución de la Responsabilidad Social Empresaria. Un poco de historia.

Podemos decir que desde comienzos del capitalismo las relaciones de la empresa y la sociedad han ocupado un lugar central. Esto se ve, tanto en el debate público como en la reflexión teórica y académica. Desde las teorías económicas más antiguas en mayor o menor medida se han reconocido a las organizaciones productivas su carácter social.¹²

El concepto de Responsabilidad Social Empresaria surge aproximadamente en los años 50 y fue Howard Rothmann Bowen quien planteó el término refiriéndose a la obligación del directivo de empresa de perseguir políticas, tomar decisiones y seguir líneas de acción deseables para los objetivos y los valores de la sociedad¹³. Este concepto fue importante ya que el término comienza a despegarse de la concepción

¹² PERDIGUERO, TOMAS G. La responsabilidad Social de las Empresas en un mundo global. Editorial Anagrama SA 2003

¹³ PALADINO, M. La Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad. Construyendo la Sociedad desde la tarea directiva. Buenos Aires. Ariel. 2004

filantrópica que hasta ese momento se le adjudicaba, y empieza además a tener cierta autonomía vinculada más a la estrategia de las empresas.

En la década del 60, Keith Davis aseguraba que la Responsabilidad Social Empresaria era aplicable a decisiones y acciones motivadas más allá de un interés económico o técnico, formulando la ley de oro de la responsabilidad que sostenía que la Responsabilidad Social Empresaria debe ser acorde al poder social de las empresas. Ya para esta época, el concepto focaliza su incidencia en que la Responsabilidad Social Empresaria tiene un impacto más allá de lo económico y resalta la importancia de atender el entorno social en el cual se desempeña una empresa.

Es William Frederick quien posteriormente desarrolló un concepto más amplio de Responsabilidad Social Empresaria, o por lo menos procuró una visión más profunda, ya que la misma no se limitaba a los beneficios e intereses exclusivos de las compañías, sino que consideraba que los recursos de las empresas deberían ser utilizados para fines sociales más amplios.¹⁴

Desde la década del 70, la responsabilidad social continuó consolidándose. Aquí, tal como lo plantea Marcelo Paladino, se destacan tres aspectos fundamentales.

En primer lugar, la definición de los niveles de Responsabilidad Social Empresaria; segundo, la diferencia entre obligación y reacción; y por último, la integración de la responsabilidad como parte fundamental de las actividades empresariales. Los tres niveles a los que Paladino hace referencia apuntan a las iniciativas de beneficencia de una empresa, a la inversión social corporativa, y a la integración de la responsabilidad como parte fundamental de las actividades empresariales.¹⁵ Estas conviven y se articulan dentro de las empresas. Un debate interesante que se plantea en esta década refiere a la diferencia establecida entre obligación social, que es el comportamiento empresarial en respuesta a las fuerzas del mercado o restricciones legales, responsabilidad social, que alude a todo aquello independiente de las obligaciones económicas y legales, y por último, reacción social, que es la adaptación del comportamiento corporativo a las necesidades sociales.

Estos tres puntos delimitarán qué acciones entran en el ámbito filantrópico, y cuáles corresponden a las normativas legales. La confusión actual entre estas dimensiones es común y las fronteras que las separan son muy delgadas. Será Archie Carroll quien efectuará la formulación de la responsabilidad como una ecuación

¹⁴ Ibidem pag. 13

¹⁵ Ibidem pag. 13

integradora, que abarca las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas de la sociedad en un momento determinado del tiempo.

Carroll distingue cuatro componentes de la Responsabilidad Social Empresaria: la económica, legal, ética y filantrópica.¹⁶ La primera se refiere a que las empresas surgieron sólo para ganar dinero por lo cual hay que maximizar los beneficios económicos. Lo legal alude a que las empresas actúan de acuerdo a normas y leyes establecidas. La cuestión ética hace referencia a lo que determinados públicos consideran una actuación justa de la empresa según principios morales. Y por último, lo filantrópico que es mirar a la empresa desde la perspectiva en la cual la sociedad actúa como buen ciudadano y contribuye al bienestar social.

Esta mirada y diferenciación puede configurar cuáles de los componentes son más determinantes y en qué contextos históricos se desarrolla.

El componente económico, argumento muy común utilizado contra la Responsabilidad Social Empresaria, tiene sus bases en el postulado que establecía Milton Friedman: “el bienestar es responsabilidad de los gobiernos, no de las empresas”¹⁷; por lo cual cualquier acción de Responsabilidad Social Empresaria queda anulada ante tal principio categórico. Lo que al parecer el Nobel de Economía no contemplaba, era el reconocimiento que las empresas tienen un impacto más allá de lo económico y su incidencia tanto en lo social como en lo medioambiental. Asimismo, uno de los aportes más significativos en esta década, y en respuesta a lo que se venía desarrollando anteriormente, fue el realizado por el *Committee for Economic Development*. Éste aportó nuevas perspectivas a la visión de Responsabilidad Social Empresaria ya que el eje de su planteo consistía en remarcar que “es la misma sociedad la que le permite operar a la empresa, y por lo tanto, la empresa tiene la obligación de satisfacer las necesidades de la sociedad”.¹⁸ La definición de la Responsabilidad Social Empresaria se da a partir de círculos concéntricos. El círculo interno da cuenta de las obligaciones económicas, operativas y deberes para con los empleados, el círculo intermedio es el interno más la conciencia acerca de los valores y prioridades sociales, y por último, el círculo externo hace referencia a las nuevas responsabilidades que la empresa debe asumir para estar activamente involucrada en mejorar la calidad y el ambiente social.¹⁹

¹⁶ FERNANDEZ GAGO, R. Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Madrid. Thomson. 2005

¹⁷ Ibidem. Pag. 15

¹⁸ PALADINO, M. La Responsabilidad de la Empresa en la Sociedad. Construyendo la Sociedad desde la tarea directiva. Buenos Aires. Ariel. 2004

¹⁹ Ibidem. Pag. 15

Aquí, como en el caso del planteo de Carroll, lo fundamental es distinguir a la empresa como actor social que tiene acciones, deberes y responsabilidades diferentes, que van desde las meramente económicas, pasando por las legales, hasta llegar a las sociales.

En la década del 90, Peter Drucker analizó la Responsabilidad Social Empresaria como posibilidad de negocios. El eje fue puesto en la probabilidad de convertir los problemas sociales en oportunidades comerciales, una visión utilitaria que contemplaba, al menos, el aporte de las empresas al ámbito comunitario, es por lo anterior expuesto que en el presente trabajo pretendo crear un marco legal a fin de evitar que las empresas utilicen la Responsabilidad Social Empresaria como una mera estrategia de marketing.

Por otra parte, su contemporáneo Edward Freeman proponía también desde la teoría de los *stakeholders*²⁰, entendiendo este termino como quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa, una visión particular que menciona por primera vez en su libro.²¹ Lo interesante es que se planteaba la necesidad que los ejecutivos de las empresas considerasen las preocupaciones de otros actores ligados al negocio. En esta línea Freeman expondrá un mapa de los distintos agentes que se involucran con la empresa para determinar la visión y los intereses de cada uno. El dilema que propone esta teoría al enfrentar intereses de grupos distintos, no es otro que la esencia de toda gestión empresarial, consistente en la adjudicación de unos recursos escasos con el fin de satisfacer prioridades que están en competencia.²²

Hoy en día quienes procuran desarrollar planes de Responsabilidad Social Empresaria coinciden con esta postura, implementar prácticas que satisfagan a diferentes *stakeholders*. La limitante puede surgir cuando los intereses de quienes participan no sólo son diferentes sino contrapuestos pudiendo ocasionar antagonismos internos. En este sentido, será fundamental diseñar un mapa de los distintos públicos que involucra una acción de la Responsabilidad Social Empresaria, no sólo para establecer quiénes son los beneficiarios sino para cargar de contenido y direccionamiento a la acción de responsabilidad social.

Asimismo, varias de las prácticas de Responsabilidad Social Empresaria no se sabe a quiénes están dirigidas, cuáles son las metas a las que apunta y qué sentido persiguen, con un ordenamiento legal específico esto se podría evitar. El aporte de esta línea reside en la determinación de la red de relaciones que establece la Empresa con los

²⁰ Es un termino ingles mencionado por Freeman, Eque significa quienes pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa.

²¹ FREEMAN, E. *Strategic Management: a stakeholder approach*", Editorial Pitman. 1984 [En línea] [Disponible en Internet <http://www.corporate-ethics.org/>] [Ultima consulta 05/11/2013]

²² Ibidem. Pág. 14

diferentes actores sociales. En el modelo de *stakeholder* la compañía es entendida como una compleja red de relaciones que afecta, de diversos modos, a un amplio espectro de actores sociales, donde cada uno puja por alcanzar sus propios objetivos. Aquí, el accionar social es entendido como una suerte de lubricante de los distintos vínculos e intereses en juego.²³

Siguiendo esta línea, la división que efectúa Mitchell para configurar una tipología *stakeholders*, consiste en determinar tres variables: poder, legitimidad y urgencia. Cada una de éstas configura a una vez, una acción diferente según las prioridades que establezca la empresa con sus diferentes *stakeholders*.

En los 90 tres son los conceptos fundamentales que giran alrededor de la Responsabilidad Social Empresaria: el desempeño social de la Empresa, la ciudadanía corporativa y el contrato social. El desempeño social de la Empresa, utilizado por Wood, se orienta a la capacidad que tiene ésta de accionar ante las demandas de la sociedad. El mismo autor propuso un modelo en el que los procesos de sensibilidad social de una empresa incluían a *stakeholders* que ayudaran a identificar los agentes implicados, así como a definir y gestionar las políticas necesarias que atendiesen sus intereses.²⁴ Como puede verse, esta concepción se refiere más al plano de la acción que al de la teoría. En tanto, el término ciudadanía corporativa fue definido como la conjunción entre la variación de mínimos deberes legales y éticos por un lado, y un comportamiento responsable y proactivo por el otro.²⁵ Así también el término referencia la conducta responsable de la empresa hacia todos sus integrantes y ciudadanos en general. La ciudadanía empresaria, procura institucionalizar a la empresa dotándola de atributos propios del ciudadano, como actor que pertenece a una comunidad política y territorial, como también a la influencia en el escenario público.

Es decir, el énfasis está puesto en jerarquizar la empresa como un actor social y no como un donante.

Por último, es Donaldson quien fundamenta la Responsabilidad Social Empresaria desde la teoría del contrato social. Esta línea sostiene que las empresas no podrían existir sin la cooperación y el compromiso de la sociedad. El contrato social es algo no escrito, aquello establecido implícitamente entre la sociedad y las empresas. Estas tres perspectivas van dando contundencia y nuevos lineamientos a la

²³ ROITTER, M. Descubriendo el Sector sin fines de Lucro en Argentina. Documento de Trabajo. Buenos Aires: Johns Hopkins University - Centro de Estudios de Estado y Sociedad, Área Sociedad Civil y Desarrollo Social (CEDES), 1999.

²⁴ FERNANDEZ GAGO. Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Thompson Paraninfo. 2005

²⁵ *Ibidem* Pág. 18

Responsabilidad Social Empresaria. De lo filantrópico, se abren aristas a la necesidad de establecer criterios que coordinen armónicamente esta relación de la Empresa con la Sociedad.

El concepto de responsabilidad social corporativa predominante en la actualidad, hace referencia a la asunción de llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior en el que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no sólo con los criterios económicos y legales.²⁶

El debate predominante parece estar puesto no tanto en discutir si es necesario realizar acciones de Responsabilidad Social Empresaria, sino en cómo implementarlas dentro de la estrategia general del negocio empresarial. El recorrido histórico muestra el desarrollo del concepto, la manera en que fue tomando fuerza y adquiriendo autonomía en relación con otras acciones de similares características. De la filantropía, al concepto de coadyuvar a la formación ciudadana, la Responsabilidad Social Empresaria se erige hoy más allá de los debates del deber ser.

Luego de transitar desde las primeras concepciones donde pareciera que la responsabilidad social empresaria era algo más guiado por la moral y la ética, hoy es mucho más que eso. Las empresas en la actualidad utilizan en sus propagandas que son Socialmente Responsables, y esta bien que lo sean, pero no se puede dejar en manos privadas la calificación de las empresas, se debe focalizar en las políticas públicas para lograr cumplir con la finalidad que se persigue con Responsabilidad Social Empresaria.

6. Herramientas para evaluar la Responsabilidad Social Empresaria. **Actualidad.**

Debido a la importancia estratégica alcanzada por la Responsabilidad Social Empresaria se ha generado una expansión de las expectativas destinadas a asegurar un monitoreo de su desenvolvimiento. Esta inquietud se relaciona con la necesidad de levantar indicadores que permitan desplegar esfuerzos de medición, evaluación, mejoramiento y comunicación de sus resultados e impactos.

Tal preocupación se ha ejercido con la idea de una normalización que facilite la verificación de los progresos de la empresa. Las normas han proliferado hasta el punto de promover apariencias de saturación y de atención dispersa en el ámbito de las organizaciones.

Esta circunstancia amerita que se haga una selección y una clasificación que distinga los tipos de guía y herramientas más extendidas y aplicadas.

²⁶ Ibidem. Pág. 14

Podemos afirmar que existen cuatro tipos de guías y herramientas de evaluación a saber²⁷:

A) Primeramente existen principios declarativos y códigos de conducta:

- Declaración tripartita de la OIT.
- Líneas directrices de la OCDE para las empresas.
- Pacto Global
- Declaración de la Cumbre Mundial de la ONU

B) Guías de estándares de certificación social:

- SAE 8000
- ISO 14001
- SGE21

C) Guías de información y de balances:

- AA 1000
- GRI
- SGE 21
- Indicadores ETHOS
- ISO 26000

D) Índices de posición y clasificación para fondos de inversión:

- *Dow Standard Index*
- *FITSE Good*

A continuación se describen en que consisten y cuales son los lineamientos generales de las guías y herramientas de evaluación.

Breve referencia de los principios declarativos y códigos de conducta.

La Declaración tripartita contiene recomendaciones acerca de cinco temas. Ella invita las empresas a:²⁸

Política General

- Obedecer las leyes nacionales y respetar las normas internacionales;
- Contribuir a hacer realidad los principios y derechos fundamentales en el trabajo;
- Celebrar consultas con los gobiernos y con las organizaciones de empleadores y trabajadores para asegurarse que sus operaciones tengan en cuenta las prioridades nacionales de desarrollo.

²⁷ Material extraído del Programa Formador de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial. Red Iberoamericana de Universidades por la RSE Año 2010

²⁸ OIT. Normativa. [En línea] [Disponible en Internet www.ilo.org] [Última consulta 05/11/2013]

Empleo

- Esforzarse por aumentar las oportunidades y niveles de empleo, teniendo en cuenta la política y los objetivos de los gobiernos;
- Dar la prioridad al empleo, el desarrollo profesional, la promoción y el perfeccionamiento de los nacionales del país de acogida;
- Utilizar tecnologías capaces de crear empleo tanto directa como indirectamente;
- Crear vínculos con las empresas locales mediante contratos de aprovisionamiento, fomentando la transformación local de las materias primas y la fabricación local de piezas de recambio y equipos;
- Extender la igualdad de oportunidades y de trato en el empleo;
- Actuar como modelo en la promoción de la seguridad del empleo, notificando con antelación razonable los posibles cambios en sus operaciones y evitando los despidos arbitrarios.

Formación

- Proporcionar una formación adecuada a sus trabajadores a todos los niveles para responder a las necesidades de las empresas así como de las políticas nacionales de desarrollo;
- Participar en programas que fomenten el desarrollo de cualificaciones;
- Ofrecer al personal directivo local oportunidades en el conjunto de la empresa para ampliar su experiencia.

Condiciones de trabajo y de vida

- Ofrecer salarios, prestaciones y condiciones de trabajo no menos favorables que las ofrecidas por los empleadores comparables en el país en cuestión;
- Ofrecer los mejores salarios, prestaciones y condiciones de trabajo que sea posible, dentro del marco de la política gubernamental, al fin de satisfacer las necesidades básicas de los trabajadores y sus familias;
- Respetar la edad mínima de admisión al empleo;
- Mantener el máximo nivel de seguridad e higiene en el trabajo;
- Examinar las causas de los riesgos a la seguridad e higiene en el trabajo, dar información sobre las buenas prácticas que observan en otros países y poner en obra las mejoras necesarias.

Relaciones de trabajo

- Aplicar normas en materia de relaciones de trabajo que no sean menos favorables que las observadas por empleadores comparables;

- Respetar la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva y proporcionar las
- facilidades e informaciones que sean necesarias para la conclusión de convenios colectivos eficaces;
- Dar su apoyo a las organizaciones representativas de empleadores;
- Facilitar las consultas regulares sobre temas de interés mutuo;
- Examinar las reclamaciones de los trabajadores siguiendo un procedimiento adecuado.

Otra de las directrices que podemos mencionar son las líneas de la OCDE para empresas a continuación una breve reseña.

Las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, adoptadas en junio de 1976 por primera vez, como parte de la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales que enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable en temas como: publicación de informaciones, empleo y relaciones laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia, fiscalidad.

Han tenido cuatro grandes revisiones siendo la última en mayo de 2011.

El objetivo principal de las Directrices es garantizar que las actividades de las empresas multinacionales se desarrollen en armonía con las políticas nacionales de los países de la OCDE, y fortalecer la base de la confianza mutua entre las empresas y las autoridades gubernamentales.

Aunque no son obligatorias, las empresas que voluntariamente las adopten, deberán aplicarlas en todos los países en los que operen. La única obligación formal para los gobiernos que suscriban las Directrices, es que deben establecer Puntos Nacionales de Contacto. El PNC, o puntos nacionales de contacto, es una instancia para la promoción, divulgación y el efectivo cumplimiento de la puesta en práctica de la Líneas Directrices de la OCDE para el buen gobierno de las empresas multinacionales. El PNC español depende de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.²⁹

En resumen, las Directrices son recomendaciones dirigidas conjuntamente por los gobiernos a las Empresas Transnacionales que contienen principios y normas de

²⁹ OCDE (2013), Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, OECD Publishing.[En línea] [Disponible en Internet <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>] [Última consulta 05/11/2013]

buenas prácticas conformes con las disposiciones legales nacionales, su cumplimiento por parte de aquellas es voluntario y no tiene carácter obligatorio.

El Pacto Global para hacer una breve reseña cuenta con diez principios³⁰ a saber:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

A continuación se describen los principales modelos de certificación social:

Social Accountability International³¹ (SAI) es una organización internacional sin ánimo de lucro, multistakeholder, dedicada a desarrollar e implementar normas socialmente responsables, para mejorar las condiciones de trabajo.

En 1997, SAI lanzó la Norma SA8000 (Social Accountability 8000 Standard), basada en normas laborales de convenciones de la Organización Internacional del

³⁰ Pacto Global. Normativa. [En línea] [Disponible en Internet <http://www.pactoglobal.org.ar>] [Última consulta 05/11/2013]

³¹ Norma SA8000 traducida al castellano [En línea] [Disponible en Internet <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=document.showDocumentByID&nodeID=1&DocumentID=140>] [Última consulta 05/11/2013]

Trabajo (OIT), la Declaración de Derechos Humanos y la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Esta norma es una certificación verificable y auditable por terceras partes. Es reconocida a nivel mundial y es una de las más prestigiosas en temas de derechos laborales.

Tiene un enfoque vertical, en el ámbito laboral, y nace con el fin de garantizar las condiciones de trabajo y evitar abusos en relación a los trabajadores.

Ha sido diseñada basándose en normas como ISO 9000 o 14000, por lo que es fácilmente integrable en dichos Sistemas de Gestión.

La ISO 14001 integra los aspectos ambientales al enfoque de Responsabilidad Social Empresaria. Esta norma permite a la empresa:

1. Definir los impactos y aspectos fundamentales para la empresa.
2. Diseñar la estrategia, objetivos y metas para demostrar responsabilidad en el desempeño ambiental.
3. Construir programas de acción ambiental.
4. Concretar la política ambiental para la empresa.
5. Declarar ante la autoridad competente el cumplimiento de la normativa ambiental que rige en el país donde opera.
6. Informar a la comunidad y a los grupos de interés acerca de las evidencias de un sano comportamiento ambiental.

Ahora bajo el rubro de guías de información y balances sustentables se sitúan las siguientes:

La Norma Accountability 1000 (AA1000) ha sido desarrollada por el ISEA (Institute for Social and Ethical Accountability).

La misión de AccountAbility es promocionar la responsabilidad en pro del desarrollo sostenible. Como instituto profesional líder en el ámbito internacional, provee de instrumentos y estándares efectivos para el aseguramiento y la responsabilidad empresarial; ofrece desarrollo y certificación profesionales; y realiza investigaciones de primera línea.

AccountAbility ha adoptado un modelo innovador de gobernabilidad que, al incluir a las diferentes partes interesadas, permite la participación directa de miembros individuales y corporativos del mundo empresarial, o de organizaciones de la sociedad civil y del sector público de diferentes países en todos los continentes.³²

³²Norma AA1000 traducida al español [En línea] [Disponible en Internet <http://www.accountability21.net/default.aspx?id=1018>] [Última consulta 05/11/2013]

El Global Reporting Initiative³³ (GRI), es una iniciativa en la que participan diversos grupos de interés con el objetivo de desarrollar y divulgar la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, con vocación de poder ser aplicada de forma global por compañías de todo tipo.

La Guía para la elaboración de memorias de Sostenibilidad del GRI orienta a las empresas en la elaboración de un documento de comunicación de avances y resultados dentro de criterios de sostenibilidad.

Esta Memoria presupone acciones de mejora en el desempeño económico, social y medioambiental de las empresas (códigos de conducta, sistemas de gestión, etc.), ya que es una herramienta de comunicación de estas mejoras.

Está destinada a informar a los *stakeholders*

Es de carácter voluntario.

Puede contar con un proceso de Verificación

Para las PYME esta herramienta supone un reto importante por lo que se aconseja adoptar un enfoque progresivo para poner así en práctica las directrices propuestas en la guía.

Permite publicar la memoria elaborada en la página Web de dicho organismo si se somete y supera el proceso de revisión del mismo, obteniendo permiso para utilizar el logo correspondiente.

La Norma de Empresa SGE 21 es un sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

El sistema de gestión SGE 21 sistematiza las relaciones en nueve áreas de gestión, para los que establece unos criterios que son desarrollados por un Código de Conducta y supervisados por un Comité de Ética.

1. Alta Dirección: Pretende, fundamentalmente, impulsar el cambio organizativo mediante la elaboración de un plan de responsabilidad, el establecimiento de una Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, un Código de Conducta, una Política Anticorrupción y la creación de un Comité de Ética/Responsabilidad Social, que garantice el cumplimiento de los compromisos adoptados.

2. Clientes: El objetivo es velar por la honestidad de la relación comercial y garantizar las características del producto velando por la satisfacción del cliente. La protección de públicos vulnerables, la accesibilidad de los productos o servicios ofrecidos y la incorporación de criterios de Responsabilidad Social.

³³ Normativa GRI [En línea] [Disponible en Internet <http://www.rse.org.es>] [Última consulta 05/11/2013]

3. Proveedores: Las organizaciones definirán unos criterios de compras responsables en base a los cuales evaluarán y seleccionarán a sus proveedores. En la medida de lo posible se pretende que las organizaciones responsables fomenten buenas prácticas entre sus proveedores.

4. Personas que integran la organización: Partiendo del cumplimiento de los Derechos Humanos y pasando por aspectos como la igualdad, conciliación, salud y seguridad laboral y formación, este apartado tiene como objetivo la creación de un entorno de trabajo de calidad que favorezca la motivación, la retención de talento y el bienestar de las personas.

5. Entorno social: Destaca la importancia de conocer y evaluar los impactos, tanto positivos como negativos, que la organización genera en su entorno social así como la transparencia en las relaciones con el mismo.

6. Entorno ambiental: El compromiso de prevención de la contaminación, la gestión de los impactos ambientales asociados a la actividad y la comunicación de los indicadores ambientales de la organización son algunos de los ejemplos.

7. Inversores: En este punto, la norma se centra en el buen gobierno y la transparencia financiera de la organización.

8. Competencia: Trata de fomentar la competencia leal y la resolución de conflictos por medio de arbitraje. Impulsa la cooperación y establecimiento de alianzas entre organizaciones competidoras.

9. Administraciones Públicas: La norma va más allá de las exigencias legales tratando de crear vías de colaboración entre la organización y la administración.

Los indicadores ETHOS son una herramienta de Gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable.

Permite a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un buen ciudadano corporativo. A través de un cuestionario de evaluación de simple aplicación, la empresa puede conocer, a nivel cualitativo como cuantitativo, su desempeño en estas materias por área y en forma agregada. Se pueden obtener datos comparativos con otras compañías y hacer un benchmarking.

Estos indicadores abarcan la responsabilidad social empresarial desde una perspectiva integral, que incluyen las políticas y acciones de la empresa en cinco áreas (Acción empresarial) y siete áreas (Ethos):

Indicadores de acción empresarial:

1. Ética Empresarial: Desarrollo de principios éticos (características del código de ética, principios y valores), difusión de los principios éticos de la empresa, práctica de los principios éticos con la competencia, práctica de los principios éticos con proveedores, práctica de los principios éticos con personal contratado, práctica de principios éticos con el gobierno.

2. Calidad de vida laboral: Valorización y respeto de la diversidad, participación de los empleados en la gestión de la empresa, relación con grupos de trabajadores organizados y sindicatos, distribución de los beneficios de la empresa, desarrollo profesional y empleabilidad, cuidado de la Salud, seguridad y condiciones de trabajo, jubilación y despidos.

3. Medio Ambiente: Impacto en el medio ambiente, responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo, cuidados en la incorporación de insumos y tratamiento de desechos, educación ambiental.

4. Compromiso con la Comunidad: Gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad, relaciones con organizaciones comunitarias presentes en su entorno (ONG, colegios), mecanismo de apoyo a proyectos sociales, estrategias y criterios de acción en inversiones sociales, apoyo al trabajo voluntario del personal, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales del gobierno

5. Marketing responsable: Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios, política de marketing y comunicación, técnicas de venta éticas y respeto de la privacidad del consumidor, excelencia en la atención al consumidor

Indicadores ETHO:

1. Valores y transparencia: Compromisos éticos, enraizamiento en la cultura organizacional, diálogo con partes interesadas, relaciones con la competencia, balance social

2. Público Interno: Relaciones con sindicatos, gestión participativa, participación en los resultados y bonificación, compromiso con el futuro de los niños, valoración de la diversidad, comportamiento frente a las dimisiones, compromiso con el desarrollo social y la empleabilidad, cuidado con la salud, seguridad y condiciones de trabajo, preparación para la jubilación

3. Medio ambiente: Conocimiento sobre el impacto en el medio ambiente, minimización de entradas y salidas de materiales en la empresa, responsabilidad sobre el ciclo de vida de los productos y servicios, compromiso de la empresa con la causa ambiental, educación ambiental

4. Proveedores: Criterios de selección de proveedores, trabajo infantil en la cadena productiva, relaciones con trabajadores tercerizados, apoyo al desarrollo de proveedores

5. Consumidores/Clientes: Política de Marketing y comunicación, excelencia de la atención, conocimiento de los daños potenciales de los productos y servicios

6. Comunidad: Administración del impacto de la empresa en la comunidad, relación con organizaciones actuantes en la comunidad, mecanismos de apoyo a proyectos sociales, estrategias de actuación en el área social, movilización de recursos para la inversión social, reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de los empleados

7. Gobierno y Sociedad: Contribuciones para campañas políticas, prácticas anti corrupción y soborno, liderazgo e influencia social, participación en proyectos sociales gubernamentales

Por ultimo la Guía ISO 26000 sobre Responsabilidad Social proporciona recomendaciones en materia de Responsabilidad Social para organizaciones del sector público y privado de todo tipo. Es una norma voluntaria que ofrece orientaciones sobre definiciones, principios y materias fundamentales en este ámbito.

Esta norma de Responsabilidad Social no es certificable ni establece requisitos para desarrollar un sistema de gestión. Su texto recoge un acuerdo global sobre definiciones y principios de Responsabilidad Social, así como orientaciones sobre cómo integrar la Responsabilidad Social en las operaciones de la organización.

En este sentido, la ISO 26000 aborda 7 cuestiones de Responsabilidad Social: gobierno de la organización, derechos humanos, relaciones y condiciones de trabajo, medio ambiente, prácticas conforme a la legislación, consumidores y comunidades y desarrollo local.

Existen índices relacionados con fondos de inversión social que sirven para identificar y clasificar a las empresas responsables ante inversores reales o potenciales. A continuación se reseñan los dos índices más conocidos e importantes:

Dow Jones Sustainability Index (Resultados Financieros de empresas socialmente responsables), este índice es el primero que registro los resultados financieros de las empresas líderes en sustentabilidad. Fue establecido en 1999 y tiene, actualmente, una actividad es catorce países y cubre el diez por ciento de las empresas mas importantes que cotizan en el índice Global Dow Jones.

FITSE Good, este índice procede de una iniciativa destinada a evaluar a las empresas líderes en material de sustentabilidad. Tiene la característica de excluir a las empresas

productoras de tabaco de armas nucleares o involucradas de extracción o procesamiento de uranio.

7. Conclusión.

En este primer capítulo mi objetivo fue simplemente lograr comprender el significado de la Responsabilidad Social Empresaria.

Lograr las primeras aproximaciones de cómo a nivel mundial el planteo se encuentra instaurado.

Primeramente pretendí establecer el escenario, donde luego en el próximo capítulo se desplegara la escenografía mostrando las temáticas a abordar dentro de la Responsabilidad Social Empresaria.

Llegar al conocimiento que una Empresa Socialmente Responsable pueda lograr el manejo ambiental resultante de su actividad productiva siendo respetuosa con el medio ambiente y la comunidad sobre la cual se asienta la empresa.

CAPITULO II

TEMATICAS QUE ABORDA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Medioambiente. 2.1. Desarrollo Sustentable. 2.3. La empresa y el medioambiente. 3. Derechos Humanos. 4. Publico Interno. 4.1. Responsabilidad social con los trabajadores 4.2. Responsabilidad Social de los Trabajadores 5. Proveedores 6. Consumidores. Clientes. 7. Comunidad. 8. Conclusión.

1. Introducción.

Ya analizamos en el capítulo anterior la Responsabilidad Social Empresaria en su concepto y marco teórico, como fue surgiendo y evolucionando.

Nos vamos a detener en este capítulo en los aspectos que la integran, entre los valores fundamentales que enmarca la Responsabilidad Social Empresaria se encuentran temas y las temáticas principales que se abordan como lo son el medioambiente, los derechos humanos, el público interno, los proveedores, los consumidores y la comunidad en general.

La actuación en esos campos asegura la rentabilidad sostenida y genera beneficios para la comunidad o sociedad que es influida por la empresa. Comenzaremos con Medio Ambiente ya que es el más difundido y el que las empresas apuntan en sus publicidades.

2. Medio Ambiente.

Muchos son los temas ambientales que han cobrado importancia sobre las prácticas corporativas, desde hace ya algunos años, tales como, el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios sólidos producidos, las emisiones de CO₂, radiación, uso de material reciclable, impacto ambiental sobre la cadena de producción.

La Responsabilidad Social Empresaria ambiental es hoy mucho más que iniciativas de reciclaje o de conservación de energía. Ser una empresa ambientalmente responsable es considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa. También ser una empresa ambientalmente responsable es cumplir con las leyes que en la actualidad se encuentran vigentes en materia ambiental y no solo realizar grandes spot publicitarios para aparentar que se protege el medio ambiente cuando en realidad se está buscando una mayor recaudación económica de la empresa. Estas consideraciones, como prácticas integrales, van más allá de las regulaciones gubernamentales.

Globalmente, las empresas están considerando los beneficios que conlleva el ser ecológicamente responsable, debido a que no es sólo un compromiso con las futuras generaciones sino que a su vez genera un valor intrínseco y una ventaja competitiva, es por ello que creo que un lineamiento normativo controlado desde un ámbito público vería el impacto real de la preservación del ambiente para generaciones futuras y el compromiso de la empresa sería aun mayor, ya que no solo se vería moralmente sino legalmente responsable.

Experiencias nacionales como la de la Cervecería Salvadoreña La Constancia, S.A. y su Programa de Protección Ambiental, hasta grandes multinacionales como

Unilever, con sus programas de pesca y agricultura sostenible, ilustran cómo el ser ecológicamente responsable genera beneficios tanto para la empresa como para el medio ambiente. Todos los temas relacionados con Responsabilidad Social Empresarial y las iniciativas ambientales han producido la mayor cantidad de información medible vinculando a empresas activas con resultados financieros positivos.³⁴

Sin importar el tamaño, sector o ubicación geográfica, la creatividad de las empresas en el desarrollo de prácticas ecológicamente eficientes y de conservación ha demostrado que la protección del medio ambiente es, últimamente, beneficiosa para todos.

En un escenario económico deficitario en materia de desarrollo sustentable y una sociedad donde el consumo es un factor que influye en el estilo de vida y el comportamiento de los ciudadanos, las empresas son vistas como actores centrales.

La empresa, como organización paradigmática a partir de la era industrial, debe asumir su responsabilidad por el mal uso de recursos no renovables y por las consecuencias de su actividad en el ambiente.³⁵

A partir de la caracterización de un escenario general, el trabajo plantea los distintos grados de compromiso que puede asumir la empresa en materia ambiental y también la necesaria corresponsabilidad que le compete al estado y a los ciudadanos.

Cuando en la década del 70' comienza a ponerse de manifiesto la preocupación por la cuestión ambiental; la conferencia convocada por la Organización de Naciones Unidas, en Estocolmo en 1972 y, especialmente, la publicación del Club de Roma sobre "Los límites del crecimiento", presentaban un diagnóstico que entonces parecía demasiado alarmista y de consecuencias lejanas.³⁶

Si bien durante las décadas siguientes continuaron los llamados a la reflexión sobre el cambio ambiental y sus consecuencias (Cumbre Mundial de Río de Janeiro en 1992 y Protocolo de Kyoto en 1997) la euforia de la globalización opacó la preocupación y ahora, en el nuevo siglo, la realidad indica que el contrato básico del hombre con el ecosistema parece roto definitivamente.³⁷

Algunas noticias tomadas al azar dan cuenta de la gravedad del asunto:

³⁴ CEDIS. La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el Mundo Empresarial Moderno. [En línea] [Disponible en Internet www.cedis.pa] [Última consulta 05/11/2013].

³⁵ PEREZ BUSTAMANTE, LAURA. Los Derechos de la Sustentabilidad Desarrollo, consumo y ambiente. Buenos Aires. Colihue. 2007.

³⁶ GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresarial y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

³⁷ Ibidem. Pág. 31

La Comisión Internacional del Cambio Climático reunida en la sede de la UNESCO en el 2007 concluye que la tierra demorará mil años en absorber los daños causados por el hombre y entre esos daños señala la desertificación y las inundaciones, el agotamiento de los recursos no renovables y la incapacidad del ecosistema para absorber los desechos.

De acuerdo con las estimaciones del Centro de Datos sobre el Hielo y Nieve de los Estados Unidos, es probable que dentro de diez años no haya capa de hielo en el Ártico durante el verano y los expertos creen improbable que la tendencia se revierta. Los efectos concretos se sentirán, de una u otra manera, en el aumento en el nivel del mar o en la profundización del calentamiento global.³⁸

Rajendra Pachauri, Premio Nobel de la Paz 2007 y presidente del Grupo Intergubernamental para el Cambio Climático, en oportunidad del ECON 2008 (encuentro económico), realizado en Buenos Aires en el mes de junio del año 2008, alertó sobre las amenazas a la seguridad humana derivadas del cambio climático y, en particular, el impacto en la agricultura y el abastecimiento de agua en varias regiones del mundo. Agregó que los países pobres serán los más vulnerables ya que no cuentan con recursos para reducir dichos efectos.

Según el Fondo para la Agricultura y la Alimentación (FAO) de la Organización de Naciones Unidas, en los últimos nueve meses los precios de los alimentos básicos arroz, maíz, trigo y soja crecieron un cuarenta y cinco por ciento en promedio; el alza de precios agrava, si cabe, el problema del hambre en el mundo y conjuntamente con la escasez de agua y petróleo. El crecimiento demográfico de las regiones más pobres y los movimientos migratorios causarán conflictos en un futuro próximo.³⁹

De acuerdo con estimaciones de las Naciones Unidas, para el año 2025 los países desarrollados quintuplicarán los niveles de generación de desechos. En el mundo en desarrollo, la expectativa de una explosión demográfica en torno de las mega metrópolis (Buenos Aires, Lagos, San Pablo, entre otras) tendría además de un preocupante efecto en materia habitacional, sanitaria y laboral un significativo impacto en la producción de basura.

³⁸ Noticia publicada diario La Nación 22/06/08 Citada por GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

³⁹ Noticia publicada diario La Nación 08/06/2008 Citada por GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

Es fácil advertir la conexión entre estas noticias: los efectos del cambio climático sobre el habitat, la producción de alimentos y, en definitiva, sobre la misma vida humana. El deterioro ambiental no es consecuencia de un accidente ni de un error de cálculo, es consecuencia de decisiones tomadas sin considerar sus implicancias futuras.

Si bien una de las características de la acción humana es la utilización de recursos de su entorno y, en consecuencia, la modificación del mismo, a partir de la revolución industrial y a lo largo de todo el siglo XX el deterioro del ambiente se ha acelerado en forma exponencial. Según advierte el sociólogo alemán Ulrich Beck⁴⁰ la humanidad enfrenta una nueva clase de catástrofes, diferentes de las naturales clásicas porque resultan de la conjunción del saber técnico y el cálculo económico.

2.1 Desarrollo Sustentable.

En el orden económico actual, prevalece la llamada economía de mercado. En el centro de este sistema de organización económica rigen un conjunto de principios asociados al concepto de libertad entendido, no sólo como un mero poder de elección, sino como un poder de creación.

Los fisiócratas acuñaron la frase “dejar hacer, dejar pasar” como representativa de su idea de la prescindencia del estado en la actividad económica de los ciudadanos.

Pero, quien plantea la idea del mercado como un sistema es el economista escocés Adam Smith (1723 – 1790) en su libro *La riqueza de las naciones*, piedra fundamental de la economía moderna.

Las ideas de Smith en materia económica propugnan el equilibrio de fuerzas que presupone la libertad de decisión. Este autor plantea el concepto de la “mano invisible” según el cual, cada persona buscando su propio beneficio, impulsa la creación de bienes y servicios, asignando recursos en función de los precios de mercado sin de la intervención del estado.

De acuerdo con este modelo económico tradicional, la cuestión del empresario es asignar recursos a actividades que provean mayores beneficios, lo cual supone satisfacer las necesidades de los clientes y con parte del beneficio obtenido, volver a invertir, crear nuevos empleos y nuevos consumidores que demandarán bienes y servicios.

La consecuencia del modelo es el crecimiento económico y éste la clave del progreso; la revolución industrial iniciada a fines del siglo XIX constituyó un ejemplo impulsor de la producción y en consecuencia del crecimiento. Pero este razonamiento

⁴⁰ BRECK, URICH *La Sociedad del Riesgo Mundial*. 2008

tiene sus críticos, así Malthus señaló que los economistas tradicionales no consideraban en su ecuación el crecimiento de la población; Marx, por su parte, critica las desigualdades que implica el modelo y, finalmente, para Keynes se ignora la incertidumbre ante el futuro y las limitaciones en la generación del pleno empleo.

El paradigma de las políticas económicas de los últimos cincuenta años del siglo pasado fue producir más y consumir más, entendiendo que el crecimiento económico automáticamente provee el desarrollo necesario. Esta lógica utilitarista y de corto plazo actuó como si los recursos naturales no tuvieran límites y los efectos de una actividad sin control no afectara al medio ambiente y en definitiva calidad de la vida humana.

La Responsabilidad Social Empresaria tiende a incorporar en esta sociedad moderna el compromiso con el medio ambiente de las empresas y lograr un equilibrio entre producción y consumo responsable y sustentable.

El espejismo del crecimiento ilimitado es extremadamente atractivo ya que parece, desde una perspectiva cuantitativa, contribuir al desarrollo. Pero desde una perspectiva cualitativa, los resultados no son los mismos. Esta lógica tiene sus limitaciones, la actividad intensiva consume recursos naturales no renovables, degrada el medio ambiente y, en definitiva, no contribuye a una mejora de la sociedad.

Daly⁴¹ desde una perspectiva ecológica critica a los economistas tradicionales por no tomar en cuenta los límites ambientales y sociales del crecimiento, confunden el crecimiento del Producto Bruto Interno con el crecimiento económico y no consideran la posibilidad de que éste pueda ser antieconómico cuando los costos ambientales y sociales superan los beneficios de la producción. La propuesta de Daly se basa en la distribución de la riqueza, el control poblacional y el mejor uso de los recursos naturales; los dos primeros aspectos son políticamente polémicos pero, el último, es viable desde una perspectiva técnica y científica.

En la actualidad se han hecho evidentes las falencias del dogma del crecimiento sin límite y comienza a haber consenso sobre la necesidad de un desarrollo de base sustentable; es decir que procure una mejora en la calidad de vida humana y que tenga en cuenta el ecosistema de forma de no afectar la disponibilidad de recursos ni las condiciones de vida de las generaciones futuras. El desarrollo sustentable debe procurar además del desarrollo económico, la equidad social y el soporte ambiental.

⁴¹ DALY H. The Economic low. Detrau. 1987. Citado por GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

Cabría preguntarse entonces si es posible una economía que, con igual escala, pueda tener mayor capacidad de satisfacción de las necesidades, obteniendo mejoras en el rendimiento y en el aprovechamiento de los recursos y mejorando las condiciones sociales de la población.

Desde una perspectiva ecológica, un elemental sentido común y también un razonamiento económico indican que el uso de recursos naturales debe realizarse a un ritmo que no exceda la capacidad del sistema de reaprovisionarse y también que la generación de residuos sea compatible con la capacidad del ecosistema de asimilarlos.

El fundamento ético de la sustentabilidad económica la hace deseable y la realidad en materia ambiental la hace imprescindible.

2.3. La empresa y el medio ambiente.

En los títulos anteriores se analizó la coyuntura, entendiendo que el mero crecimiento no asegura un desarrollo económico sustentable y también, como la sociedad ha pasado de un estadio de producción a otro de consumo. Dichas circunstancias ponen en evidencia una realidad donde el medio ambiente parece relegado por el uso irresponsable de los recursos naturales no renovables, el estímulo artificial del consumo, la contaminación y el desperdicio.

En la intersección de los procesos descritos aparece la empresa como factor central en la economía de mercado y como impulsora del consumo. Esta circunstancia lleva a reflexionar acerca de su rol como agente económico y como institución social. A primera vista surge una contradicción intrínseca entre la generación de ganancia y la capacidad de la empresa de realizar una contribución social.

Lo cierto es que, más allá de la apreciación de Drucker acerca del requisito de rentabilidad, la empresa para ser legitimada, deberá respetar ciertos valores en las relaciones con sus trabajadores, clientes y proveedores y con la comunidad de la cual forma parte. En tal sentido, ¿cuál es la responsabilidad de la empresa en materia ambiental?; para comenzar debemos considerar que las funciones del ambiente son, según Winpenney⁴², ser fuente esencial de recursos, sostener la vida humana y actuar como reservorio de residuos.

Podemos establecer distintos grados o estadios en la obligación de la empresa respecto del medio ambiente, el cumplimiento de las normas ambientales; la responsabilidad por las influencias de su actividad más allá de las exigencias legales y, finalmente, una actitud proactiva que lleva a convertir en oportunidades la preocupación por lo ambiental.

⁴² Ibidem. Pág. 30

Nadie pondría en duda la obligación de cumplir con las normas vigentes en materia ambiental y existe una pronunciada tendencia a creer que dicho acatamiento es de por sí un comportamiento ético.

Tenemos que decir que las leyes son insuficientes para que una sociedad sea justa y, en concreto, que son insuficientes para garantizar que una empresa funcione en forma justa, y de ahí la necesidad de que vengan complementadas por una ética de la empresa. Las reformas legales son lentas y una sociedad no siempre puede esperar a que una forma de actuación esté recogida por una ley para considerarla correcta.⁴³

A modo de ejemplo, baste considerar que el marco normativo en materia ambiental depende del grado de desarrollo de los países y constituye un elemento clave para las empresas en materia de aprovisionamiento de recursos o localización de plantas o mercados. Pachauri⁴⁴ señala que en las sociedades más pobres y débiles no hay sistemas de alerta temprana ni de protección, por lo cual resultan más vulnerables.

Para la apreciación ética de la conducta de la empresa, no basta con respetar los mínimos legales y aprovechar las facilidades de los lugares menos protegidos; deben existir ciertos estándares mínimos basados en el principio de la solidaridad que las empresas deberán respetar independientemente del lugar donde desarrollen sus negocios.

En la lúcida visión de Drucker, la empresa necesita emplear recursos y funcionar en un medio para suministrar productos y servicios y es, por lo tanto, absolutamente responsable por las consecuencias de sus decisiones y actividades. Éste debe ser el foco de la responsabilidad social empresaria.

Las consecuencias de las decisiones, especialmente aquellas relacionadas con la introducción de nuevas tecnologías o productos, no son fáciles de predecir; Drucker da como ejemplo el desarrollo y uso del DDT. La empresa debe realizar una atenta supervisión de sus influencias sobre el ambiente y suprimir aquellas actividades que resultan negativas o, si eso no es posible; trabajar en forma sistemática para eliminarlas e, incluso, cuando esa eliminación significa pérdida de competitividad, buscar acuerdos o regulaciones que le permitan hacerlo.

En el estadio de la responsabilidad social surgen una serie de iniciativas que tienden a medir los riesgos del negocio y a propender a su mejoramiento. Los reportes

⁴³ CORTINA A. *Ética de la Empresa*. Trota. 1996

⁴⁴ PACHAURI R. Entrevista publicada en el Diario La Nación 11/05/08. Citada por GILLI, JUAN JOSE. *Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente*. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

sociales o de sustentabilidad se han instalados en las prácticas empresariales a nivel mundial y, con distinto grado de evolución, en nuestro país.

Dentro de estas iniciativas se inscribe la memoria de sostenibilidad impulsada por la *Global Reporting Initiative (GRI)* cuya función es medir, informar y rendir cuentas frente a grupos de interés internos y externos sobre el impacto económico, ambiental y social de las actividades de la organización. La idea subyacente es la de satisfacer las necesidades presentes sin poner en riesgo la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las propias.

El tema de la responsabilidad social también está siendo analizado como un atributo potencialmente certificable bajo la nomenclatura de Norma ISO y esta presente en otros temas relacionados como el desarrollo de mercados de inversión a partir de iniciativas responsables en materia ambiental, fondos éticos, bonos verdes y otros.

Pero, las consecuencias de la actividad empresarial sobre el medio, pueden tomar formas sutiles y menos perceptibles que la emanación de gases o la utilización indiscriminada de recursos no renovables.

Cabe preguntarse si, la empresa cumple con su responsabilidad cuando manipula a los consumidores, creando en ellos deseos que impulsan una búsqueda de satisfacción inmediata y el reemplazo permanente de bienes.

Usualmente en el análisis estratégico nos concentramos en los logros económicos y financieros, relegando las cuestiones sociales y ambientales, subestimando el impacto que pueden tener sobre el potencial del negocio. Sin embargo, existe un impulso a desarrollar una visión integradora que contemple las cuestiones ambientales no como el simple conflicto entre el cumplimiento de las regulaciones y la competitividad sino como una oportunidad.

La innovación tecnológica aplicada a la mejora de procesos y al diseño de productos puede implicar un mejor aprovechamiento de recursos no renovables, menos contaminación y desarrollo de nuevos mercados. Ésta idea ya es reconocida por Drucker en 1974 en su libro *La Gerencia Tareas, responsabilidades y prácticas* y retomada por Porter en 1995 en un artículo clásico⁴⁵ donde afirma que las firmas competitivas tomarán las regulaciones como un desafío para innovar.

La idea es que, cuando la empresa considera las cuestiones ambientales como una oportunidad, valoriza la utilización de recursos y, en consecuencia, ve en la contaminación materiales y tiempo desperdiciados. La innovación, aplicada a la uso de materias primas menos contaminantes, a cambios en la matriz energética o al rediseño

⁴⁵ Ibidem. Pág. 36

de los procesos productivos, contribuye a la competitividad, optimizando el uso de recursos y reduciendo los desperdicios.

Pero también la innovación puede aplicarse al desarrollo de productos “verdes” que, utilizando materia prima orgánica o reciclada, respondan a una demanda responsable. La tendencia avanza rápido, productos orgánicos biodegradables, carbono neutral o hecho de materiales reciclados. Además de considerar el tipo de insumos y de procesos, es necesario evaluar las huellas de carbono que deja el traslado de la materia prima o de los productos en su viaje hasta el lugar de fabricación, montaje o consumo.

Otro aspecto que constituye un desafío es el *packaging*, término inglés que representa el envase del producto, sustentable; según una encuesta global realizada por *The Nielsen Company*⁴⁶ el noventa por ciento de los consumidores preocupados por el ambiente estaban dispuestos a renunciar a ciertos aspectos o funciones del *packaging* si esta acción contribuyera a la calidad del medio ambiente. Será importante que el envase o el producto una vez descartado, pueda ser reutilizado o dispuesto de modo seguro.

Los accionistas, inversores y clientes no valoran a la empresa sólo por los resultados económicos en el corto plazo, advierten la importancia de estrategias que aseguren la sustentabilidad en el tiempo. El desarrollo sostenible está dejando de ser patrimonio de ciertas áreas técnicas o delegables a expertos en relaciones públicas, debe convertirse en un concepto que involucre a la empresa en su conjunto.

Más allá de la importancia de la empresa como ente económico e institución social, su responsabilidad en materia ambiental y un comportamiento ético en sentido amplio, no puede desligarse de la reflexión sobre el marco económico.

Se ha destacado la brecha existente entre crecimiento y desarrollo sustentable y, también, el fenómeno de la sociedad de consumo.

La complejidad del contexto empresario indica que el esfuerzo de la empresa por contribuir a la preservación del medio ambiente no puede recaer exclusivamente sobre sus espaldas. Se requieren políticas y cambios de comportamiento más amplios que la encuadren y complementen.

La necesidad de disponer de un medio apto para la vida humana y que asegure la equidad intergeneracional es una cuestión de carácter público y, como tal una función indelegable del estado quien debe establecer las normas ambientales que contemplen un equilibrio entre las necesidades ambientales y económicas.

⁴⁶ Noticia publicada por el Diario La Nación 04/05/08 Citada por GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

Las políticas ambientales deben garantizar un medio ambiente apto para el desarrollo humano velando porque las actividades empresarias y de la comunidad en general, no produzcan daños y, en caso en que estos se produzcan, asegurar una reparación justa. Claro que las políticas ambientales dependerán del grado de institucionalidad y desarrollo de cada país y, como señala Pachauri, se requiere de la solidaridad mundial para ayudar a los más débiles.

La intervención del control político debe velar para que no se produzcan daños irreversibles en el medio ambiente, considerando los valores esenciales de la sociedad. La intervención política y la cooperación internacional, respetando las libertades individuales, deben orientar las preferencias de los consumidores hacia productos y tecnologías que promuevan un desarrollo sustentable. Desde una perspectiva deontológica, Adela Cortina⁴⁷ propone, pero, sobre todo, al aplicar la economía del don a las sociedades modernas, creando solidaridad. El Estado debe crear solidaridad social asegurando a los ciudadanos unos bienes que deben quedar fuera del circuito mercantil, como son la educación, la atención sanitaria y las prestaciones en tiempos de vulnerabilidad. Garantizar a los ciudadanos este tipo de bienes básicos es una forma de generar solidaridad que va más allá del contrato mercantil interesado.⁴⁸

Más allá, de la discusión sobre el alcance de las políticas públicas en materia ambiental, debe plantearse cuál es la responsabilidad del ciudadano como consumidor.

El fenómeno del consumismo que tan acertadamente caracteriza Bauman, revela en que medida la empresa ha influido sobre los valores de la sociedad pero ¿cuál es la responsabilidad del ciudadano de reflexionar sobre dichos valores y sobre su propio comportamiento en materia ambiental?

En las sociedades desarrolladas, los consumidores parecen seguir las particulares costumbres de los habitantes de la ciudad imaginaria de Ítalo Calvino, no es tanto por la cantidad de cosas que son fabricadas, vendidas y compradas cada día que puede medirse la opulencia de Leonia, sino más bien por las que son arrojadas para hacer espacio a las nuevas.⁴⁹

Si bien en general, el consumidor se orienta más por hábitos adquiridos, que por el cálculo racional, tanto desde la ética teleológica (considerando las consecuencias) como desde una perspectiva deontológico (como deber ser) es posible analizar la conducta del consumidor cuando decide la compra de un bien o un servicio.

⁴⁷ CORTINA A. Por una Ética del consumo. Taurus. 2003.

⁴⁸ Ibidem. Pág. 39

⁴⁹ GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Última consulta 05/11/2013]

La responsabilidad ética del ciudadano como consumidor excede el marco contractual de la transacción comercial y se extiende a la responsabilidad por su forma de consumo y por la forma en que se consume en su sociedad. En otras palabras, se articulan la responsabilidad por su comportamiento y la corresponsabilidad por su influencia en la actuación de los demás.

Este concepto de responsabilidad propone preservar la integridad del mundo y la vida humana frente a los peligros que asechan al medio ambiente.

La situación en materia ambiental es consecuencia de una economía más preocupada por el crecimiento que por el desarrollo sustentable y de una sociedad caracterizada por el consumismo. En este escenario, la empresa está obligada a asumir la responsabilidad que le compete por el mal uso de los recursos no renovables, la contaminación y los hábitos de consumo.

Existen distintas perspectivas respecto de qué grado de compromiso debe asumir la empresa en materia ambiental. Éstas parten del mínimo convencional del cumplimiento de la ley, para avanzar a la asunción plena de responsabilidad por las influencias de las actividades empresarias y, por último, una actitud que asume la cuestión ambiental como una oportunidad de generar negocios sustentables.

Finalmente, la necesidad de disponer de un medio apto para la vida humana y que asegure la equidad intergeneracional exige la acción responsable del estado a través de normas y políticas y también del ciudadano común por su propio comportamiento y por influencia de éste en la sociedad.

3. Derechos Humanos.

Los derechos humanos como principios fundamentales que permiten la libertad individual de llevar una vida digna, libre de abusos y violaciones. Adicionalmente, consideran que son reglas comunes del comportamiento humano, a través de diversas culturas, que conforman sociedades estables, pacíficas y equitativas.

El respeto y la aplicación de los principios fundamentales de los derechos humanos no se limitan únicamente a las acciones de gobiernos o grupos radicales, sino también a las acciones de las empresas. El acceso rápido a las comunicaciones ha hecho que las empresas estén bajo la observación y escrutinio permanente, tanto del consumidor como de organismos internacionales. De este modo, mientras que los consumidores e inversionistas aplauden la conducta responsable de aquellas empresas con un buen historial en el ámbito de los derechos humanos, también son capaces de castigar severamente a aquellas que excluyen estos principios dentro de sus prácticas corporativas. Hay muchos casos, desde las atroces acusaciones contra la Shell por su

apoyo a los militares en Nigeria, hasta las denuncias de abuso físico en los talleres de sudor "sweat shops" de las manufactureras asiáticas de Nike y Disney. Estas empresas hoy en día, entre otras, se han tenido que replantear sus acciones sociales con la incorporación de estándares laborales y de derechos humanos, exigiendo normas similares a sus colaboradores y socios.⁵⁰

Un informe reciente del Alto Comisionado de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas⁵¹ indica que estas prácticas se deben a:

1) la proliferación de códigos corporativos de conducta que protegen los derechos humanos y laborales de los empleados

2) la inclusión de los derechos humanos, definidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en los principios y ética corporativa de las empresas a nivel global

3) la creciente atención por parte de organizaciones, consumidores y medios de comunicación al impacto que produce el manejo de los derechos humanos en las empresas

4) el debate generado por la imposición de sanciones comerciales a aquellos países que ignoran los estándares internacionales de derechos humanos.

4. Público Interno.

Según es bien sabido, la empresa, cualquiera sea, tiene una gran responsabilidad social con sus trabajadores, quienes son considerados su principal grupo de interés. Pero, también es obvio que los propios trabajadores deben ser socialmente responsables con sus empresas, admitiendo que la Responsabilidad Social Empresarial, como tanto se ha dicho en los últimos años, empieza por la responsabilidad social individual, sin la que aquella nunca podrá llevarse a feliz término.

En consecuencia, la Responsabilidad Social Empresarial en las relaciones laborales debemos verla en ambos sentidos, tal como haremos a continuación.

Así, en primer lugar veremos la Responsabilidad Social Empresarial con los trabajadores y, en la segunda parte, la Responsabilidad Social Empresarial de los trabajadores, aspectos que conviene analizar por separado aunque de hecho guardan notorias relaciones entre sí, según tendremos ocasión de comprobarlos.

⁵⁰CEDIS. Centro Empresarial de inversión social. CEDIS. La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el Mundo Empresarial Moderno. [En línea] [Disponible en Internet www.cedis.pa] [Última consulta 05/11/2013].

⁵¹ Ibidem Pág. 41

4.1. Responsabilidad Social con los trabajadores.

Los trabajadores son, o deben ser, el principal grupo de interés de la empresa y, por tanto, la Responsabilidad Social Empresaria empieza ahí, “por casa”, entre otras razones porque el capital humano es el principal recurso de la compañía puesto que los empleados, incluidos obviamente sus directivos, están a cargo de los demás recursos, sean humanos, financieros o técnicos. Vivimos en plena sociedad del conocimiento, recordemos.

La Responsabilidad Social Empresaria con los empleados, consiste en respetar sus derechos humanos y laborales a través de diferentes proyectos de inversión para mejorar su calidad de vida o bienestar. De hecho, el foco de la Responsabilidad Social Empresaria con los empleados es su crecimiento personal.

Al respecto, existen múltiples antecedentes históricos, de los cuales podemos destacar algunos. En primer término, las numerosas reformas sociales a favor de los trabajadores, adelantadas en el marco del estado de derecho democrático y la economía de mercado, no las propias del comunismo o socialismo de Estado; de otra parte, la alianza entre el capital y el trabajo, no su oposición a ultranza que provocó el desplome del Muro de Berlín; y, en general, los principios keynesianos de los años treinta, la Economía Social de Mercado tras la Segunda Guerra Mundial y el nuevo Capitalismo Social, fundamento de la moderna Responsabilidad Social Empresaria.

En cuanto a los derechos laborales, conviene señalar varios hitos, la Responsabilidad Social Empresaria se ha centrado en tal sentido desde los años ochenta, El Pacto Global los contempla junto a los citados derechos humanos, precisando el derecho de asociación (sindicatos), la erradicación del trabajo infantil y forzado, la no discriminación por sexo o raza.

También acá se impone la normatividad jurídica, sea en los códigos de trabajo o en los convenios internacionales suscritos en la Organización Internacional del Trabajo cuyas siglas OIT.

No olvidemos, sin embargo, que la Responsabilidad Social Empresaria va más allá de la ley, trasciende al plano ético e invoca, por consiguiente, la necesidad de un empleo digno-decente y un salario justo, la no explotación del trabajador, las sanas prácticas laborales.

Todo lo anterior tiene que llevarse a la práctica, lejos de quedarse en letra muerta, ni siquiera en las normas legales. Por ello, la Responsabilidad Social Empresaria con los trabajadores debe traducirse en proyectos concretos, para su

beneficio, con un alto impacto en su calidad de vida. Aquí vemos la necesidad imperiosa de un marco regulatorio.

En síntesis, hay proyectos que se desarrollan en la propia empresa, de acuerdo con la actividad laboral, como por ejemplo en seguridad industrial; otros apuntan en forma directa al beneficio personal de los empleados y sus familias, como son en educación (cuyo elevado impacto está demostrado en múltiples estudios), salud, vivienda, recreación, etc.; y proyectos orientados a resolver aquellos problemas sociales que los afectan: violencia, pobreza, contaminación, corrupción.

Tales proyectos, sin excepción, generan valor a los trabajadores, ese valor compartido del que habla Porter o el valor económico y social planteado por Austin, lo cual permite, con base en ciertos indicadores, medir los citados impactos, tanto positivos como negativos, que han de registrarse en los reportes de sostenibilidad o en la simple rendición de cuentas a los mismos empleados, quienes en definitiva deben favorecerse con prácticas empresariales que van desde los salarios y bonificaciones hasta los aportes en vivienda, salud, educación o la creación de microempresas, mejorando así su calidad de vida.

Es recomendable, de otra parte, dar incentivos a los empleados por su participación en los diversos proyectos, no necesariamente de tipo económico. La capacitación en Responsabilidad Social Empresarial y la participación colectiva son indispensables en tal sentido.

Si los empleados ganan con la responsabilidad social de la empresa, ésta gana también por su Responsabilidad Social Empresarial, especialmente por los beneficios incluso económicos que traen las mejores condiciones de vida para su personal. Veamos algunos de dichos beneficios.

Motivados por la protección de sus derechos, el pago de salarios justos y programas sociales a su favor, los empleados aumentan su productividad; los valores éticos, asumidos en los procesos de Responsabilidad Social Empresarial, contribuyen en gran medida a mejorar el ambiente laboral; y se logra un mayor sentido de pertenencia a la empresa, además de haber preferencia entre los trabajadores por firmas con responsabilidad social, según revelan igualmente distintas investigaciones.

Además, al disminuir los conflictos laborales, los niveles de corrupción y los accidentes de trabajo, se reducen asimismo los costos de producción, lo que se traduce al final en menores precios que hacen más competitiva a la compañía, aún en los mercados internacionales.

La Responsabilidad Social Empresaria termina siendo un rentable negocio para las empresas, como tanto se ha dicho.

Lo expuesto hasta aquí debe inscribirse en un modelo estratégico, sin el cual no puede haber una auténtica Responsabilidad Social Empresaria, pues se quedaría en algo parcial, incoherente y de impacto superficial o mínimo, según ocurre por desgracia en muchas empresas a lo largo y ancho del planeta.

¿En qué consiste ese modelo? En un marco legal que permita a la compañía, formando parte sustancial tanto de su visión como de su misión y de sus valores fundamentales, al tiempo que exista el pleno compromiso de la alta dirección con la Responsabilidad Social Empresaria. En cuanto a los empleados, precisemos otros aspectos básicos, deben participar en el modelo (un modelo participativo, claro está) a partir del diálogo con este grupo de interés, cuya participación debe darse en todas las áreas y todos sus empleados.

Las sanas prácticas laborales, enunciadas arriba, son claves en la estrategia.

Otros aspectos claves del modelo son el foco, el financiamiento y la medición de los proyectos, así como el impacto económico, social y ambiental de la empresa sobre los trabajadores, la rendición de cuentas y los informes públicos, con amplia divulgación.

En tales circunstancias, tenemos un verdadero modelo de estrategia corporativa en la Responsabilidad Social Empresaria hacia los empleados, quienes, como decíamos al principio, también tienen responsabilidad social con la empresa, complemento ineludible de la que ésta tiene con ellos.

4.2. Responsabilidad Social de los trabajadores.

Como hemos venido señalando, la responsabilidad social de los trabajadores empieza por la participación en los proyectos sociales de la empresa, no sólo aquellos que redundan en su propio beneficio. Es la corresponsabilidad o doble vía en la Responsabilidad Social Empresaria, sobre lo cual no nos cansaremos de insistir.

Aliarse con los empresarios, o sea, la citada alianza entre el capital y el trabajo, puesto que los trabajadores requieren tanto de la empresa como ésta de ellos; vincularse plenamente en su empresa a los proyectos de Responsabilidad Social Empresaria, cuyo modelo, volvamos a decirlo, debe ser participativo.

Los trabajadores, en consecuencia, deben participar desde el Plan Estratégico Misión, Visión y Estrategias de Responsabilidad Social Empresaria hasta la elaboración y aplicación del Código Ético y el Gobierno Corporativo asumiendo valores como la solidaridad, el servicio, la transparencia, la honestidad o, en síntesis, la responsabilidad

social, la medición del impacto de los proyectos, la elaboración de reportes sociales o de sostenibilidad, la rendición de cuentas.

Y aunque acaso la mayor parte de responsabilidad en la Responsabilidad Social Empresaria sea de los directivos, todos los empleados deben asumirla por lo que anotamos al iniciar esta conferencia: la responsabilidad social tiene que ser, ante todo, individual, de cada persona o trabajador, si bien a los “jefes” les compete liderar el proceso, desde la misma junta directiva o máximo órgano de dirección de la compañía.

Como es obvio, los proyectos a que se vinculen los trabajadores son los establecidos por la empresa en su modelo estratégico con la correspondiente participación laboral. De hecho, la Responsabilidad Social Empresaria o sostenibilidad exige que haya proyectos económicos (ahorro de energía, por ejemplo), sociales (como los relacionados con voluntariado, casi siempre orientados a resolver problemas de la comunidad) y ambientales (una experiencia común es el reciclaje que ataca la contaminación causada en ocasiones por las propias empresas).

Para ello, son indispensables las alianzas estratégicas con los grupos de interés, encabezados por el sindicato o los sindicatos de la empresa, los cuales ejercen así su derecho de asociación consagrado entre los derechos laborales a que antes aludimos.

Los sindicatos, a propósito, son un grupo de la mayor importancia en la Responsabilidad Social Empresaria por su capacidad de comunicación, participación y movilización; deben estar a favor de la empresa, no en su contra; tienen la misión específica de velar por el cabal cumplimiento de los derechos humanos y laborales, sin olvidar los deberes de los trabajadores, entre quienes ha de promover su liderazgo aún en materia de responsabilidad social; deben igualmente participar, dado el poder político que a veces alcanzan, en la concepción y ejecución de políticas públicas, junto al gobierno y demás actores sociales; los sindicatos deben, además, tener prácticas específicas de responsabilidad social como la rendición de cuentas o, en general, la transparencia en sus operaciones, haciendo frente a la corrupción que tampoco ha sido ajena a la organización sindical.

Por último, los trabajadores, a través o no de sus sindicatos, deben ser socialmente responsables con sus grupos de interés por fuera de la empresa, sea en el mercado, como consumidores e inversionistas responsables; en su país, como buenos ciudadanos a través, por ejemplo, del cabal ejercicio de sus derechos políticos (especialmente el derecho al voto, pilar fundamental del sistema democrático); en su comunidad e incluso en sus familias, donde la responsabilidad social se impone, con la

debida aplicación de valores éticos (la responsabilidad social empieza por casa, recordemos).

Igual que la empresa con su Responsabilidad Social Empresaria, los trabajadores también reciben múltiples beneficios que van desde los estrictamente personales hasta los de carácter laboral, económico y empresarial. Enunciemos algunos de ellos, cerrando así nuestra intervención.

Al aumentar la productividad de los trabajadores por su Responsabilidad Social Empresaria, suelen aumentar sus ingresos y, en particular, su nivel salarial, pues los salarios tienen mucho que ver con dicho factor.

Hay mayores posibilidades de promoción en la empresa por el espíritu participativo que exige la Responsabilidad Social Empresaria y, en último término, por el liderazgo generado en tales procesos.

Las alianzas con grupos y en redes propician el trabajo en equipo, indispensable en la organización empresarial de hoy.

El trabajador con responsabilidad social se vuelve más competitivo en el mercado y por ello es visto con más interés por otras empresas.

El propio liderazgo en Responsabilidad Social Empresaria, no lo olvidemos, es factor clave de la competitividad no sólo de la empresa sino del trabajador en el mundo laboral.

Aspectos como el mayor sentido de pertenencia a la empresa y el mejor ambiente laboral son favorables para la vida individual, más aún cuando los empleados permanecen gran parte del tiempo en sus empresas.

Ser socialmente responsables es la clave del éxito, se ha dicho.

En realidad, más allá de los beneficios económicos y laborales están los de carácter personal que podemos resumir en la satisfacción del deber cumplido y en la realización como personas, como seres humanos, al servicio de la sociedad, de los demás, de quienes más nos necesitan

5. Proveedores.

Para lograr consolidar una cadena de valor sostenible, es necesario que las empresas revisen y motiven el comportamiento de sus proveedores en lo ambiental, social y económico.

El cumplimiento de la legislación, la no contratación de mano de obra infantil, la protección de los derechos humanos y la implementación de certificaciones ambientales y de calidad, son sólo algunos de los criterios que deben revisar las empresas a la hora de contratar y mantener las relaciones con sus proveedores. Asimismo, es muy

importante que las empresas identifiquen posibles alianzas que permitan mejorar la gestión de la sostenibilidad en toda su cadena. El ejercicio debe ser un trabajo de relaciones gana-gana, más que un ejercicio de fiscalización y auditoría sobre si los proveedores cumplen o no con criterios sostenibles en sus operaciones.

De acuerdo con el tipo de industria, la región e incluso el tamaño de la empresa, es necesario identificar cuáles son los principales riesgos en la cadena de valor y analizar en qué estado de avance se encuentran.

La empresa debe implementar en sus procesos de contratación y de relaciones con los proveedores, criterios mínimos de cumplimiento en responsabilidad social empresarial, sociales, derechos humanos y ambientales. Esto puede incluir la exigencia de certificaciones como la SA8000, ISO14001 e ISO9000.

Algunas acciones que puede desarrollar la empresa incluyen, identificar oportunidades para mejorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial con los proveedores.

Diseñar y ejecutar un proceso de selección y evaluación de proveedores que incluya también criterios específicos de Responsabilidad Social Empresarial para la adopción de estándares ambientales y sociales. Citar como ejemplo, las cláusulas contractuales de no utilización de trabajo infantil y forzado, licencias ambientales, registros sanitarios.

Monitorear permanentemente el cumplimiento de las directrices anteriores y exigir a los proveedores reproducirlas en sus respectivas cadenas de valor. Un ejemplo, cláusulas contractuales de no utilización de trabajo infantil y forzado.

Implementar programas de capacitación y transferencia de tecnologías con proveedores estratégicos.

Aplicar una política de relaciones transparentes y equilibradas con los proveedores que incluya el compromiso de pago a tiempo, contratos claros, la protección de la información personal o confidencial y prácticas anticorrupción (código de ética).

Establecer canales de comunicación que garanticen un diálogo permanente con los proveedores para discutir y llevar a cabo proyectos específicos y para medir y analizar su nivel de satisfacción. Citando ejemplos, los proyectos conjuntos de gestión ambiental, transferencia de tecnología, construcción de capacidades, creación de cadenas productivas sostenibles.

Privilegiar a las pequeñas y medianas empresas como cooperativas, asociaciones de barrio u organizaciones con proyectos de generación de ingresos para grupos usualmente excluidos, como minorías o personas con discapacidades.

Monitorear la satisfacción de los proveedores con la empresa como cliente, y desarrollar planes de mejora basados en sus expectativas.

6. Consumidores. Clientes.

El sociólogo polaco Zygmunt Bauman⁵² en su libro *Vida de consumo* analiza las contradicciones de la sociedad actual y nos ofrece otra perspectiva para entender las causas de la ruptura del contrato básico del hombre con el ecosistema. Su tipología de sociedad de productores y de consumidores, a pesar de su naturaleza abstracta, resulta útil para analizar una realidad concreta: la sociedad de consumo.

El consumo es condición imprescindible para la subsistencia biológica de los seres humanos y sus raíces son tan antiguas como la vida misma aunque cuando la forma de consumo se diferencia según el período de la historia que analicemos. Hoy el consumo ocupa un papel preponderante entre los factores que determinan el estilo de vida social y los patrones de las relaciones interpersonales.

A través de la historia humana, las actividades de consumo o relacionadas con él (producción almacenamiento, distribución y eliminación de los objetos de consumo) han proporcionado un flujo constante de esa materia prima que ha moldeado la infinidad de formas que tienen las relaciones humanas y sus patrones de funcionamiento.

Como la brecha que existe entre el acto de producción y el acto de consumo se fue extendiendo de manera crucial, ambas acciones fueron ganando autonomía, de tal modo que pueden ser reguladas y operadas por conjuntos de instituciones mutuamente independientes.⁵³

Bauman marca así la diferencia entre la sociedad de productores y la sociedad de consumidores. La sociedad de productores, característica de la modernidad, estaba orientada a la obtención de seguridad, en términos de un marco confiable, ordenado y resistente al tiempo. Era una era de producción en masa, de estandarización y de normas restrictivas y burocráticas tendientes a conseguir disciplina y subordinación.

En la sólida sociedad de productores, la gratificación se relacionaba con una expectativa de seguridad futura y no de disfrute inmediato. Se valoraban en consecuencia las posesiones acumuladas laboriosamente como cimiento sólido de un futuro seguro; los rasgos apreciados eran la solidez y la durabilidad. En definitiva, una

⁵² BAUMAN, ZYGMUN. *Vida de Consumo*. España. Fondo de Cultura Económica. 2007. Traducción de Rosenberg, Mirta y Arrambide Jaime

⁵³ *Ibidem*. Pág. 48

sociedad que apostaba a la prudencia y la circunspección, a la durabilidad y, sobre todo, a la seguridad a largo plazo.

Pero el deseo de seguridad y estabilidad no son los parámetros de la sociedad de consumidores ya que el consumismo, en franca oposición a anteriores estilos de vida, asocia la felicidad con la gratificación inmediata o, más aún, con un aumento permanente de los deseos a satisfacer. Esto desencadena la obsolescencia inmediata de los objetos de los que se espera satisfacción.

En el camino que conduce a la sociedad de consumidores, el deseo humano de estabilidad deja de ser una ventaja sistémica fundamental para convertirse en una falla potencialmente fatal para el propio sistema, causa de disrupción y mal funcionamiento, el consumismo, en franca oposición a anteriores formas de vida, no asocia tanto la felicidad con la gratificación de los deseos, (como dejan traslucir las transcripciones oficiales), sino con un aumento permanente del volumen y la intensidad de los deseos, lo que a su vez desencadena el reemplazo inmediato de los objetos pensados para satisfacerlos y de los que se espera satisfacción.⁵⁴

Con el advenimiento del consumismo, el viejo concepto según el cual la función central de la empresa es satisfacer necesidades sociales parece trocarse a generar nuevos deseos y sin duda los estudios de las necesidades desde el punto de vista de la psicología y, más recientemente, desde las neurociencias apuntan a descubrir la naturaleza del deseo. Pasamos de satisfacer necesidades a manipular a las personas impulsándolas a una búsqueda incesante de satisfacción.

Se destruye el antiguo sentido de postergación de la satisfacción base del ahorro y su carga de prudencia y buen criterio; la urgencia por la novedad suprime toda planificación e inversión a largo plazo. Los productos nuevos necesitan de nuevos deseos y la inestabilidad de las necesidades impulsa un consumo instantáneo y una inmediata eliminación de productos y servicios que deben ser reemplazados por otros nuevos y novedosos.

Un ejemplo típico del principio de inmediatez y recambio lo constituye la industria electrónica donde la rápida obsolescencia suma varias toneladas diarias al monto al total de los desechos y provoca serias dificultades para darle un tratamiento ambientalmente sustentable, especialmente en los países en desarrollo. ¿Habrà llegado la hora de que las compañías productoras se hagan responsables del destino del producto al finalizar su vida efímera vida útil?

⁵⁴ Ibidem. Pág. 48

Claro que la lógica del consumismo no se limita a productos; también comprende múltiples servicios impulsados por el hedonismo, centrados en el cuidado del cuerpo, las consultas espirituales o los tratamientos seudo psicológicos. Nada más alejado del concepto aristotélico de la felicidad como resultado del proceso interior que conlleva la formación del carácter. Bajo la apariencia de un mundo con múltiples alternativas de elección y satisfacción, de libertad y flexibilidad, se plantea la paradoja de la anulación del pensamiento crítico.

Bauman, considera al consumismo un fenómeno líquido caracterizado por una renegociación del significado del tiempo; éste no es cíclico ni lineal sino una multitud de instantes, eventos, incidentes, episodios puntuales y carentes de un sentido único. No hay lugar para la idea de progreso ni de que el esfuerzo humano pueda alcanzar un resultado más sólido y valioso que el mero goce del instante.

7. Comunidad.

Tradicionalmente la inversión social ha sido percibida como caridad o beneficencia; sin embargo, hoy las empresas comprenden el inmenso valor detrás de su participación comunitaria. No es extraño, entonces, descubrir que el ochenta por ciento de las páginas Web de las compañías incluyen en sus sitios información sobre la inversión social de la empresa.

Está comprobado que para garantizar el éxito empresarial, las empresas han de incorporar una visión pro activa y estratégica sobre la resolución de los problemas de sus comunidades. La inversión social o la práctica por la cual se lleva a cabo esta filosofía, tiene como fundamento el que las empresas retribuyan a la sociedad lo que éstas toman de ella. Las empresas no sólo comprenden que la inversión social es necesaria, sino que su práctica conlleva beneficios y ganancias para sus compañías.

Es más, el papel y la ejecución de programas sociales se consideran hoy en día un factor importante en el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa.

Muchos empresarios se preguntarán ¿de qué manera puede su empresa colaborar en un cambio significativo y de impacto en la sociedad? La inversión social se puede llevar a cabo de diversas y creativas maneras, que varían dependiendo de la afinidad entre la empresa y la causa.

No hay una manera fija de llevarla a cabo, pero se distingue por encontrarle soluciones innovadores a problemas sociales por medio de la participación empresarial.

No son muchas las empresas que piensan estratégicamente sobre cómo incrementar el impacto de los recursos y donativos que aportan a la sociedad.

Generalmente, como las empresas realizan sus acciones filantrópicas de una manera desorganizada y dispersa, ignoran el potencial del valor agregado detrás de una relación más cercana y duradera.

La filantropía estratégica involucra alianzas entre la empresa y la causa que va más allá de una simple donación de dinero o en especie.

Es un compromiso de mediano a largo plazo, como lo son, diseño y ejecución de proyectos comunitarios, alianzas público-privadas, campañas de mercadeo con causa social, entre otros.

Los programas de voluntariado corporativo ofrecen la plataforma dentro de las empresas para que el personal participe activamente en obras sociales. De este modo, las inversiones sociales de la empresa no se ven como una acción aislada al personal sino que forman parte de ella. La Fundación *Points Of Light* indica que los programas de voluntariado corporativo tienen la capacidad de demostrar las habilidades y naturaleza sensata del sector privado.

Adicionalmente, las empresas están comprendiendo que, a través de los programas de voluntariado, no sólo apoyan a las comunidades o los proyectos sociales sino que a su vez respaldan y le dan continuidad a las contribuciones monetarias aportadas por la empresa. Finalmente, cabe destacar, que a pesar de que los programas de voluntariado corporativo nacieron como iniciativas de buena voluntad y solidaridad, hoy en día se ha comprobado que su organización dentro de la empresa genera grandes beneficios como lo son: mayor lealtad y compromiso del personal hacia la empresa, menor ausentismo y mayor productividad, mejor retención del personal e inclusión de jubilados.

8. Conclusión.

A modo de síntesis, podemos ver que a lo largo de este segundo capítulo se trataron diferentes temas tales como, el medioambiente, los Derechos Humanos, trabajadores, proveedores, consumidores, clientes y comunidad en general, relacionados con la Responsabilidad Social Empresaria, cuyo concepto se trató en el primer capítulo.

Comprender los temas que abarca la Responsabilidad Social Empresaria nos moviliza a involucrarnos dentro de la misma problemática y tener perspectivas para ahondar en el próximo capítulo a su aplicación en Argentina.

La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, el aporte de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento de los principios éticos, cívicos y legales; la capacitación de los empleados, no solo en asuntos relacionados con su desempeño laboral, sino también en aspectos relacionados con el

mejoramiento personal, familiar y social; el aseguramiento de las condiciones laborales y de salud de las personas; así como la consideración de las decisiones en función de cuestiones éticas y ambientales.

Asumo que esta investigación es de gran interés en la búsqueda de la protección de los derechos del trabajador, el consumidor, el proveedor, el medio ambiente y la comunidad en general, buscando que las acciones de las empresas sean cada vez más transparentes y humanas. Debemos medir los impactos sociales de las políticas empresariales en el ámbito de la comunidad.

Es necesario comprender cuales son las temáticas que se abarcan en la Responsabilidad Social Empresaria, para poder llegar a un lineamiento jurídico que comprenda las mismas.

CAPITULO III

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN ARGENTINA.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Evolución del concepto en Argentina. Nuevos Paradigmas 3. Panorama de la legislación actual. 3.1. Legislación Argentina Nacional. Proyectos. 3.2. Legislación Argentina Provincial. Proyectos. 3.3. Pacto Global en Argentina 3.4. Políticas Publicas 4. Instituciones destacadas en Argentina. 5. Ética y Derecho. 6. Coincidencias y desaciertos de los distintos grupos de interés. 7. Desafíos para la Responsabilidad Social en Argentina. 8. Conclusión.

1. Introducción.

La responsabilidad Social Empresaria representa el desafío de organizar las relaciones económico-sociales y medioambientales en un contexto globalizado, yendo más allá de lo social para convertirse en sostenible. Si bien la Responsabilidad Social Empresaria representa una opción altamente positiva, han de superarse las convergencias de fachada, los meros ejercicios retóricos. Si atendemos a las conclusiones del Foro Europeo, la Responsabilidad Social Empresaria corre el riesgo de ser capturada por los intereses empresariales, modulando una política de Responsabilidad Social Empresaria a la medida de sus necesidades estratégicas y de sus inquietudes a corto plazo.

Existe el peligro de que la Responsabilidad Social Empresaria se convierta en una auténtica burbuja especulativa, en una especulación teórica, ideológica, y no hace falta decirlo, publicitaria.

Un ambiente propicio para la Responsabilidad Social Empresaria ha de ser la suma del conjunto de motivaciones, instrumentos y capacidades humanas e institucionales en la que tienen y deben tener cabida tanto actores públicos como privados, teniendo en cuenta tanto los estándares y prácticas internacionales como las prioridades y particularidades nacionales y locales.

El presente capítulo pretende ofrecer una reflexión sobre las razones que fundamentan la necesidad de intervención legal para la integración de la responsabilidad social en las empresas y las políticas públicas, y los principales problemas que genera el no contar con un marco legal, dejando en manos privadas las actuales prácticas de Responsabilidad Social Empresaria a nivel nacional.

2. Evolución del concepto en Argentina. Nuevos paradigmas.

Actualmente en Argentina, la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresaria obedece más a la idea de colaboración o cooperación que a un resultado de regulación legal del tema.

Los antecedentes de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina pueden rastrearse, según el especialista Roitter (1996), en las prácticas cercanas a la filantropía y beneficencia empresarial que no remitan exclusivamente a la acumulación de capital sino que impliquen aportes concretos a la sociedad. De acuerdo con Paladino (2006), es a partir de los 90 -como sucedió a nivel mundial- que la Responsabilidad Social Empresaria se instala en el país y las empresas, en general, empiezan a incluir el desarrollo social dentro de sus intereses vinculándose con las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) para el desarrollo de diferentes programas de índole social. La

Responsabilidad Social Empresaria en este período se ha caracterizado por ser informal y no estar incorporada a la cultura de la Empresa.

Las prácticas de Responsabilidad Social Empresaria que se llevaban a cabo eran esporádicas y fragmentadas sin ser consideradas verdaderas estrategias de negocio. Para esta época, son incipientes los programas de voluntariado corporativo que incluían a los trabajadores en el esquema Responsabilidad Social Empresaria.

Luego de la crisis social, política y económica de 2001, y con el acentuado desarrollo de la pobreza y la conformación de nuevos movimientos sociales, el empresariado argentino ha tenido que reacomodar sus destrezas de iniciativa social. Dicho momento marca una bisagra en la práctica de Responsabilidad Social Empresaria, en el que surgen varias iniciativas a partir de la voluntad de canalizar inquietudes sociales -desde donaciones hasta la intervención directa en la comunidad.

Casi la mayoría de las acciones de Responsabilidad Social Empresaria no estaban vinculadas al negocio de la Empresa sino que éstas debieron adaptar sus programas a cuestiones que tuvieran en cuenta la emergencia social. En este sentido, la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina a diferencia de otras partes del mundo estuvo más ligada a la pobreza que a una estrategia de desarrollo sustentable corporativo.

Así pues: “El hecho de que la crisis haya sido un disparador para instalar la Responsabilidad Social Empresaria en la Argentina, no favorece a una noción integral de la Responsabilidad Social Empresaria, sino que favorece a reforzar el sesgo filantrópico.”⁵⁵

Pasado el período crítico, a partir del 2003 y luego de que el concepto tomara adherencia entre los empresarios, la Responsabilidad Social Empresaria comienza a tomar nuevas formas de acción, se deja de lado las concepciones asistencialistas y aparece en escena nuevas prácticas de responsabilidad social. Schvarstein (2004) sostiene que las firmas cumplen con su responsabilidad social porque les traerá beneficios internos, o bien porque su incumplimiento acarreará problemas externos mayores. Si la Responsabilidad Social Empresaria avanza más allá de una forma particular de gestión empresarial, interna o externa, puede que la Empresa busque nuevas formas de relacionarse con la Comunidad.

⁵⁵ PALADINO, MARCELO. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Buenos Aires. Ariel. 2004.

3. Panorama de la legislación actual.

Contrariamente con lo que sucede en Europa o Estados Unidos, en Argentina no existe una Ley Nacional que se refiera a la Responsabilidad Social Empresaria, aunque el tema alguna vez estuvo en tratamiento parlamentario; no obstante ello si existen algunos plexos normativos que separadamente tratan la temática de la Responsabilidad Social Empresaria y el Balance Social.

Estimo que la noción de Responsabilidad Social Empresaria ha dejado de ser una idea filantrópica para convertirse en una realidad palpable, con fuerte proyección para futuras generaciones. La globalización de la economía y el impacto de la misma en la sociedad exigen una Ley Nacional concreta, acorde con la legislación comparada, que brinde un marco regulatorio a la actividad económica de las empresas y su vinculación con el medio ambiente y la comunidad en general.

3.1. Legislación Argentina Nacional Proyectos.

Es necesario que se dicte una ley nacional que dé un marco jurídico a la responsabilidad social empresaria (RSE) en la Argentina Esta discusión se viene dando en el Congreso Nacional desde el año 2005, cuando ingresó a la Cámara de Diputados el primer proyecto de ley sobre el tema.

Ocho años más tarde, aún no hay una ley nacional sobre Responsabilidad Social Empresaria, aunque sin perjuicio de ello, el debate, incluso entre legisladores y los propios actores sociales, ha sido intenso. Hoy en día, hay cinco proyectos de ley que esperan llegar al recinto en Diputados, uno en el Senado y dos más que están por volver a ser presentados.

Aunque sin resolución, la discusión sobre la sustentabilidad social y ambiental de la actividad empresaria está instalada en el Congreso Nacional. De hecho, en el discurso de apertura de las sesiones ordinarias, la propia presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, fue contundente en su reclamo ante más de tres centenares de legisladores: “Debe exigírsele a las empresas el cuidado ambiental y la reinversión de las utilidades en sus propias comunidades”, aseguró.

Actualmente este tipo particular de actividad empresaria se encuentra reglada en la Ley de Régimen Laboral, N° 25.877, que establece en su artículo 25 la obligación de las compañías nacionales y extranjeras que actúan en el país y ocupen a más de 300 obreros, de elaborar un balance social anual. Este cálculo debe reunir información sistematizada sobre las condiciones de trabajo, costos laborales y prestaciones sociales a cargo de la empresa y debe ser entregado al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Por su parte, en el Congreso Nacional hay varias iniciativas que se encuentran instalándose cada vez más fuerte. Todas impulsan normas de control del empresariado y algunas ofrecen reducciones impositivas como incentivo, con esto último no estoy tan convencida, creo que con ello se hace mas débil al Estado. El bloque del Frente para la Victoria (FPV), es uno de los grandes impulsores de la temática, por lo que se espera que este año sea tratado, por lo menos en comisiones y, tal vez, también en los recintos.

Para la senadora oficialista María Laura Leguizamón, es fundamental que se dicte una ley sobre Responsabilidad Social Empresaria para darle un marco jurídico a una nueva forma de pensar que se viene construyendo con mucho esfuerzo en nuestro país y tiene que ver con el rol de cada actor en la sociedad, la misma, hizo hincapié en que esta ley pretende dar respuesta a las exigencias de transparencia y ética en los negocios que la sociedad reclama de las empresas argentinas.

Así es que cobra suma importancia la Responsabilidad Social Empresaria como medio de contribuir al desarrollo de la comunidad de las cuales forman parte.

La senadora mencionada es la autora de un proyecto de ley integral de Responsabilidad Social Empresaria que se viene debatiendo en el Congreso, en el marco de audiencias públicas y debates multisectoriales, desde 2005.

El resultado y las conclusiones de esos encuentros se condensan en un texto legislativo.

El mismo tiene por objeto establecer el marco jurídico de la Responsabilidad Social Empresaria al cual se deben ceñir las empresas que actúan en el país. Tal es así que, al igual que el artículo que hace referencia a la Responsabilidad Social Empresaria de la ley laboral, el texto de este proyecto también obliga a las compañías con más de trescientos trabajadores a elaborar un balance social. En tanto, para el resto su aplicación es voluntaria.

En contrapartida, desde el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria, Luis Ulla, su presidente, rechazó este proyecto y lo calificó como innecesario y hasta contraproducente, y consideró que es parte de una mala interpretación de qué es la Responsabilidad Social Empresaria.

En ese sentido, explicó que con la Responsabilidad Empresaria se trata de una forma de gestionar las empresas que cuidan el medio ambiente, la comunidad en la que están insertas y a los propios trabajadores y todo esto ya está legislado. El trato digno a los obreros está en las normas laborales. El cuidado de los recursos naturales en las leyes ambientales. A pesar que no estoy en todo de acuerdo con el proyecto igual me veo obligada a disentir con la opinión de Ulla, si bien existen leyes como bien pondera

no veo impedimento para que convivan con la legislación sobre Responsabilidad Social Empresaria.

La senadora Leguizamón no es la única que viene impulsado el tema desde el Congreso.

El año pasado, el salteño Fernando Yarade, también presentó en Diputados un paquete de cuatro proyectos sobre el tema, uno que busca establecer un marco normativo general, fijando beneficios tributarios a los contribuyentes que realizan programas, planes y/o proyectos implementados en materia de responsabilidad social empresaria.

Sus proyectos tienen por objeto instituir el marco legal que regule el desarrollo de las conductas de Responsabilidad Social Empresaria que se realicen dentro del territorio de la Argentina.

Su idea parte del presupuesto que la Responsabilidad Social Empresaria debe ser voluntaria y no obligada, ya que existe legislación vigente en todos los ámbitos que incumben los negocios las cuales garantizan un piso mínimo de protección a la sociedad.

Además, reconoce que las acciones y conductas de Responsabilidad Social Empresaria son facultativas y que cada empresa contribuirá en esta temática de la forma que mejor lo entienda.

Yarade propone que las acciones y conductas de Responsabilidad Social Empresaria que la empresa se compromete a realizar serán plasmadas en un código de conducta y evaluadas mediante indicadores de desempeño que midan el grado de cumplimiento de las mismas. El documento, donde constará todo ello es el “Balance Socio Ambiental”, que será regulado por la Federación Argentina de Consejos profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE). A su vez, se instauran beneficios impositivos y no impositivos que sirven de incentivos, relacionados con el Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta, el Impuesto a las Ganancias y el Impuesto al Valor Agregado.

Así, las propuestas de Yarade parecen ajustarse en términos generales a lo que Carlos March, director de AVINA, una ONG promotora de la Responsabilidad Social Empresaria en América latina, considera oportuno en materia de legislación, b que necesitamos no es una ley de control, sino un marco normativo que apunte a la promoción de la agenda de Responsabilidad Social Empresaria y de incentivo a las empresas, resume. Sin embargo, March critica la fórmula de la deducción de impuestos

porque debilita al Estado cuando debe ser fuerte. En esto concuerdo, la Responsabilidad Social Empresaria la tienen que financiar las empresas, no el Estado.

Con otras propuestas, la senadora puntana Liliana Negre de Alonso, es otra de las que sugiere una ley marco de Responsabilidad Social Empresaria. El detalle es que no la circunscribe a las empresas, sino que abarca también a las entidades, sociedades comerciales, asociaciones civiles y fundaciones con o sin fines de lucro. Entre los beneficios, enumera un retorno de hasta el cincuenta por ciento del importe de las primas por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, la obtención subvenciones. La ejecución de los planes de mejora medioambiental y de prevención de riesgos laborales y la reducción del cincuenta por ciento de los impuestos a las Ganancias, al Valor Agregado, Ingresos Brutos y Aportes Patronales.

La senadora Leguizamón insistirá con otra propuesta y dará nuevo aire a un proyecto para crear en ámbito de la Cámara de Diputados una Comisión Permanente de Asesoramiento sobre “Responsabilidad Social” con el objeto de “dictaminar sobre todo asunto que implique el compromiso voluntario y socialmente responsable de una organización a ocuparse de su papel dentro de la sociedad, tendiendo al logro de metas que sean social y ambientalmente sustentables. Como se percibe, un tema del cual los legisladores se sienten responsables.⁵⁶

Establecer un marco legal para la Responsabilidad Social Empresaria es un desafío para nuestro legisladores, para ello deberán apoyarse en las leyes y brindar un marco jurídico base para la aplicación de políticas públicas, que representen a los diferentes sectores.

3.1. Legislación Argentina Provincial. Proyectos.

Existe una ley en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con el Nro. 2.594⁵⁷ que tiene por objeto la promoción de los comportamientos social y ambientalmente responsables por parte de las organizaciones, como ámbito de aplicación todas las empresas que tengan domicilio legal en la jurisdicción de CABA y tengan su actividad principal en la ciudad con un año de actividad al momento e vigencia de la ley, sean nacionales o extranjeras. Deben presentar balance social las empresas con más de trescientos trabajadores en forma obligatoria y voluntario para el resto, debe ser anual y público. La situación actual de esta ley es que se encuentra vigente pero sin reglamentar, si bien se creó un consejo consultivo para su reglamentación en 2008.

⁵⁶ DIARIO CRONISTA. Argentina. 23/04/12 [En línea] [Disponible en Internet <http://www.cronista.com>] [Última consulta 05/11/2013]

⁵⁷ LEY 2.594 [En línea] [Disponible en Internet <http://www.buenosaires.gob.ar/>] [Última consulta 05/11/2013]

La provincia de Salta posee el decreto 517/11⁵⁸ cuya importancia se debe a que reconoce la preparación del Balance Social que es interdisciplinaria, el mismo debe ser auditado, además consagra la información socio ambiental como requisito de eficiencia en la gestión.

También en la provincia de Salta mediante el decreto 4799/11⁵⁹ se establece el Balance Social del sector público.

En Río Negro se crea la ley 4531⁶⁰ en la cual se establece la creación de un programa de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria, las empresas podrán gestionar un Certificado de Responsabilidad Social y Ambiental de carácter voluntario que será válido por un año, este certificado considerara cuatro dimensiones: económica, social, ambiental e institucional.

Como proyectos de ley provinciales podemos encontrar en las provincias de Santa Fe y Buenos Aires.

3.2 Pacto Global en Argentina. Importancia.

El Pacto Global fue lanzado en abril del 2004 en Argentina. En la actualidad un total de doscientos sesenta y dos organizaciones están adheridas, lo que convierte a la Red Argentina del Pacto Global en la primera en América Latina y la tercera en el mundo por cantidad de adhesiones.

El Pacto Global promovido por las agencias de Naciones Unidas es una iniciativa de carácter voluntaria y está abierta a todos los empresarios que quieren comprometerse con estos principios y valores. Es, en consecuencia, una iniciativa que no establece barreras de acceso para las empresas pues considera que todas ellas (sin importar tamaño o sector de actividad) están en condiciones de contribuir significativamente con el desarrollo de la sociedad a través de prácticas socialmente responsables. Es importante aclarar que, sin embargo, el Pacto Global no sustituye (ni pretende hacerlo) la acción de los gobiernos, no tiene la intención de convertirse en un foro para la formulación de normas y prácticas de gestión empresaria ni representa un intento de certificar prácticas socialmente responsables.

Su tarea principal es actuar como una plataforma de aprendizaje donde las empresas (como protagonistas principales de la iniciativa y cuyas acciones se intenta influir), los gobiernos (quienes a través de las diferentes declaraciones y convenciones

⁵⁸ DECRETO 517/11 [En línea] [Disponible en Internet <http://www.dgrsalta.gov.ar>] [Ultima consulta 05/11/2013]

⁵⁹ Decreto 4799/11[En línea] [Disponible en Internet <http://www.dgrsalta.gov.ar>] [Ultima consulta 05/11/2013]

⁶⁰ Ley 4531 [En línea] [Disponible en Internet <http://www.legisrn.gov.ar>] [Ultima consulta 05/11/2013]

han brindado los principios en los que se basa la iniciativa), los sindicatos y representantes de los trabajadores (en cuyas manos se concreta el proceso global de producción) y la sociedad civil (representando a todos los grupos de interés de las empresas) pueden encontrar un espacio para el diálogo y la construcción de alianzas estratégicas garantizadas por el marco que proveen las agencias de Naciones Unidas en su rol de facilitadoras y garantes de transparencia.

El Pacto Global ofrece a las empresas la oportunidad no sólo de demostrar liderazgo en lo que a acciones de Responsabilidad Social Empresaria se refiere, sino además de ser parte (junto a los gobiernos, los trabajadores y la sociedad civil) de las soluciones a los problemas planteados por la globalización.⁶¹

Estamos encaminados hacia la Responsabilidad Social Empresaria, si bien esta iniciativa es de carácter voluntaria, es un paso importante a tener en cuenta hacia el camino de la identidad de nuestra propia legislación.

Debe tomarse esto como indicio para lograr en forma ampliada, un desarrollo de diálogo entre los distintos sectores para poder emprender el camino de Responsabilidad Social Empresaria.

3.4. Políticas Públicas.

Cuando el debate sobre Políticas Públicas y Responsabilidad Social Empresaria se centra exclusivamente entre legislación y voluntariedad como contraposición es difícil buscar el desarrollo del tema. Creo que en un modelo integrador debemos contar con una legislación sobre Responsabilidad Social Empresaria y luego citar la existencia de políticas públicas sobre el tema.

Para mencionar un ejemplo, fue Francia quien logro instrumentar sus políticas públicas sobre un marco legal y normativo.

Siguiendo con lo comparativo, detallar los temas e instrumentos aplicados por los gobiernos europeos en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresaria y políticas públicas, a saber según lo mencionado por Helena Ancos Francos⁶²:

- Política empresarial
- Política medioambiental y estrategias nacionales de desarrollo sostenible (planificación sostenible)
- Política de protección a los consumidores

⁶¹ FUERTES. GOYBURU. KOSACOFF. La responsabilidad Social Empresaria ¿Solo un discurso?. CEPAL. Agosto 2006.

⁶² ANCOS FRANCO, HELENA. Políticas Públicas e iniciativa privada en la Responsabilidad Social Empresarial. Revista del Ministerio de Trabajo y asuntos sociales.

- Política comercial
- Políticas de formación y educación continua de los trabajadores
- Política de cooperación internacional
- Política social y cohesión/exclusión social
- Política de empleo, prácticas y derechos laborales, vida laboral y vida familiar
- Diálogo social, mercado laboral inclusivo, inserción sociolaboral y paro
- Cláusulas sociales
- Renovación de zonas social y económicamente desfavorecidas
- Economía social, emprendedores y pequeñas organizaciones
- Inversión y consumo socialmente responsable, comercio justo
- Casos empresariales de buenas prácticas en Responsabilidad Social Empresaria
- Acción e implicación empresarial en la comunidad (inversión, partenariado)
- Pymes y responsabilidad social
- Acción social de la empresa
- Acción internacional de la empresa: deslocalización (derechos humanos, corrupción)
- Reconversión de la empresa
- Derechos humanos
- Contratación pública
- Responsabilidad social de la Administración pública
- Instrumentos
- Desarrollar un marco legislativo favorable (ISR, fondos de pensiones, etiqueta social)
- Desarrollar un marco fiscal favorable e instrumentos de financiación para empresas
- Desarrollar medidas de transparencia (etiquetas e índices sociales) y reporting (memorias de sostenibilidad)
- Desarrollar medidas y herramientas de gestión para incentivar la acción de las empresas (premios)
- Aplicar la legislación de la Unión Europea sobre Responsabilidad Social Empresaria y sostenibilidad
- Aplicar y promover los instrumentos y acuerdos internacionales de Responsabilidad Social Empresaria (OCDE, OIT, Pacto Mundial)

- Participar en cumbres internacionales sobre Responsabilidad Social Empresaria y en las conferencias europeas sobre Responsabilidad Social Empresaria
- Promover la transparencia y las buenas prácticas
- Promover, crear y supervisar mecanismos de evaluación
- Promover mecanismos de verificación y certificación
- Dar apoyo económico y participar en iniciativas de partenariado público-privado-sociedad civil
- Generar mecanismos de crédito e inversión de las empresas en la comunidad o ventajas fiscales para empresas socialmente responsables
- Desarrollar campañas públicas para promover la Responsabilidad Social Empresaria.
- Crear o facilitar la creación y financiación de organizaciones independientes y redes empresariales
- Crear departamentos o cargos públicos responsables de la Responsabilidad Social Empresaria y programas interministeriales
- Favorecer el desarrollo del mercado y la competitividad sostenible
- Liderazgo por ejemplo políticas internas Responsabilidad Social Empresaria

Crear un modelo de actuación integrador a efectos de instrumentar la Responsabilidad Social Empresaria, sería conveniente promocionarla a través del diseño y aplicación de políticas públicas sobre la base de un marco legal y normativo.

4. Instituciones destacadas en Argentina.

Según la investigación⁶³ sobre diez años de Responsabilidad Social en Argentina existen tres instituciones en Argentina destacadas en esta década. A continuación se mencionaran brevemente cada una de ellas.

El Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) fue fundado en 1992 y fue el primer capítulo nacional creado como Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible (BCSD's, por su sigla en inglés) por el WBCSD. El CEADS brinda a las empresas una plataforma para explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, así como también para consensuar posiciones empresarias en estas cuestiones en una variedad de foros, locales e internacionales, influyendo en el Gobierno, Sociedad Civil y organizaciones intergubernamentales. Dentro de sus actividades se destacan sus grupos de trabajo

⁶³ LEIDI, P. LANGLOIS, A. SEMA, M. Diez años de RSE en Argentina. Revista Comunicarse 6ta, Edición. Buenos Aires. 2012.

interdisciplinarios, sus publicaciones, y sus casos de estudio para difundir y comunicar las buenas prácticas en materia de desarrollo sostenible.⁶⁴

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) fue fundado a mediados del año 2002 con la misión de promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria, para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina.

Es una organización pionera en materia de promoción de la Responsabilidad Social Empresaria, con sede en la ciudad de Córdoba. Ha tenido un rol destacado adaptando a la realidad local las publicaciones, metodologías e indicadores del Instituto ETHOS de Brasil, que fue desarrollado en el capítulo primero, que difunden por medio de capacitaciones a través de sus empresas miembros. Poseen una Herramienta Online de Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para PyMES. Además, son los desarrolladores del portal Empresas por la Infancia.⁶⁵

Fundación Compromiso, es una organización de la sociedad civil fundada en 1994 que trabaja para articular las capacidades, sector empresario y Estado en la producción de políticas públicas, para un desarrollo sustentable con inclusión social.

En Diciembre de 2007, Fundación Compromiso fue seleccionada por el *European Institute of Social Capital de la República Alemana* como Ente Certificador en la Argentina del *Work and Life Balance*, una certificación destinada a todo tipo de empresas que busca incentivar la mejora continua y la gestión responsable del Capital Humano, permitiendo obtener y retener talentos.

De su trabajo en Responsabilidad Social Empresaria también se destacan su Manual de Voluntariado Corporativo, los suplementos publicados en Diario Perfil, los Seminarios de Responsabilidad Social Empresaria y Desarrollo Sustentable, el ciclo de Desayunos de Intercambio sobre Responsabilidad Social Empresaria desarrollado en alianza con la Cámara de Comercio de Estados Unidos en Argentina, y los encuentros de Voluntarios Corporativo que se realizan desde el año 2004.⁶⁶

5. Ética o derecho.

Un dilema mas que instaurado en materia de Responsabilidad Social Empresaria es la materia del campo de la ética y el marco normativo.

La introducción de la ética debe ser ética, es decir, nítida, digna, honesta, y no limitarse a un pretexto tendiente a encubrir otras finalidades. Y esto es, precisamente, lo que está en debate respecto de la denominada Responsabilidad Social de la Empresa.

⁶⁴ Ibidem. Pág. 62

⁶⁵ Ibidem. Pág. 62

⁶⁶ Ibidem. Pág. 62

Existen serias reticencias o sospechas en torno a la verdadera motivación de la adopción de estos códigos de conducta unilaterales por las empresas. Parece evidente que la idea nace como una estrategia comercial de imagen, y que ese continúa siendo su principal objetivo⁶⁷ sin perjuicio de lo cual es probable que el transcurso del tiempo con las críticas formuladas, el desarrollo de estudios serios y el debate que se instaló haya llevado a sofisticar un poco su presentación y probablemente también su práctica.

Desde el punto de vista jurídico, se ha criticado duramente el uso de la expresión Responsabilidad en esta materia. Lo que hacen las empresas bajo el rótulo de responsabilidad social no sería responsabilidad sino filantropía o acción social, en tanto se defiende su voluntariedad y no exigibilidad por terceros, especialmente por los beneficiarios de esa acción. Aquí la intención de crear un marco jurídico para que deje de encontrarse en el campo de la voluntariedad.

Parece cierto que ningún jurista serio hablaría de una responsabilidad voluntaria.

Estas dudas son a menudo reforzadas por la vaguedad con la que suelen estar redactados estos documentos, lo que obviamente dificulta su aplicabilidad, a lo que se suma que, por lo general, los códigos de conducta son instrumentos elaborados de arriba hacia abajo, cuando muchos opinan que lo ideal sería que fueran creados desde abajo hacia arriba.

Generalmente los códigos de conducta de las empresas multinacionales son bien conocidos en los países sede y muy poco difundidos o directamente desconocidos en los países de destino, en los cuales a menudo se realiza la mayor parte de la producción y donde, por lo tanto, sería más necesario y útil su conocimiento y aplicación.

Sin lugar a dudas, en la responsabilidad social de la empresa hay mucho de *marketing*, de campaña de imagen, de publicidad y promoción. Lo que nos corresponde es la determinación de qué hay de derecho allí y cuánto derecho se le puede arrancar a esa operación de mercadotecnia.

Finalizo este punto con la idea que no puede haber Responsabilidad Social Empresaria sin coacción jurídica, es por ello que en el capítulo siguiente detallo una serie de propuestas a fin de lograr un marco jurídico para la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina.⁶⁸

⁶⁷ De hecho, el mismo *libro verde* de la Comisión Europea reconoce expresamente que «la responsabilidad social puede tener un valor económico directo» (párrafo 11) y que las empresas la adoptan especialmente para mejorar su imagen empresarial y reducir el riesgo de que los consumidores reaccionen negativamente» (párrafo 54). COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas. 2001.

⁶⁸ URIARTE, O. E. GIANIBELLI, G. ORZATTI, A. Responsabilidad Social Empresarial: Perspectivas jurídicas para estrategias sindicales. Uruguay. Fes. 2009.

6. Coincidencias y desaciertos de los distintos grupos de interés.

Este breve recorrido nos permite ratificar que las empresas y sus principales grupos de interés ya cuentan con una posición sobre el significado de la responsabilidad social empresaria (qué es y qué no es ser socialmente responsable).

Desde las empresas hasta las organizaciones de trabajadores están interviniendo fuertemente en la discusión actual sobre la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina y tienen, como era de esperar, coincidencias y divergencias.

La coincidencia más importante (y tal vez la única que se pueda identificar) se relaciona con la necesidad manifestada por todos los actores de establecer un diálogo abierto y transparente en el cual los distintos grupos se interrelacionen, se complementen y definan objetivos comunes.⁶⁹

Las divergencias, sin embargo, son más notorias cuando analizamos el reparto de papeles para cada actor. El Gobierno, los sindicatos y las organizaciones de la sociedad civil le asignan al sector privado un rol que se opone claramente a aquel sostenido por las propias empresas. Mientras que éstas afirman que se reservan para sí la capacidad de decidir cuándo, dónde y cómo aplicar sus estrategias de Responsabilidad Social Empresaria de acuerdo al desempeño de sus actividades, los principales grupos pretenden que dicho comportamiento socialmente responsable sea regulado y preestablecido normativamente.

Así, mientras el Estado tiene la pretensión de exigirle a las empresas el aporte de recursos (económicos y en especies) reservándose el rol de planificador y orientador de las políticas sociales, la sociedad civil exige la progresiva normalización de la gestión orientada por la Responsabilidad Social Empresaria, ocupando en este proceso el rol de fiscalizador y contralor.

Podemos ver entonces que más allá del discurso a favor del diálogo abierto, sincero y transparente los actores aún tienen importantes diferencias de criterio acerca de lo que se entiende por prácticas socialmente responsables, de la voluntariedad u obligatoriedad de las mismas y de su monitoreo.

Por ello creo necesario la creación de un marco normativo, ello mostraría una guía a fin de evitar los enfrentamientos entre los distintos grupos, focalizando en el fin que persigue la Responsabilidad Social Empresaria.

La falta de un criterio común amplio compartido entre los principales actores de la Responsabilidad Social Empresaria se debe, exclusivamente, a la ausencia en nuestro

⁶⁹ FUERTES. GOYBURU. KOSACOFF. La responsabilidad Social Empresaria ¿Solo un discurso?. CEPAL. Agosto 2006.

país de verdaderos espacios de diálogo multisectoriales que aseguren la participación de todos los interesados en la responsabilidad social empresaria.

En consecuencia, estas visiones contrapuestas sobre el rol de cada uno de los actores en el proceso de desarrollo social puede ser la causa de la dificultad de establecer no ya un diálogo sino acciones conjuntas entre los diferentes actores. Independientemente de todo esto, sin embargo, es justo reconocer que estas divergencias dan cuenta de un proceso de pensamiento crítico en torno al rol social de la empresa, que es reciente en nuestro país. Es un dato positivo entonces que, aun cuando es necesario superar diferencias, esta preocupación y debate público es un gran paso respecto de años anteriores, que debería conducir a estrategias de desarrollo comunes.

7. Desafíos para la Responsabilidad Social en Argentina.

La responsabilidad social empresaria ha llegado para quedarse y para crecer. Más allá de coincidencias o divergencias ha planteado para el mundo de los negocios la teoría de que la acción empresaria no se sostiene únicamente en la búsqueda de ganancia individual.

La agenda de las empresas se ha extendido, ahora también deben preocuparse por su entorno, desde el más cercano como lo son sus trabajadores y proveedores, hasta el más lejano las comunidades vecinas, el medio ambiente y los consumidores. Esto evidencia un cambio radical en la lógica del capitalismo. El planteo de la acción empresaria como la búsqueda de la ganancia que generará el desarrollo de la sociedad a través del efecto cascada se reemplaza, de manera paulatina, por esta nueva lógica de gestionar los negocios. En ella las empresas deben ser concientes que, además de la ganancia, es preciso tener en cuenta los intereses de todos los actores involucrados con el proceso productivo.

Se trata, entonces, de una combinación y un equilibrio complicado y relativamente nuevo para el sector privado global. Los actores adquieren nuevos intereses y roles, las relaciones cambian y se vuelve necesario buscar la armonía de intereses a largo plazo. En este proceso de construcción de consensos la tarea es ardua pero no imposible.

En nuestro país, las coincidencias no son muchas pero hay un piso mínimo.

Todos los actores coinciden en que la Responsabilidad Social Empresaria⁷⁰:

- 1) hace referencia a la forma en que las empresas se relacionan con las comunidades

⁷⁰ FUERTES. GOYBURU. KOSACOFF. La responsabilidad Social Empresaria ¿Solo un discurso?. CEPAL. Agosto 2006.

- 2) se vincula al compromiso que las empresas tienen con el desarrollo sostenible
- 3) que es necesario para su ejercicio y éxito el diálogo y el concurso de todos los actores con el objeto de unificar acciones y no desperdiciar recursos. Estas coincidencias, sin embargo, parecieran perderse en un mar de divergencias relacionadas con el rol que cada uno de los actores debe cumplir y respecto a la manera de gestionar la Responsabilidad Social Empresaria. Hemos visto que los principales actores del desarrollo en Argentina se reservan roles y funciones que no son compartidos entre sí. En este contexto el Pacto Global de las Naciones Unidas aspira y espera convertirse en una plataforma que colabore en la resolución de este conflicto de intereses.

La experiencia en Argentina demuestra que son muchas las empresas que se encuentran trabajando responsablemente y en tono con las necesidades de su entorno.

El sector privado es consciente del rol social del mercado y que buscan a través de sus acciones superar el mero rol económico y también la filantropía. Una visión pesimista diría que doscientos sesenta y dos empresas no son representativas del universo productivo de un país. Pero debemos tener en cuenta que estas compañías concentran cerca del veinticinco por ciento del producto bruto interno nacional y que, paulatinamente, cada vez más empresas asumen el compromiso de adaptar la gestión a los principios del Pacto Global. Si la iniciativa privada en Argentina existe, si las organizaciones de la sociedad civil se encuentran trabajando en la materia, si el sector de los trabajadores se ha comprometido a discutir en un marco de entendimiento común, y si el Estado pone a disposición las políticas públicas, la plataforma que ofrece el Pacto Global aparece como un espacio abierto y participativo que puede ayudar a superar las diferencias metodológicas que permitan un avance rápido y organizado en la Responsabilidad Social Empresaria. En este sentido, la conformación de la actual Mesa Directiva del Pacto Global (integrada por empresas, organizaciones de la sociedad civil, entidades académicas y otros grupos de interés) es un buen comienzo.

En este camino las agencias de Naciones Unidas acompañarán la tarea del sector privado pero dejarán en sus manos el destino final de la iniciativa.

Vemos que en Argentina ya se ve instaurado el desafío, aun queda mucho camino por recorrer, la legislación acompañada de políticas públicas sería una buena solución pero por ahora debemos seguir paso a paso.

8. Conclusión.

Es este capítulo el que en definitiva me permitió poder aplicar a nuestro país, lo investigado sobre Responsabilidad Social Empresaria en los dos primeros.

Si bien me costo al principio de la investigación determinar la necesidad de un marco legal o bien políticas públicas en torno a la Responsabilidad Social Empresaria, siguiendo los modelos europeos concluí que se debe instrumentar las políticas públicas sobre un marco normativo. Arbitrar un modelo integrador en donde los códigos de conducta no se limiten a aspectos meramente éticos sino que lleguen a tener un carácter vinculante en cuanto se refiere en materia de responsabilidad social.

En definitiva, la evolución en Argentina del concepto de Responsabilidad Social Empresaria, posicionados actualmente en un modelo dentro de la globalización, los proyectos de ley que en la actualidad se encuentran sembrando la inquietud actual del concepto, la incidencia del Pacto Global en el país nos brindan herramientas para poder armonizar un marco legal y políticas públicas.

Es correcto mencionar que hay coincidencias y desaciertos entre los distintos sectores involucrados de intereses contrapuestos.

Hay un desafío para el concepto de Responsabilidad Social Empresaria en Argentina, el mismo se encuentra no solo en las empresas, o en el gobierno, sino en la comunidad en general, en el compromiso con la sociedad en general y con el medio ambiente.

Dejo para el último capítulo una serie de conclusiones generales y propuestas para generar el debate sobre los lineamientos generales a tener en cuenta para poder desarrollar un marco jurídico sustentable.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Conclusiones. 3. Propuestas.

1. Introducción.

Luego de una recorrida en la cual pretendí mostrar la Responsabilidad Social Empresaria, especialmente como se esta desarrollando en nuestro país, mi objetivo de este capítulo es brindar un cierre de la mano de conclusiones generales, y presentar mi propuesta con la expectativa de haber sembrado una nueva mirada sobre el tema.

Mi intención es hacer que Argentina sea una de las pioneras en contar con una legislación abalada por políticas públicas pudiendo así vivir no solo con la esperanza sino con la certeza que nuestros hijos y nietos podrán disfrutar de los mismos recursos y derechos.

2. Conclusiones.

Al comenzar a realizar esta tesis tenía especial entusiasmo en los temas que abarca la Responsabilidad Social Empresaria y en la importancia que ella implicaba para nuestra comunidad y para las generaciones futuras.

Fue todo un reto poder elaborar la propuesta desde una perspectiva legal de carácter obligatorio, cuando en la actualidad esta idea esta mas relacionada a la voluntariedad y a un compromiso social. Preste determinada atención en lograr un encuadre jurídico que permita darle el sentido adecuado para todos los sectores intervinientes.

Estamos frente a un cambio en el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria, un nuevo paradigma se nos presenta, esta definición está basada en una ética de tres dimensiones, que a su vez se basa, en la virtud, la justicia y la sostenibilidad.

La Responsabilidad Social, ahora se define como la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades; esto incluye productos y servicios, esfera de influencia y responsabilidad en la cadena de producción; en la sociedad y en el medio ambiente. Todo esto a través de una conducta ética que debe contribuir con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tomar en cuenta las expectativas de las partes interesadas; cumplir con las leyes y que ello sea compatible con las normas internacionales de conducta; y sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.

Nadie duda que las empresas deban ser socialmente responsables y que la ética y la moral deban estar presentes, pero ello no invalida que se acompañe con un marco legal dicha responsabilidad.

Muchas críticas para darle un encuadre jurídico a la Responsabilidad Social Empresaria se basan en que las normas deben ser voluntarias, como actualmente se

presentan en las normativas privadas de carácter internacional, o como lo invocan en muchos proyectos de ley. Contrario a estas posturas creo firmemente en que se debe dar un marco jurídico obligatorio, para citar un ejemplo, no dudo que muchos de nosotros somos conductores de automóviles responsables desde el punto de vista ético o moral, pero no por ello dejan de existir normas de tránsito, que debemos respetar y esta bien que así sea.

Cité en el segundo capítulo del trabajo los temas que actualmente abarca la Responsabilidad Social Empresaria, en ellos ya existen normativas vigentes obligatorias y esto también es criticado por quienes creen que la Responsabilidad Social Empresaria no debe ser legislado o de serlo debe ser de carácter voluntario, disiento también con esta postura y aquí sigo defendiendo mi modelo de obligatoriedad. Si ponemos de ejemplo el Derecho Ambiental, en Argentina tenemos una ley conocida como Ley General de Ambiente Nro. 25.675⁷¹, allí esta claro que todos como sociedad debemos cumplirla, ahora bien, si regulamos la Responsabilidad Social Empresaria no vamos a ir en contra de esta ley, actualmente las Empresas Socialmente Responsables usan como estrategia de marketing precisamente el hecho de mostrarse, sin ir mas lejos cuando ingrese en Google la primera vez al escribir la palabra RSE⁷², muchas de las paginas que trae muestra como es económicamente conveniente ser Socialmente Responsable. Eso es lo que me preocupa y por ello creo que si dejamos que sea voluntaria, estaríamos ante la posibilidad de que las empresas mas poderosas utilicen esta herramienta de propagandas para aumentar sus ingresos y poco preocupen de que los aportes a la sociedad sean sustentables.

No dudo que la sociedad esta en un cambio, hoy en día nos viven mostrando publicidades de todo tipo de empresas donde dicen cuidar el ambiente, dicen ser Socialmente Responsables, habría que ver si dichas empresas cumplen realmente ese rol y eso no lo podemos saber sino establecemos normas control, para que no quede solo en una moda pasajera que conviene a unos pocos.

En esta conclusión quiero citar las siguientes palabras⁷³; lo largo de los años, la experiencia en territorio nos fue demostrando la necesidad de pensar nuevas propuestas y estrategias sustentables, para profundizar el proceso iniciado de reconfiguración del tejido social.

⁷¹ LEY 25.675. [En línea] [Disponible en Internet <http://infoleg.mecon.gov.ar/>] [Ultima consulta 05/11/2013]

⁷² Con esas siglas se conoce a la Responsabilidad Social Empresaria

⁷³ PRESIDENCIA DE LA NACION. Responsabilidad Social un compromiso de Todos. Buenos Aires. [En línea] [Disponible en Internet www.desarrollosocial.gob.ar] [Ultima consulta 05/11/2013].

Las propuestas de Responsabilidad Social, implican un salto cualitativo innovador en la gestión estatal, que busca:

- Profundizar el compromiso, la participación y el protagonismo ciudadano,
- Consensuar una idea de bien común, generar sinergias y lenguajes compartidos entre los distintos sectores, teniendo como objetivo una sociedad mas justa.

Para culminar quiero creer en esa sociedad mas justa, y para lograrla necesitamos un compromiso de los diferentes actores involucrados en los procesos de desarrollo sustentable y sostenible.

3. Propuestas.

Existen infinidad de directivas internacionales que enmarcan la Responsabilidad Social Empresaria, cada una de ellas fueron explicadas en el primer capítulo.

También nos encontramos con los temas que abarca la Responsabilidad Social Empresaria que fueron detallados en el segundo capítulo.

En el tercer capítulo vimos como Argentina esta posicionada dentro del marco de la Responsabilidad Social Empresaria.

Luego de enmarcar el estado actual del derecho internacional y nacional sobre el tema propuesto, en vistas de la necesidad de crear un marco jurídico nacional uniforme propongo tener en cuenta como pautas para el mismo:

- 1) Obligatoriedad de las empresas de presentar un balance social y ambiental de forma anual, tal como se presenta el cierre del ejercicio económico. Para evaluar las conductas de las empresas en materia de Responsabilidad Social Empresaria.
- 2) En contenido del balance deberá incluir todos los temas que abarca la Responsabilidad Social Empresaria. Ambiente, Derechos Humanos, Trabajadores, Proveedores y Comunidad.
- 3) Dicho balance deberá ser público y transparente. Mostrara el esfuerzo que realiza la empresa en beneficio de su personal, la comunidad y el ambiente y la magnitud del mismo.
- 4) El mismo deberá ser sometido a auditoria (externa y social) a fin de consolidar su cumplimiento efectivo.
- 5) El Estado Nacional y las jurisdicciones locales deberán disponer medidas tendientes al desarrollo, promoción, protección y o publicidad de conductas socialmente responsables. Deberán dictar presupuestos mínimos de protección social y ambiental como definición de políticas públicas.

- 6) Deberán estar comprendidas las empresas nacionales como también las extranjeras.
- 7) Participación ciudadana en el compromiso social.
- 8) Crear un programa de Responsabilidad Social Empresaria.
- 9) Fomentar su inclusión en los ámbitos educativos a fin de concientizar a la sociedad y poner en conocimiento lo que representa la Responsabilidad Social Empresaria.
- 10) Incluir un marketing responsable de las empresas con respecto a Responsabilidad Social Empresaria y los medios de comunicación.

Estoy convencida que la noción de Responsabilidad Social Empresaria ha dejado de ser una idea filantrópica para convertirse en una realidad palpable, con fuerte proyección para futuras generaciones. La globalización de la economía y el impacto de la misma en la sociedad exigen una Ley Nacional concreta de Responsabilidad Social Empresaria, acorde con la legislación comparada, que brinde un marco regulatorio a las empresas y su vinculación con el medio ambiente y la comunidad en general, como el resto de los temas que la integran.

BIBLIOGRAFIA.

a) General.

ANAYA, JAIME. El marco Jurídico de la Empresa. Abeledo Perrot. Buenos Aires. 2009.

FONTANARROSA, RODOLFO. Derecho Comercial Argentino. Buenos Aires. Zavalia. 2001.

FUERTES, F. GOYBURU, M. L. KOSACOFF, B. La Responsabilidad Social Empresaria ¿Solo un discurso?. Chile. Naciones Unidas. 2006

GILLI, JUAN JOSE. Responsabilidad Empresaria y Medio Ambiente. [En línea] [Disponible en Internet: <http://www.econ.uba.ar>] Buenos Aires. UBA. [Ultima consulta 05/11/2013]

LEFF, E. BASTIDA M. Comercio, medioambiente y desarrollo sustentable. México. Naciones Unidas. 2001.

PALADINO, MARCELO. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Buenos Aires. Ariel. 2004.

PEREZ BUSTAMANTE, LAURA. Los Derechos de la Sustentabilidad Desarrollo, consumo y ambiente. Buenos Aires. Colihue. 2007.

URIARTE, O. E. GIANIBELLI, G. ORZATTI, A. Responsabilidad Social Empresarial: Perspectivas jurídicas para estrategias sindicales. Uruguay. Fes. 2009.

b) Especial.

ANCOS FRANCO, HELENA. Políticas Públicas e iniciativa privada en la Responsabilidad Social Empresarial. Revista del Ministerio de Trabajo y asuntos sociales.

BROWN, G. Los principios de la Responsabilidad Social Empresarial. Revista Economía Informa. Numero 363. Marzo – Junio 2010.

CEDIS. La Responsabilidad Social Empresarial: Una prioridad en el Mundo Empresarial Moderno. [En línea] [Disponible en Internet www.cedis.pa] [Ultima consulta 05/11/2013].

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas. 2001.

CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE. Informe de Sostenibilidad. Documento Nro 1. Buenos Aires. 2005. [En línea] [Disponible en Internet www.ceads.com] [Ultima consulta 05/11/2013]

CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE. Un aporte local empresario para el desarrollo sostenible. Buenos Aires. 2005. [En línea] [Disponible en Internet www.ceads.com] [Ultima consulta 05/11/2013]

COX, JAVIER. El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo. Chile. Acción Empresarial. 2003

HOLME, RICHARD. Traducción libre realizada por CEDODES. Responsabilidad Social Corporativa: dándole un buen sentido empresarial. Colombia. 2002.

LEIDI, P. LANGLOIS, A. SEMA, M. Diez años de RSE en Argentina. Revista Comunicarse 6ta, Edición Buenos Aires. 2012.

MUNICIPIO DE MORON. RSE. Buenas Prácticas en Responsabilidad Social Empresaria. [En línea] [Disponible en Internet www.moron.gov.ar] [Ultima consulta 05/11/2013]

PRESIDENCIA DE LA NACION. Responsabilidad Social un compromiso de Todos. Buenos Aires. [En línea] [Disponible en Internet www.desarrollosocial.gob.ar] [Ultima consulta 05/11/2013].

INDICE

Resumen.....	2
Estado de la cuestión.....	3
Marco Teórico.....	4
Introducción.....	5

Capítulo I

PRIMERAS APROXIMACIONES A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

1. Introducción.....	8
2. Responsabilidad. Concepto. Responsabilidad Social.....	8
3. Empresa. Concepto.....	9
4. Responsabilidad Social Empresaria. Concepto.....	11
5. Evolución de la Responsabilidad Social Empresaria. Un poco de historia.....	13
6. Herramientas para evaluar la Responsabilidad Social Empresaria.....	18
7. Conclusión.....	28

CAPITULO II

TEMATICAS QUE ABORDA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

1. Introducción.....	30
2. Medioambiente.....	30
2.1. Desarrollo Sustentable.....	33
2.3. La empresa y el medioambiente.....	35
3. Derechos Humanos.....	40
4. Público Interno.....	41
4.1. Responsabilidad Social con los Trabajadores.....	42
4.2. Responsabilidad Social de los Trabajadores.....	44
5. Proveedores.....	46
6. Consumidores. Clientes.....	48
7. Comunidad.....	50
8. Conclusión.....	51

CAPITULO III

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN ARGENTINA.

1. Introducción.....	54
2. Evolución del concepto en Argentina. Nuevos Paradigmas.....	54
3. Panorama de la legislación actual.....	56
3.1. Legislación Argentina Nacional. Proyectos.....	56
3.2. Legislación Argentina Provincial. Proyectos.....	59
3.3. Pacto Global en Argentina.....	60

3.4. Políticas Públicas.....	61
4. Instituciones destacadas en Argentina.....	63
5. Ética y Derecho.....	64
6. Coincidencias y desaciertos de los distintos grupos de interés.....	66
7. Desafíos para la Responsabilidad Social en Argentina.....	67
8. Conclusión.....	69

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

1. Introducción.....	71
2. Conclusiones.....	71
3. Propuestas.....	73

BIBIOGRAFIA

a) General.....	75
b) Especial.....	76

