



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Carrera: Contador Público Nacional y Perito Partidor

Responsabilidad Social Empresaria

¿Una obligación legal o un compromiso ético?

Trabajo de Investigación

POR

Agustín Alfredo Díaz

agustindiazg@hotmail.com

Daiana Rojo Lucero

daiana_rojo@hotmail.com

Julián Jesús Blanco

juliansp_90@hotmail.com

Juan Luciano Lucato

lucholucato@gmail.com

Profesor Tutor

Luis Eduardo Cinta

luiscinta@infovia.com.ar

Mendoza- 2015

ÍNDICE

Introducción.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA.....	9
1 Ética y moral.....	9
2 Declaración de Valencia.....	9
3 Ética y RSE.....	10
4 Burocratización de la ética.....	11
5 La falta del sentido de culpa.....	11
CAPÍTULO II. INTRODUCCIÓN A LA RSE.....	14
1 Valores sociales.....	14
2 La empresa en la sociedad.....	15
3 Responsabilidad Social Empresarial.....	15
4 Stakeholders.....	17
5 Intereses universales.....	17
6 Prácticas de RSE.....	18
7 Antecedentes.....	19
CAPÍTULO III. REGLAMENTACIÓN DE LA RSE.....	20
1 Pacto Global.....	20
A Concepto.....	20
B Principios.....	20
C Adhesión al Pacto Global.....	23
D Comunicación de progreso.....	24
2 ISO 26.000.....	24
A Descripción.....	24
B Guía de responsabilidad social.....	25
C Aplicación de la norma.....	25
3 Memorias de sostenibilidad – Global Reporting Initiative (GRI).....	27
A Contenido.....	27
B Guía de elaboración.....	28
C Niveles de aplicación.....	30
D Protocolos de los indicadores.....	30
E Uso conjunto con la norma ISO 26.000.....	31
4 Norma OHSAS 18001:2007.....	32

A Introducción.....	32
B Alcance y campo de aplicación.....	32
C Revisión por la dirección.....	33
5 Norma SA 8000.....	33
6 Norma AA1000.....	34
7 Norma SGE 21.....	35
8 Norma UNE 165040 EX.....	36
9 Resolución Técnica 36 – Balance Social.....	36
A Introducción.....	36
B Estado de valor económico generado y distribuido.....	37
10 Proyecto de ley nacional.....	37
A Objeto.....	37
B Estructura.....	38
11 Ley provincial 8.488.....	38
A Objeto.....	38
B Balance de responsabilidad social y ambiental empresaria(BRSA.....	39
C Certificación de la responsabilidad social.....	39
CAPÍTULO IV. ÁMBITOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESA.....	40
1 ÁMBITO INTERNO.....	40
A Responsabilidad de la organización.....	41
B Responsabilidad de las personas.....	42
C Responsabilidad sobre el ambiente la.....	44
2 ÁMBITO EXTERNO.....	46
A Clientes.....	46
B Proveedores.....	47
C Comunidad.....	48
D Ambiente.....	50
E Gobierno.....	51
CAPÍTULO V. TRABAJO DE CAMPO.....	53
1 Pricewaterhouse Coopers Argentina.....	54
2 Ver bien para aprender mejor.....	57
A Inicios.....	57
B Principios y valores.....	57
C Dinámica del proyecto.....	58

D Hoy.....	59
Conclusión.....	60
Bibliografía.....	62

“En la industria todo se reporta al hombre. Los productos creados responden a sus necesidades. La fabricación requiere su trabajo. El problema es producir el mayor número de satisfacciones con la menor fatiga posible. Esto equivale a obtener el mejor rendimiento. Es cómodo medir y comparar los rendimientos utilizando signos monetarios. Pero estos signos no tienen sentido que por la alegría y la pena de los hombres.”

(Gaston Berger, filósofo, industrial y administrador francés)

INTRODUCCIÓN

El mundo actual nos muestra un escenario donde la globalización es un fenómeno que ha tomado mucha fuerza en los últimos años, impactando positiva y negativamente sobre varios aspectos, tanto social, cultural, económico como así también ecológico, afectando la vida y comportamiento de las personas y de los diferentes tipos de organizaciones que las mismas conforman, sean privadas o públicas. Este escenario exige la conciencia de las repercusiones e impactos que producen las decisiones que toman los integrantes de una sociedad tanto como individuos o bien como dirigentes y responsables de organizaciones. Es decir que requiere abordar la responsabilidad de cada uno y de las organizaciones en su conjunto.

Remitiéndonos al significado original de la palabra “compañía” que es “compartir el pan”, podemos tomar a la empresa en sus inicios como un ente basado en la familia y en las relaciones de confianza, en la que compartiendo esfuerzos se encaminaba hacia el bien común. Según la empresa ha ido evolucionando, esto se ha distorsionado y la búsqueda de beneficios propios como único fin no ha respetado los medios utilizados. Podemos mencionar una gran cantidad de síntomas que lo reflejan, como la búsqueda irresponsable de mayores ingresos económicos sin tener a consideración el impacto en el medioambiente, las malas condiciones laborales y violación de los derechos humanos, la falta de promoción del desarrollo humano y profesional, campañas comerciales que promueven el consumismo como identidad, la evasión fiscal, corrupción política, entre otros, frente a los cuales es posible preguntarse, ¿son estos problemas legales, políticos, económicos o son éticos? ¿Son las prácticas de responsabilidad social empresarial una obligación legal o un compromiso ético? Nos encontramos ante una gran paradoja, si bien este tema en los últimos tiempos ha tenido un mayor auge, consideramos que aún no ha recibido la atención y seriedad que merece, ya que muchas veces la Responsabilidad Social Empresarial es solo un medio de marketing, o quizás confundiéndola con lo que se denomina inversión social, lejos de una práctica sostenible y sustentable, la cual creemos primordial para el fin perseguido. La empresa ya no es solo un objeto de negocio, es un sujeto de intercambio, de comunicación, de intereses conjuntos. El diálogo con todas las partes interesadas, gobierno, sindicatos, ONG puede tener un impacto positivo para establecer un punto de partida mínimo del cual se genere un círculo virtuoso de mejora continua. Es hora de unir las responsabilidades humanas y empresariales con el propósito de crear redes de valores que nos permitan salir de la crisis actual. Necesitamos menos diagnósticos y pronósticos, y

más compromiso. Por lo tanto la responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y normas, dando por supuesto su respeto y debido cumplimiento.

Este trabajo incorpora las principales líneas de actuación de las acciones socialmente responsables, la manera en que las empresas y el resto de las organizaciones están canalizando esta preocupación social, en qué ámbitos se desenvuelven, y esencialmente, cómo demuestran a la sociedad que realmente son coherentes a través de distintos tipos de informes.

El objetivo es que nos conduzca a entender los alcances de la RSE, los cuales pueden ser adoptados por cualquier empresa con el fin de lograr niveles de ponderación, evaluación y formulación de sus prácticas de manera voluntaria y autentica, mirando más allá del cumplimiento de leyes y normas, generando un valor agregado al enfocarse como una entidad con impacto social positivo y que incida en la solución de problemas socioeconómicos y ecológicos desde el ámbito organizacional.

Para ello, es fundamental la investigación de la RSE. La solución está en dar a conocer los beneficios generales que acarrea, y reconocer a cada integrante de la organización como factor del cambio al vincularlo directamente con la comunidad en la que se asienta.

El nuevo enfoque estratégico de RSE contribuye a la mejora de nuestras sociedades cada vez mas globalizadas, por ello se muestra en el trabajo de campo las buenas prácticas que hacen a la tendencia RSE, a nivel nacional y local.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA

1. ÉTICA Y MORAL

Según el filósofo Claudio Gutiérrez, la palabra ética significa algo muy parecido a moral. Sin embargo, se presentan algunas diferencias: *“moral se refiere al conjunto de los principios de conducta que se adquieren por asimilación de las costumbres y valores del ambiente al cual pertenece la persona; es decir, la familia, la escuela, la iglesia, el vecindario en que se desarrolla su infancia. También se refiere a las normas que se imponen en esos ambientes, con base en la autoridad, no desde luego la autoridad legal, sino precisamente moral: los imperativos de los padres, sacerdotes o maestros, que se reciben pasivamente y sin cuestionamiento antes de adquirir el uso de razón. Ética se refiere a algo diferente: el intento de llevar esas normas de conducta y esos principios de comportamiento a una aceptación consciente, basada en el ejercicio de la razón”*.

En ese sentido, la ética es la madurez de la moral. La moral hace referencia a aquello recibido de distintos factores que componen la sociedad en la que se está inserto, en tanto la ética se refiere a lo que se asume activamente según el propio discernimiento, lo que lo lleva a actuar con total libertad.

Gutiérrez, afirma que *“la diferencia entre moral y ética se refiere a la forma en que las convicciones personales están enraizadas en cada uno. En relación al contenido, ética y moral son más bien coincidentes: ambas se refieren a cuestiones de valor, es decir, a lo considerado bueno y lo malo, lo que se aprueba, alaba o estimula y lo que se reprueba, condena o trata de evitarse. La ética y la moral se refieren a lo que debe ser, discriminan entre acciones aceptables e inaceptables”*.

2. DECLARACIÓN DE VALENCIA

Esta Declaración, en la que la Declaración de Responsabilidades y Deberes humanos se aplican a la empresa, tuvo lugar en el marco de la UNESCO, y fue proclamada en la ciudad de Valencia, por ello es conocida con este nombre, define “el deber como una obligación ética o moral, y responsabilidad como una obligación que tiene fuerza legal de acuerdo con el derecho internacional actual.” Dentro de esta "comunidad mundial" se enumeran a los estados y sus

autoridades, las organizaciones intergubernamentales y las no gubernamentales, las corporaciones públicas y las privadas, incluyendo las transnacionales, como así también otras entidades civiles, pueblos, comunidades y las personas en forma colectiva. Establece también la relación entre derechos, deberes y responsabilidades: “Como titulares de los derechos humanos y libertades fundamentales, todas las personas, pueblos y comunidades, en ejercicio de sus derechos y libertades, tienen la obligación y la responsabilidad de respetar los de los demás y la obligación de tratar de promover y observar tales derechos y libertades.”

3. ÉTICA Y RSE

En las palabras de Gallad afirmamos que *“las acciones de responsabilidad social van más allá de lo que exige la ley, de manera que quienes realizan actividades socialmente responsables actúan haciendo el bien, no porque la ley lo exija o imponga, sino porque existe un profundo sentido ético de lo que es correcto e incorrecto, de las normas que deben guiar su conducta, independientemente de las consecuencias legales o sociales que esto conlleve.”*

En un marco empresarial, sin perder su objetivo de lucro, las organizaciones deben orientar sus esfuerzos también a la práctica de valores y principios, en el cual se encaminen hacia el bien en su actuación, toma de decisiones y relaciones con su entorno.

Este es un proceso en el cual la empresa que asume los valores como guía en sus ciclos comienza desde el interior con sus propios empleados, buscando mejorar las condiciones de trabajo de quienes son su mayor activo, lo cual está íntimamente relacionado con los conceptos de calidad de vida, el derecho laboral, la salud y seguridad, entre muchos otros temas, que esto conlleva como resultado una práctica ética y una actuación socialmente responsable frente a todos sus grupos de interés o stakeholders, a la sociedad y al medio ambiente.

“Una empresa puede elegir libre y voluntariamente el realizar diferentes actividades de responsabilidad social; sin embargo, toda organización debe actuar conforme a principios éticos universales, como los indicados en el Pacto Mundial o los Objetivos del Milenio.” (Delgado Gallad, 2013)

4. BUROCRATIZACIÓN DE LA ÉTICA

Sin embargo, Josep María Lozano (2011) pone la RSE frente a la ética empresarial y observa que “en los últimos años es que cuanto más se ha ido hablando de RSE menos se ha hablado de ética empresarial” y que al crecimiento de la primera ha correspondido un declive de la segunda. Más adelante dice “quizás ya ha llegado la hora de preguntarse qué hemos perdido con la práctica desaparición de cualquier referencia a la ética empresarial y su sustitución por términos como RSE, empresa y sociedad, valores o liderazgo. Porque me temo que en este hecho se juegan cuestiones mucho más sustantivas de lo que estamos dispuestos a reconocer” y que *“la RSE ha lidiado mal con la cuestión de los valores”*. Menciona sin embargo que *“en los últimos años el discurso sobre la responsabilidad ha vuelto a abordar cuestiones de carácter más personal cuando se ha caído en la cuenta de que no es posible tener empresas responsables sin personas que lo sean. Este abordaje se ha producido mediante la conexión entre liderazgo y responsabilidad: liderazgo responsable.”* Lo cual Lozano relaciona con la época que estamos viviendo, “una época en la que probablemente compensamos las incertidumbres que nos abruma con una demanda de liderazgo, en el fondo a la espera insensata y casi mesiánica de los líderes que nos sacarán de los callejones sin salida en los que nos encontramos.”

Y nos plantea fuertemente: *“¿No será que la RSE se ha convertido en algunos casos en una burocratización de la ética? En informes y formatos que diluyen la esencia y que se convierten en más importantes que ella. Que el continente es más importante que el contenido. El bosque que no deja ver los árboles. Cuando la esencia de la responsabilidad es que se trata de un valor, que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral.”* En otras palabras, responsabilidad significa rectitud y ética. Porque según la RAE ético significa “recto, conforme a la moral” y la ética es el “conjunto de normas morales que rigen la conducta humana.” Esto es en general, y en este caso particular en lo que se refiere a la ética profesional. (Aga, 2011)

5. LA FALTA DEL SENTIDO DE CULPA

Si bien la Responsabilidad Social Empresaria es un tema reciente, aun mas en nuestro país, mucho es lo que se ha escrito sobre ella y tanto más los planteos formulados sobre la ética en donde debe basarse. Una ética que no es posible encuadrarse solo en el ámbito empresarial, sino que abarca todas las dimensiones del actuar social del hombre.

Por ello, para finalizar este capítulo queremos plasmar en este trabajo de investigación el pensamiento de Antonio Argandoña, disparador de lo que intentaremos profundizar en los capítulos siguientes.

“Hay muchas causas por las que decimos que es poco eficaz nuestra predicación sobre la ética. Pero hay una que, lamentablemente, tiene muy escaso reconocimiento en nuestros días: la falta del sentido de culpa y, consiguientemente, la falta de perdón, o mejor, la falta de disposición a pedir perdón y a corregir nuestra mala conducta.”

Argandoña nos invita en su trabajo a pensar nuestras empresas en situaciones concretas: cuantas veces hemos dibujado los números de nuestros balances, hemos hecho cuadrar con el lápiz las declaraciones juradas fiscales, aumentando nuestros beneficios en perjuicio del Estado, no solo incumpliendo las leyes, sino algunos preceptos morales, nuestro deber ciudadano. Porque esta acción no es otra cosa que una mentira, y no pagar los impuestos justos es una injusticia ante mis conciudadanos. Y es aquí donde nacen las justificaciones; los políticos son todos corruptos, el gasto público es un gran robo al pueblo, todos se enriquecen a costas de otros. Pero si nos atrevemos a interpelarnos más, no solo he faltado a la verdad sino que en mí actuar he empujado a otras personas a proceder de este modo, a mi contador actuando de manera profesional y éticamente incorrecta. Y estas mentiras han empujado a faltar a la justicia, a actuar contra las buenas prácticas profesionales, a dañar a la sociedad. Estos son algunos de los motivos para el sentido de culpa, pero volverán a sonar las excusas; que no pasa nada, que lo hace todo el mundo, que eso de la ética no es de las empresas.

“El caso es que no me siento culpable moralmente: no he hecho nada malo y tengo un montón de justificaciones. En definitiva, la posición de mucha gente excluye la existencia de culpa, no ya jurídica, sino moral. Todo esto es importante porque a partir de ese reconocimiento de la culpa, de mi culpa, puedo empezar a poner los medios para corregirlo. Puedo pedir perdón. Y puedo tomar medidas para que aquella acción inmoral no vuelva a repetirse.”

“La moral conserva su seriedad solamente si existe perdón; un perdón real, eficaz; de lo contrario cae en el puro y vacío condicional”, señalaba el entonces cardenal Ratzinger. Cabe señalar que este perdón no es arbitrario y es generador de cambios, que transforma las conductas dañinas en búsqueda de nuevas y buenas prácticas. Y no solo eso, sino que reconoce el vínculo con las anteriores comprometiéndose con las consecuencias y reparación de las misma. Esto es ser consientes cien por ciento de las acciones propias, para enfrentarnos a la cotidiana tarea de encaminarnos a una ética integra, pero sobre todo real.

El autor nos termina acercando a la RSE y nos invita a preguntarnos, otro nuevo disparador: *“Esto vale también para la Responsabilidad Social, esa forma “light” que para muchos es la ética en la empresa. Porque el razonamiento es el mismo: si hasta hoy he sido irresponsable (con mis proveedores, mis empleados, mis clientes, el medio ambiente o la comunidad local), tendré que reconocer mi culpa, pedir perdón, compensar y poner los medios para corregirlo. ¿O es que ser socialmente responsable va a resultar indoloro?”* (Argandoña, 2014)

CAPÍTULO II. INTRODUCCIÓN A LA RSE

1. VALORES SOCIALES

Los valores son considerados como referentes que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. Son guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social.(Martinez,2007)

El objetivo de la empresa, evoluciona y varía en función de los valores sociales que dominan, en otras palabras, el objetivo de la empresa va cambiando con el tiempo porque en cada momento hay una valoración social distinta de lo que se les exige a los trabajadores, a los empresarios, a los políticos o a los universitarios.

Esa es la razón por la cual lo voluntario y lo obligatorio evolucionan con el tiempo, del mismo modo que lo hacen los valores sociales.

Dada la magnitud de las empresas y la despersonalización de su responsabilidad, existen normas que suponen una obligación, siendo la empresa sometida a algún tipo de sanción ante su incumplimiento.

¿Debemos ver esta responsabilidad como una acción obligatoria o voluntaria? La respuesta se puede ver influenciada en función de la consecuencia de no ser responsable. Los esquemas mentales nos pueden llevar a considerar que lo que es obligatorio normativamente es lo importante mientras que lo voluntario es más accesorio y prescindible. “Hacer ver que alcanzar el éxito empresarial y ganar dinero, hacer una empresa más sólida y prestigiada, generar confianza hacia los grupos de interés y recibir su reconocimiento, etc., ¡no es una acción obligatoria! Nadie nos obliga a ello, y sin embargo es lo más importante. Cumplir las normas es la obligación”. (Canyelles, 2012)

Entendemos la RSE como el compromiso ético y voluntario que toda empresa tiene frente a terceros o frente a sus grupos de interés para satisfacer sus necesidades y las de la empresa. Las empresas exitosas de hoy toman sus decisiones pensando en el bienestar de estos grupos (clientes, comunidad, empleados) en pro de su desarrollo y transformación. “Una empresa no es un miembro aislado de la sociedad, sino que es parte activa de ésta, pues es allí donde desarrolla su operación y

es hacia ella donde deben retornar beneficios. Es por este motivo que se debe incluir la RSE en el modelo de gestión, asumiendo un compromiso.” (Vargas, 2012)

2. LA EMPRESA EN LA SOCIEDAD

Las empresas actúan en sistemas sociales y económicos cada vez más complejos, en los que son objeto no solo de presiones comerciales y económicas, sino también de presiones sociales y medioambientales por parte de las autoridades públicas, grupos sociales, consumidores, proveedores así como de sus propietarios, gestores y trabajadores.

La principal contribución de las empresas por lo que respecta a abordar los múltiples desafíos del desarrollo sostenible, el empleo productivo y el trabajo decente, se funda en la creación y el crecimiento de empresas viables. Esto abarca las actividades fundamentales de las empresas, tales como aportar productos y servicios seguros, generar ingresos e inversiones, crear puestos de trabajos decentes, entre otros.

Los criterios sociales y medioambientales, influyen cada día más en las decisiones que adoptan los consumidores y en las decisiones de las personas y las instituciones en materia de inversión.

Aunque hay razones imperiosas, de carácter ético o normativo, y a menudo una justificación económica importante, para que las empresas integren en sus actividades las exigencias sociales y medioambientales, tal como se observa en las normas internacionales o de otro nivel, eso no implica que todas las empresas vayan necesariamente a hacerlo. Tampoco invalida el importante papel que puedan desarrollar y fomentar la constitución y crecimiento de empresas sostenibles. (Oficina Internacion del Trabajo, 2007)

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el último siglo y hasta hace algunos años, la única responsabilidad de la empresa era generar utilidades e incrementar sus resultados y así crecer económicamente en el tiempo. Pero esta concepción ya no es aceptable hoy en día, ya que: “a partir de los cambios que ha sufrido el mundo a lo largo de los años el desempeño de las empresas impacta positiva o negativamente en la calidad de vida de sus empleados y de la comunidad donde opera”. (Martinez Herrera, 2005)

Por lo que la responsabilidad social abarca varios aspectos, desde su influencia dentro de la empresa, hasta su influencia fuera de ella. Lo que implica comunicación y diálogo con diferentes públicos que se relacionan con la misma, es decir que para que una empresa actúe de manera socialmente responsable desde esta amplia visión, es necesario que el concepto forme parte de las actividades de gestión de la empresa, de sus procesos de decisiones, planeamientos, estrategias de negocio, etc. para que pase a formar parte integral de la misma.

Para practicar la responsabilidad social de las empresas es esencial el compromiso de la alta dirección, así como una forma de pensar innovadora, nuevas actitudes, una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bidireccional que pueda estructurar una retroalimentación y un ajuste permanente.

La responsabilidad social empresarial es entonces el compromiso de identificar los problemas de interés público como medio ambiente, pobreza, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y analfabetismo y que compete a todo tipo de organizaciones (empresa, estado, universidad) para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad, con el aporte de soluciones basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno. (Viteri Moya, 2014)

A partir de que las empresas pueden impactar positiva o negativamente a grupos y comunidades que se vinculen con su operación, deben buscar la manera de responder ante estos desafíos, buscando minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos.

La RSE, además, es sinónimo de ciudadanía corporativa, ¿Qué quiere decir esto? Que la empresa, siendo una persona jurídica integrada por personas naturales, debe ser también un buen ciudadano, cumpliendo así con sus deberes, tanto con los mandatos legales como así también con las normas éticas. Naturalmente en relación con sus grupos de interés. En la práctica, esto implica el deber de la empresa a contribuir como decíamos anteriormente en la solución de los mayores problemas sociales. Lo que antes se consideraba responsabilidad exclusiva del gobierno o el estado. (Oshiro, Luis. 2014)

Además de tener en claro el concepto de RSE, es necesario también tener en claro lo que no es.

Encontramos otros tipos de actuaciones, tales como filantropía, que etimológicamente significan “amor a la humanidad”. Existen organizaciones, personas o comunidades que trabajan sin fines lucrativos, con el único interés de ayudar a los demás, lo cual se consideran actos filantrópicos. Por otro lado, cuando existen otros intereses, podemos hablar de “marketing con causa” que es la

utilización de las acciones sociales vinculadas a una empresa para publicitar su imagen. Básicamente, la empresa socialmente responsable encuentra su equilibrio entre el interés propio empresarial, que se relaciona con la razón de su existencia, es el objetivo de obtener un beneficio y el de las personas que pueden afectar o son afectadas por sus actividades (llamadas también “stakeholder”).

4. STAKEHOLDERS

“Los stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa, se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa.”(Urroz,2010)

Existen dos grupos de interés:

Primarios: son aquellos fundamentales para el operar de una organización, incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio. Como por ejemplo accionistas, clientes, proveedores y trabajadores.

Secundarios: son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero sí pueden afectar o verse afectados por acciones de la misma. Podemos nombrar a los competidores, medios de comunicación, entre otros.

En la medida que exista una apertura de diálogo entre una compañía y estos grupos de interés, esta se verá potenciada con un aprendizaje y un intercambio de experiencias, con las que podrá generar una relación integral con su entorno y así poder desarrollar estrategias para lograr ser una organización sustentable, cuando la compañía tiene conocimiento acerca de lo que quieren estos grupos, es más fácil desarrollar fórmulas que los favorezcan. (Navarro García, 2008)

5. INTERESES UNIVERSALES

A partir de lo consultado en la obra “responsabilidad social y corporativa. Teoría y practica” de Navarro García, podemos decir que existen tres tipos de intereses: particulares, grupales y universales. Se deberían adoptar los intereses universales como guía para la definición de sus estrategias y de su responsabilidad social.

Un stakeholder no será comprendido solo como un afectado por la actividad empresarial, sino como un interlocutor válido, es decir que debe ser incluido en las decisiones y actividades de la

empresa. Así, todos los afectados por la actividad de la empresa serán considerados como interlocutores válidos de la misma, cuyos intereses serán tenidos en cuenta.

Un stakeholder válido posee poder tanto de carácter estratégico o instrumental como comunicativo, entonces es potencialmente generador de entendimientos y acuerdos acerca de intereses universales.

Debe exigirse el diálogo para la búsqueda de acuerdos acerca de las normas y procedimientos empresariales que respondan a intereses generables para guiar la dirección empresarial, el diálogo deberá basarse en la sinceridad de interlocutores, en la inclusión de los afectados y, finalmente, en la igualdad y reciprocidad entre los participantes.

Bajo este modelo desaparecen los intereses particulares o grupales y partiendo de este enfoque ético, una empresa podrá considerarse ética cuando encuentre el acuerdo de todos los implicados, un acuerdo que no será considerado como un hecho sino como un proceso. (Navarro Garcia, 2008)

6. PRÁCTICAS DE RSE

Tomas Perdiguero y Andrés García, autores del libro “la responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial”, nos ofrecen interesantes instrumentos para tener en cuenta a la hora de definir modelos de gestión dirigidas a la obtención de buenas prácticas de RSE, explicándonos además el significado de la misma:

“una buena práctica de RSE es una Iniciativa que propone formas de actuación innovadora, sostenible, pertinente y eficaz para crear valor a la empresa y algunos de sus grupos de interés, y que son susceptibles de ser transferidas a otros contextos.

Instrumentos que permiten la adopción de un modelo de gestión en RSE:

- Respeto y fomento de los derechos humanos: no discriminación, políticas activas de participación de la mujer y minorías.
- Condiciones laborales: tipo de trabajo y desarrollo personal, seguridad e higiene en el trabajo, programas de formación, empleabilidad, conciliación de vida familiar, participación de los trabajadores en la empresa.

- Procesos de producción y venta: materiales y clases de energía que utiliza, calidad de los productos o servicios y posible utilización posterior, política de subcontratación, marketing y publicidad.
- Relación con el medio ambiente: política diferida y pública ante la conservación, protección y mejora del medio ambiente. Realización y posterior cumplimiento de auditorías externas. Evaluación, control y prevención de la actividad sobre el medio ambiente.
- Política informativa: transparencia y publicidad en las decisiones directivas, auditorías éticas, criterios públicos de calidad.
- Participación en los procesos de educación, cultura y arte: colaboración en programas de formación e integración de la juventud, recuperación de las tradiciones. (Garcia Reche & Perdigues, 2005)

7. ANTECEDENTES

La RSE cada día está tomando más importancia en las organizaciones y empresas en el mundo, es por esto que se hace necesario implementar una política o estándar que dirija la implantación de prácticas empresariales que apunten a un desarrollo sostenible.

De aquí surge una serie de informes, reportes o memorias de sostenibilidad que permite a la empresa diferenciarse respecto a otras en cuestiones como la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral y el respeto de los derechos humanos, sin olvidar a las partes interesadas que desean estar informadas.

Los estándares más importantes a los cuales las organizaciones pueden acceder para implantar la RSE se encuentran descritos en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO III. REGLAMENTACIÓN DE LA RSE

1. PACTO GLOBAL

A. CONCEPTO

El Pacto Global de las Naciones Unidas lleva a las empresas a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y anticorrupción. Surge en la sede de las Naciones Unidas en julio del año 2000 y participan en él más de 46 naciones del mundo.

Según el Secretario General de Naciones Unidas (ONU), “esta iniciativa busca contribuir a una serie de valores y principios compartidos que den una cara humana al mercado global”.

El Pacto no es un código de conducta con fuerza legal, se trata de una iniciativa a la que las empresas adhieren voluntariamente siempre que quieran fomentar el crecimiento sustentable y formar parte de un grupo de participantes comprometido, creativo y responsable.

Las empresas que participan representan diversas industrias y regiones geográficas, pero encuentran en común una posición de liderazgo y una visión de crecimiento global de manera responsable que considera los intereses de un amplio grupo de interesados, abarcando empleados, inversionistas, clientes, grupos sociales, industriales y comunidades.

B. PRINCIPIOS

Los principios que contiene el Pacto Global surgen de Convenciones, Declaraciones y Tratados internacionales.

- Derechos Humanos

Basados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que consideran a los seres humanos libres e iguales en dignidad y derecho, dotados de razón y conciencia como para comportarse fraternalmente los unos con los otros. Lo que promueve el ejercicio pleno de nuestras cualidades, inteligencia, talento y espiritualidad.

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.

La comunidad empresarial tiene la responsabilidad de hacer que se respeten los derechos humanos tanto en los lugares de trabajo como en su esfera de influencia más amplia. Se reconoce que el comportamiento ético contribuye a mejorar la producción en las empresas.

2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

Las empresas tienen el reto de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos. Para alejarse de esta situación pueden plantearse la posibilidad de realizar una política proactiva en favor de los derechos humanos.

- Normas Laborales

Incorporados en la Organización Internacional del Trabajo, las partes más directamente interesadas procuran que se adopten valores y se materialicen a través de la actividad de las empresas.

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.

El establecimiento del diálogo permite tanto a trabajadores como a empleadores mejorar sus problemas recíprocos y crear ambientes de trabajo ético.

4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.

Las empresas deben conocer todas las formas y causas por las que se produce el trabajo forzoso así como las modalidades que adopta en cada rama de actividad, para poder actuar y evitar que se produzca.

5. La abolición del trabajo infantil.

La explotación económica en el trabajo puede poner en peligro su salud, integridad moral y dificultar su desarrollo. Las acciones de las empresas deben centrarse no sólo en los lugares de trabajo sino también en la comunidad en la que residen.

6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Se considera la diversidad cultural como una oportunidad y un componente integral para el desarrollo de las sociedades, en tanto que el diálogo de las diferencias fomenta la inclusión y estimula la conciencia. Las empresas deben desarrollar y promover una política de igualdad de oportunidades, responsabilidad social corporativa y ética en el trabajo.

- Medio ambiente

La Declaración de Río sobre el Medio ambiente y Desarrollo constituye la base de los siguientes principios del Pacto Global. Sostiene que el hombre tiene el derecho de libertad, igualdad y condiciones aptas para la vida, por lo que constituye responsabilidad suya la protección y mejora del medio ambiente y su salvaguarda para generaciones actuales y futuras.

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.

Los dirigentes políticos deben mantener un enfoque preventivo a favor de la protección medio ambiental, de forma que cada uno de los Estados actúe en función de sus posibilidades, evitando causar daños mayores.

8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Las empresas ganan legitimidad cuando satisfacen las demandas de la sociedad y la sociedad expresa una necesidad clara de desarrollar prácticas medioambientales sostenibles.

Cambio en la estrategia empresarial:

<i>Método tradicional</i>	<i>Método Responsable</i>
<i>Uso de recursos ineficiente</i>	<i>Productividad de recursos</i>
<i>Tecnología de punta</i>	<i>Producción más limpia</i>
<i>Relaciones Públicas</i>	<i>Gobierno Corporativo</i>

<i>Actitud Defensiva</i>	<i>Actividad Preactiva</i>
<i>Sistemas de Gestión</i>	<i>Ciclo de vida, diseño empresarial</i>
<i>Una sola forma, comunicación pasiva</i>	<i>Grupos de interés múltiple, diálogo activo</i>

FUENTE: GARCÍA, Reche Andrés. (2005). *"La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial"*. Barcelona: Universitat de Valencia.

9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

La función de la tecnología debe ser facilitar un servicio humano en lugar de centrarse en los productos en sí mismos. Las empresas tienen que difundir y emplear tecnologías medioambientales que reduzcan ineficiencias operativas y beneficien a los trabajadores.

- Anticorrupción

El Pacto Global incluyó un último principio desarrollado en forma conjunta con Transparencia Internacional, la Cámara Internacional de Comercio y la Oficina de Drogas y Delitos de la ONU. Los participantes deberán agregarlo a todos los esfuerzos de comunicación e implementación.

10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Se desafía a que las empresas se unan a los gobiernos, la ONU y a la sociedad civil para crear una economía global más transparente. (Pacto Global Red Argentina, 2000)

C. ADHESIÓN AL PACTO GLOBAL

Las empresas que desean participar deben presentar una carta de su presidente, director general o gerente general, demostrando su compromiso con el Pacto Global y también llevar a cabo las siguientes acciones:

✓ Apoyar al Pacto Global y sus diez principios y promoverlo públicamente: visión de la empresa, informe anual, comunicados de prensa y otros documentos públicos.

✓ Promocionar una vez al año una acción que dé ejemplo concreto del progreso consecuente de implementar los principios del Pacto.

D. COMUNICACIÓN DE PROGRESO

El Pacto Mundial ha adoptado una política sobre la comunicación de progreso, por la cual las empresas adheridas deberán realizar informes financieros anuales, informes de sostenibilidad, otros informes públicos, sitios Web y demás medios de comunicación. Cada año brindarán a las partes interesadas un indicador del compromiso constante, por lo que si no presentan una Comunicación de Progreso dos años consecutivos se consideran “inactivas” hasta que lo hagan. El Sitio Web del Pacto Global hará una distinción entre las empresas activas e inactivas.

“Las Comunicaciones deben incluir una declaración de la continuidad del apoyo al Pacto Mundial, una descripción de las medidas prácticas adoptadas para aplicar los principios y una cuantificación de los resultados mediante indicadores o sistemas como los elaborados por la GRI”. (Global Reporting Initiative).

2. ISO 26.000

A. DESCRIPCIÓN

ISO es una red de organismos nacionales de normalización y como consecuencia de una comprensión global relevante de esta red sobre la responsabilidad social surge en el año 2010 la publicación de la norma internacional ISO 26.000, que ofrece una guía para integrar la responsabilidad social en todo tipo de organizaciones, grandes, pequeñas o medianas, en sectores públicos y privados, en países desarrollados y en desarrollo. El objetivo primordial de esta norma es ayudar a las empresas a contribuir al desarrollo sostenible en sus tres dimensiones: económica, ambiental y social.

Los principios de la responsabilidad social que una organización debería respetar son la rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normativa internacional de

comportamiento, y respeto a los derechos humanos; por esto ISO 26.000 establece siete materias fundamentales para tratar la Responsabilidad Social, ellas son: 1. Gobierno organizacional, 2. Derechos humanos, 3. Prácticas laborales, 4. Medio ambiente, 5. Prácticas justas de operación, 6. Asuntos de consumidores, 7. Participación activa y desarrollo de la comunidad.

La aplicación de las normas se complementa con otros instrumentos e iniciativas relacionados con la RSE sin reemplazarlos, como el Marco GRI y el Pacto Global. La implementación de las normas ISO 26.000 puede constituirse en una ventaja competitiva, aumentar la reputación, atraer y retener trabajadores, clientes o usuarios, mantener la motivación, compromiso y productividad de los trabajadores, mejorar la percepción de los inversionistas, propietarios, donantes y comunidad financiera, mejorar la relación con otras empresas, gobierno, medios de comunicación, proveedores, organizaciones no gubernamentales, clientes y la comunidad donde opera.

B. GUÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Norma Internacional ofrece guías voluntarias diseñadas para empresas que quieran actuar de manera socialmente responsable. Una guía proporciona conceptos, antecedentes y tendencias de la responsabilidad social, principios y prácticas de integración, implementación y promoción dentro de la esfera de influencia, compromiso con las partes, y todo otro desempeño relacionado.

La orientación de la guía pretende ser clara y comprensible para usuarios no especialistas, como también objetiva y aplicable a cualquier sector o naturaleza de empresas, organismos públicos y ONG. ISO 26.000 es una herramienta de responsabilidad social dirigida a las organizaciones para que éstas logren pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones.

C. APLICACIÓN DE LA NORMA

La organización debe considerar las características de la responsabilidad social y su relación con el desarrollo sostenible, a partir de ello es recomendable que se tengan en cuenta los principios de responsabilidad social junto con los principios de cada materia fundamental en particular, como también el debido reconocimiento de la RS y el compromiso con sus grupos de interés para poder analizar las prácticas e iniciativas que sería factible desarrollar y tomar decisiones acertadas para la

empresa. Se podrá acceder a fuentes autorizadas e iniciativas voluntarias de RS para lograr una mejor orientación e integración de las prácticas sostenibles.

Esquema ISO 26.000:

<i>Título del capítulo</i>	<i>Número</i>	<i>Descripción de contenidos</i>
<i>Objeto y campo de aplicación</i>	<i>Capítulo 1</i>	<i>Objeto y campo de aplicación de la Norma Internacional, limitaciones y exclusiones.</i>
<i>Términos y Definiciones</i>	<i>Capítulo 2</i>	<i>Significado de los términos clave para comprender la RS y el uso de la Norma Internacional.</i>
<i>Comprender la RS</i>	<i>Capítulo 3</i>	<i>Factores y condiciones que han influido en la RS y que continúan afectando su práctica. Orientación para las pequeñas y medianas organizaciones.</i>
<i>Principios de la RS</i>	<i>Capítulo 4</i>	<i>Introduce y explica los principios.</i>
<i>Reconocer la RS e involucrarse con las partes interesadas</i>	<i>Capítulo 5</i>	<i>Prácticas de reconocimiento de RS de la empresa e involucramiento con sus partes interesadas. Proporciona orientación en las relaciones sobre la esfera de influencia.</i>
<i>Orientación sobre materias fundamentales de RS</i>	<i>Capítulo 6</i>	<i>Se proporciona información sobre cada materia fundamental relacionada con RS.</i>

<i>Orientación sobre la integración de la RS en toda la organización</i>	<i>Capítulo 7</i>	<i>Orientación sobre como poner en práctica la RS. Comprensión, integración, comunicación, credibilidad, progreso en el desempeño de la RS.</i>
<i>Ejemplos de iniciativas voluntarias</i>	<i>Anexo A</i>	<i>Listado de iniciativas y herramientas voluntarias relacionadas con la RS.</i>
<i>Abreviaturas</i>	<i>Anexo B</i>	<i>Abreviaturas utilizadas en la Norma Internacional</i>
<i>Bibliografía</i>		<i>Fuente de consulta a instrumentos internacionales reconocidos y otras normas ISO.</i>

FUENTE: ISO, Secretaría Central. (2010). "ISO 26.000 visión general del proyecto". Suiza: ISO.

3. MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD - GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

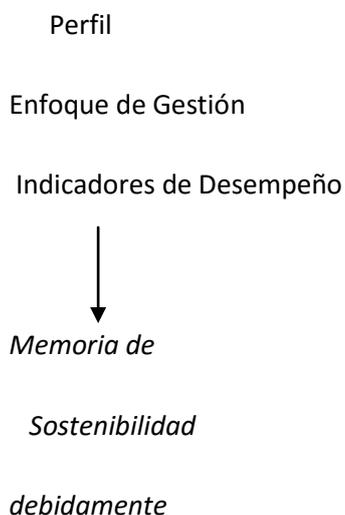
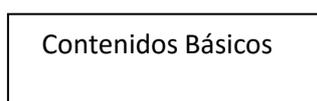
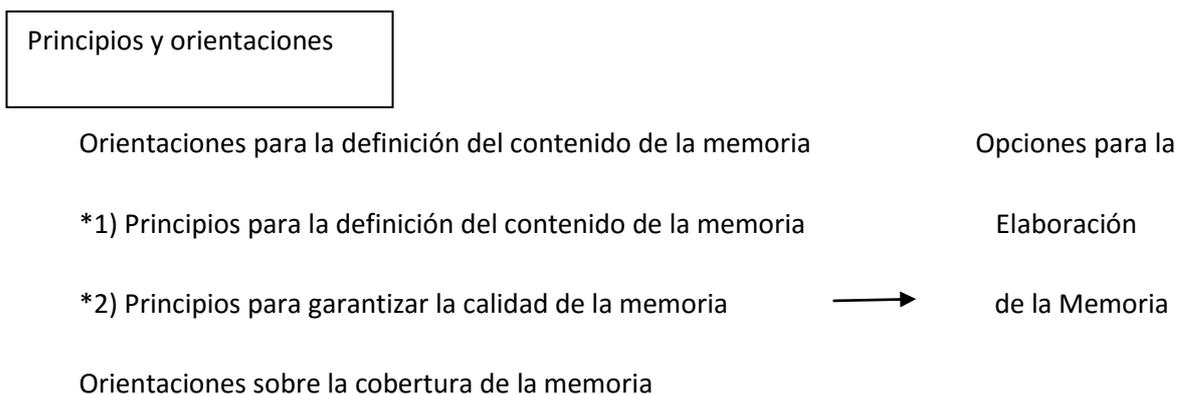
A. CONTENIDO

El marco GRI para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad es el nombre que se le da al conjunto de materiales ofrecidos por la GRI. El marco consiste en las Guías para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, los Suplementos Sectoriales y los Protocolos Técnicos y de Contenido de la Memoria. Este marco puede ser adoptado por empresas de diferente tipo, tamaño y lugar geográfico.

Como las empresas desean hacer sus operaciones más sostenibles, cada vez son más aquellas que crean procesos para elaborar memorias de sostenibilidad que permitan medir el desempeño, establecer metas y gestionar los cambios necesarios en la política de la organización y su estrategia de manera continua.

B. GUÍA DE ELABORACIÓN

La guía consta de un conjunto de principios que definen el contenido de la memoria y garantizan la calidad de la información brindada, también incluye contenidos básicos formados por indicadores de desempeño y ciertos aspectos técnicos requeridos. Existe una serie de protocolos de indicadores que proporcionan asesoramiento para la recolección de información, la redacción de las memorias y para garantizar su interpretación. También contiene Suplementos sectoriales que aportan ayuda e indicadores de desempeño para un sector en particular y Protocolos técnicos que proporcionan indicadores sobre algún aspecto práctico que surja durante el proceso de elaboración de las memorias.



enfocada

Cada uno de los principios consta de una definición, descripción y una serie de comprobaciones sobre su uso.

*1)

- Materialidad: impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la empresa y aquellos que influyen en las decisiones de los grupos de interés.

- Participación de los Grupos de Interés: describir como se ha dado respuesta a los intereses y expectativas de estos grupos.

- Contexto de Sostenibilidad: presentar el desempeño de la organización dentro de ese contexto global.

- Exhaustividad: engloba alcance, cobertura y tiempo que cubre la memoria.

*2)

- Equilibrio: valoración razonable del desempeño general.

- Comparabilidad: información consistente que permita a los grupos de interés interpretar los cambios experimentados por la empresa.

- Precisión: información precisa y debidamente detallada.

- Periodicidad: se sigue un calendario periódico para promover una toma de decisiones adecuada.

- Claridad: comprensible y accesible para el uso de los grupos de interés.

- Fiabilidad: la información y procedimientos seguidos podrán ser sujetos a examen y establecer la calidad de la información.

Una memoria de sostenibilidad en su cobertura debe incluir a todas las empresas que influyan en su desempeño y generen impactos reales y potenciales de sostenibilidad significativos y a todas aquellas sobre las que la empresa ejerza control o influencia significativa en las prácticas operativas y financieras.

Los contenidos básicos a tratar en una memoria se dividen en estrategia y perfil del alto nivel de la organización con respecto a la sostenibilidad, enfoque de gestión describiendo riesgos y oportunidades que se deriven de las tendencias en la sostenibilidad, relacionados con los objetivos alcanzados y los propuestos para el próximo período, indicadores de desempeño en sostenibilidad en dimensión económica, ambiental y social, ésta última abarca aspectos laborales, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre los productos.

C. NIVELES DE APLICACIÓN

Una memoria basada en la Guía de Elaboración GRI debe ser declarada por los responsables para demostrar en qué medida han aplicado el Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

Existen tres niveles de aplicación: C, B y A. Estas calificaciones podrán incluir un símbolo positivo (+) para indicar que se ha utilizado verificación externa. Con este método se comunica con claridad los elementos que se han tenido en cuenta a la hora de elaborar una memoria.

La empresa se autocalifica teniendo en cuenta los Niveles de Aplicación del GRI y puede solicitar comprobación de un tercero o de del propio GRI. Ésta auto declaración es indispensable para reconocer que una memoria esta basada en el Marco GRI.

Las empresas que hayan adoptado cualquier elemento del Marco de elaboración de memorias del GRI como base deben notificar a Global Reporting Initiative su publicación de cualquiera de las siguientes formas: 1. Notificar al GRI la publicación y proporcionar una copia impresa o una versión en formato electrónico. 2. Registrar su memoria en la base de datos online del GRI. 3. Solicitar que el GRI verifique su nivel de aplicación autocalificado.

D. PROTOCOLOS DE LOS INDICADORES

✓ Economía

Proporcionan información sobre flujos de capitales entre los grupos de interés e impactos económicos sobre la sociedad. Estos indicadores abarcan desde el desempeño económico, la presencia en el mercado, hasta los impactos económicos indirectos.

✓ Medio Ambiente

Reflejan causas y consecuencias sobre los recursos naturales debido a medidas que adoptan las organizaciones. Comprende aspectos de consumo de energía y emisiones de sustancias contaminantes.

✓ Prácticas Laborales y Trabajo Digno

La estructura de estos indicadores está basada en un marco de ética que conjuga crecimiento económico con igualdad de derechos. Abarca cuatro elementos: empleo, diálogo, derechos y protección.

✓ Derechos Humanos

Muestran los impactos que la actividad de la empresa tiene en los derechos humanos y civiles de los grupos de interés, promueven el respeto, la calidad del trabajo y el entorno laboral adecuado. Los indicadores sobre derechos humanos engloban aspectos básicos de los derechos humanos, capacidad en formación y procedimientos, integración en las relaciones externas con la organización.

✓ Sociedad

Se centran en los impactos de la empresa en la comunidad en la que está inserta, y en la gestión de las relaciones con otras instituciones sociales. Brindan información sobre sobornos, corrupción, políticas públicas, prácticas monopolísticas, leyes y reglamentaciones distintas de las laborales y medio ambientales.

✓ Responsabilidad sobre productos

Muestra los efectos de la gestión de productos y servicios sobre los clientes y usuarios, con el objetivo de evitar peligro para la salud y garantizar seguridad. Comprende aspectos de salud y seguridad, productos y servicios, marketing y privacidad.

E. USO CONJUNTO CON LA NORMA ISO 26.000

Las orientaciones de ISO en responsabilidad social marcan el valor que tiene para las partes interesadas que las empresas realicen reportes públicos sobre el desempeño de la responsabilidad social. Esto está alineado con la misión del GRI de hacer públicas las prácticas del desempeño económico, social y ambiental. Además las orientaciones de ISO ofrecen una serie de prácticas para organizar las actividades que puede ayudar a las empresas a influir en el proceso de reporte.

ISO 26.000 sostiene que no sólo se deben informar sobre los asuntos que afectan a los grupos de interés, sino también aquellos asuntos significativos y relevantes que le ocurran a la empresa. GRI toma un enfoque similar, basándose en el principio de materialidad, es decir que son asuntos materiales aquellos que generan impactos económicos, sociales o ambientales y los que afectan la toma de decisiones de los interesados en la organización.

“Si bien la norma ISO pretende que se comuniquen los objetivos, logros y deficiencias en responsabilidad social, que es consecuente con la información del GRI sobre el perfil y el enfoque de gestión, esta norma plantea el método de medición del desempeño basado en indicadores pero no brinda estructura alguna para comparar el desempeño período a período”. GRI. (2000-2011). "Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad".

3. NORMA OHSAS 18001:2007

A. INTRODUCCIÓN

Esta serie de normas han sido desarrolladas en respuesta a la demanda de los clientes por una norma para un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional contra la cual sus integrantes de gestión puedan ser evaluados y certificados. Ha sido desarrollada para ser compatible con las normas de gestión ISO 9001:2000(Calidad) e ISO 14001:2004 (Ambiental), con el propósito de facilitar la integración de los sistemas de gestión de la calidad ambiental y de la seguridad y salud ocupacional en las organizaciones que lo deseen hacer. Estas normas y su contenido serán considerados como una Norma internacional.

B. ALCANCE Y CAMPO DE APLICACIÓN

Esta serie de normas especifica los requisitos para un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional que permita a una organización controlar sus riesgos y mejorar su desempeño. Es aplicable a cualquier organización que desee establecer un sistema de gestión para eliminar o minimizar los riesgos a su personal y otras partes interesadas, quienes podrían estar expuestos a peligros relacionados a sus actividades. La organización debe establecer, documentar, implementar,

mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de acuerdo con los requisitos establecidos en la norma y determinar cómo los hará cumplir.

La alta gestión debe garantizarse que su sistema de gestión es apropiado a la naturaleza y magnitud de los riesgos de la organización, incluye también un compromiso de prevención de lesiones y enfermedades y de mejora continua, proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos y debe estar comunicada a todas las personas que trabajan bajo el control de la organización con la intención de que ellos estén conscientes de sus obligaciones individuales.

C. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

La alta dirección debe revisar el sistema de gestión de la organización en intervalos planificados para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continua. Los resultados relevantes de la revisión por la dirección deben estar disponibles para el proceso de consulta y comunicación. (OHSAS, 2007).

5. NORMA SA 8000

La norma SA 8000 surgió en 1997 en EEUU con la misión de “mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial”. Se elaboró por un grupo de expertos reunidos por la Agencia de Acreditación del Consejo sobre Prioridades Económicas, compuesto por individuos de organizaciones que representaban a diversas partes interesadas. Esta norma se basa, a su vez, en otras normas de derechos humanos internacionales ya existentes, entre otros, por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo.

Sus características distinguidas son:

- 1 Es una norma internacional certificable.
- 2 Define los requisitos acerca de las prácticas de empleo sociales de fabricantes y proveedores.

3 Es aplicable a instalaciones de cualquier tamaño y ámbito geográfico, así como para todo tipo de sectores de actividad.

4 Es uniforme y auditable por terceras partes.

5 Está sujeta a revisiones periódicas.

6 Esta elaborada por partes interesadas (empresas, ONG, sindicatos, entre otros).

7 Entre las áreas cubiertas se encuentran el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y negociación colectiva, discriminación, practicas disciplinarias, horas de trabajo, compensación y sistemas de gestión. (SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNACIONAL. 2008).

6. NORMA AA 1000

La serie de normas Accountability 1000 (AA 1000) ha sido elaborada por una organización internacional sin ánimo de lucro con la participación de multinacionales, organizaciones no gubernamentales, académicos y empresas consultoras.

Esta serie de normas ha sido elaborada para proveer a las organizaciones de cualquier sector, tamaño y región de unos estándares de mejora de la sostenibilidad.

Las características principales son las siguientes:

- Cubre todos los resultados de la organización, económicos, sociales y ambientales, es decir el “desempeño sostenible”.
- Examina como una organización conoce, comprende e integra a los diferentes grupos de interés.
- Se centra de manera especial en las partes interesadas y en la precisión de la información que se provee, así como en las políticas de la organización y el cumplimiento de las regulaciones obligatorias.
- Establece los criterios para el aseguramiento de las declaraciones públicas, de forma que se fomente la credibilidad de los reportes de sostenibilidad.

(AccountAbility. 2008).

7. NORMA SGE 21

Norma desarrollada por Forética, Asociación de Empresas y Profesionales de la Responsabilidad Social Empresarial en España, cuyo fin es fomentar este ámbito de la gestión entre las organizaciones. Dicha norma nace de la demanda por parte de las empresas para contar con herramientas que permitan asegurar un alineamiento entre la gestión y los valores de cada organización.

Su característica principal es que es una norma que permite establecer, implantar y evaluar en las organizaciones un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés, como clientes y consumidores, proveedores, empleados, entorno ambiental, accionistas, competencia, entorno social y Administración.

Es aplicable a cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño y sector de actividad y trabaja sobre nueve áreas de gestión que son:

- Alta Dirección
- Clientes
- Proveedores y Subcontratistas
- Recursos Humanos
- Entorno Social
- Entorno Ambiental
- Inversores
- Competencia
- Administraciones competentes

(SGE 21. 2008).

8. NORMA UNE 165010 EX

Esta norma desarrolla un sistema de gestión de RSE, nace por el interés demostrado por las organizaciones en dar respuesta a la demanda social existente en relación a los impactos generados por sus actividades en la sociedad y en el medio ambiente y los comportamientos éticos, sociales, laborales, ambientales y de respeto de los derechos humanos. Fue desarrollada por AENOR (Asociación Española de Normalización).

Establece criterios para mejorar la actividad de la organización en relación con la RSE aplicable a cualquier organización. Su contenido deberá considerarse como adicionales a los convenios internacionales, especialmente la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, la Convención de los Derechos del Niño de la ONU, los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo y tratados internacionales ambientales como la prevención al cambio climático.

Menciona criterios en el campo ético, social, laboral, ambiental, económico y de respeto de los derechos humanos, de una forma transparente y responsable, sirviendo de base para un sistema eficaz que les permita llevar a la empresa hacia una mayor sostenibilidad.

9. RESOLUCIÓN TÉCNICA 36 – BALANCE SOCIAL

A. INTRODUCCIÓN

La Junta de Gobierno de la Federación Argentina de Consejos Profesionales dicta la resolución Nº 36 para la preparación de un Balance Social con el fin de presentar el desempeño de las empresas de manera sustentable. El modelo que promueve esta resolución se basa en el trabajo que desarrolla Global Reporting Initiative (GRI) de una Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad que comprende las tres dimensiones económica, social y ambiental. El objetivo de la RT 36 es establecer criterios para la preparación y presentación del Balance Social.

El Balance Social incluye una Memoria de Sustentabilidad y un Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD). Y podrá presentarse junto con los Estados Contables del ente, o por separado, haciendo referencia a dichos estados.

B.ESTADO DE VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Su objetivo es poner en evidencia el valor económico generado por la empresa y su distribución bajo el período bajo análisis. El valor económico surge de la diferencia entre las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio, es decir que se genera no sólo por la propia organización sino por aquellos grupos sociales involucrados con ella.

El beneficio empresario es la porción correspondiente a los propietarios cuando se distribuye el valor económico generado. Por ello el EVEGyD muestra como las empresas contribuyen a la formación del Producto Bruto Interno.

La presentación del mismo debe acompañar al Balance Social y es parte integrante de él. La distribución del valor económico generado debe ser expuesta, como mínimo, en los siguientes aspectos 1. Remuneraciones al personal. 2. Al estado. 3. Retribuciones al capital de terceros. 4. A los propietarios. 5. Ganancias retenidas. (CENCYA. 2011)

10. PROYECTO DE LEY NACIONAL

A. OBJETO

El proyecto de ley impulsado por el diputado Fernando Yarade tiene por objeto promover la realización de conductas socialmente responsables en búsqueda de la protección ambiental y el desarrollo sustentable, como también determinar atribuciones legislativas en las políticas públicas de responsabilidad social empresaria. Las conductas responsables deben brindarse en conjunto con el objetivo que persiga la empresa. El proyecto propone la presentación de un Balance Socio Ambiental y las empresas que asuman el deber de realizar conductas socialmente responsables tienen que contar un código de conducta que se conformará con las debidas prácticas de responsabilidad social empresaria. (Proyecto de Ley RSE, 2011)

B. ESTRUCTURA

El Balance Socio Ambiental que prepare la empresa deberá contener una descripción de los compromisos asumidos, las conductas socialmente responsables, las inversiones destinadas a solventarlas, los grupos de interés con que se relaciona en las actividades ordinarias y en las conductas socialmente responsables, tipo de auditoría a realizar para controlar este balance, exigencias legales, cumplimiento fiscal y obligaciones de derivar de acuerdos en materia de responsabilidad social empresarial.

La información se expondrá a través de indicadores de desempeño que establezca el Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas. En el caso que una conducta socialmente responsable no se informe dándose a conocer a los interesados, se presumirá que no ha sido realizada por la empresa.

Las empresas podrán promover y realizar prácticas de responsabilidad social empresarial como actos que contribuyan al desarrollo sustentable, constitución de fuentes de trabajo, campañas a través de medios de comunicación, brindar espacios comunes de información, servicios de capacitación, definir políticas públicas. Los gastos que deriven de estas prácticas podrán ser deducibles en el impuesto a las ganancias siempre que se presente el balance social respectivo. De esta forma las empresas serán reconocidas por sus correspondientes jurisdicciones con un distintivo especial a través de la información y datos que brinde el balance.

11. LEY PROVINCIAL 8.488

A. OBJETO

La ley de Responsabilidad Social Empresarial 8.488 surge en el año 2012 con el objeto de promover conductas socialmente responsables de las organizaciones en general con el fin de que se cumpla con la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera. Se aplica a todas las empresas que se encuentren radicadas en la Provincia de Mendoza, de forma obligatoria para las que cuenten con una cierta facturación y dotación de empleados, y en forma voluntaria para el resto.

B. BALANCE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL EMPRESARIA (BRSAE)

Es un instrumento para informar, medir y evaluar en forma precisa el resultado de la política social y ambiental de la organización. Las empresas asumen un comportamiento que debe abordar a resultados concretos, estos resultados serán medibles cuantitativa y cualitativamente. La presentación del BRSAE debe ser anual, a la fecha de cada cierre de ejercicio económico, y será público y de conocimiento libre hacia toda la población. En su contenido se muestran indicadores sobre los compromisos asumidos y el impacto social, teniendo como referencia los sugeridos por el marco Global Reporting Initiative (GRI) y las correspondientes modificaciones. Se debe utilizar el Índice de Responsabilidad Social Empresaria (IRSE) como instrumento de medición y evaluación del aporte de las empresas al bienestar de la sociedad mendocina.

C. CERTIFICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas podrán obtener el “Certificado de Empresa socialmente responsable” que acreditará que superaron el Índice de RSE en distintas y progresivas categorías, el que tendrá vigencia por un año. El mantenimiento de la certificación exige de la auditoría de su cumplimiento efectivo.

La empresa goza del derecho de utilizar este distintivo junto a su marca y las empresas adheridas voluntariamente que accedan a la certificación tendrán beneficios contractuales con el Estado Provincial y Municipal, acceso a líneas de créditos y financiación del Fondo de la Transformación y el Crecimiento de la Provincia, bonificación para el pago de impuestos, espacio físicos en eventos públicos provistos por el Estado Provincial y Municipal y en ferias nacionales e internacionales. También existe un premio anual a excelencia de empresas socialmente responsables. *(Ley Provincial 8488 de RSE.2012)*

CAPÍTULO IV. ÁMBITOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

1. ÁMBITO INTERNO

Para comenzar haciendo una descripción sobre el ámbito interno, es menestar recalcar lo mencionado por la red de capacitación de empresas “EAP Latina”(2013) en su artículo “La Responsabilidad Social Empresaria empieza desde adentro” el cual menciona que *“muchas organizaciones buscan asociarse con ONG y fundaciones que desarrollan tareas altruistas y las ayudan a lograr sus propósitos. Esto puede ayudar a mejorar su imagen, pero la filantropía no es verdadera RSE, en tanto no implica un cambio interno de gestión de la empresa. Se debe apuntar más bien a que estas se planteen una nueva forma de hacer negocios, en la cual se aprovechan los recursos de una manera sustentable y se actúa acorde a un compromiso ético.*

Encarar este cambio esencial es una tarea mucho más difícil que solamente poner dinero a disposición de causas nobles que otros llevan a cabo. Como todo cambio profundo hay que comenzar desde el núcleo, llevarlo paulatinamente hacia las capas superiores, y solo en las etapas finales, hacia el exterior, por lo tanto de aquí surge la necesidad de contar con una buena Responsabilidad Social Empresaria Interna a la organización como primera etapa para aplicar RSE en una organización. Además comenzar por el interior proporciona a la empresa un mayor control sobre las iniciativas y cada actividad que se desarrolle y una mejor evaluación de sus resultados”.

Esta no pretende sustituir a la Gestión de Recursos Humanos, sino más bien servir de guía para emparejar la forma en que esta se implementa con los principios y lineamientos que marca la primera. Tal como menciona Beatriz Otero de la Xunta de Galicia, *“Existen varias actividades concretas realizadas por el departamento de RRHH que benefician a la RSE; entre ellas se pueden mencionar”:*

- *La inversión en programas de formación permanente del personal.*
- *La búsqueda de una mayor diversidad de los empleados.*
- *La relación entre trabajo, familia y ocio.*
- *Igualdad de retribución para el desarrollo del mismo trabajo independientemente del sexo.*

- *Una selección del personal sin discriminación sino más bien por su talento y capacidad.*
- *Mantener informado a los empleados sobre la seguridad y salud en el trabajo.*
- *Ayudar a enfrentar sus problemas económicos y sociales.*

La integración de la RSE en las empresas no es una tarea fácil, porque existen una serie de barreras que impiden que esto se produzca de una forma natural, o de una forma rápida, entre ellas el desconocimiento de la idea y concepto de lo que es la responsabilidad social, el grado de nitidez para aquellos que si han oído hablar de ella, la falta de visión estratégica, la falta de herramientas específicas para que las empresas puedan aplicarla, la limitación de recursos tanto humanos como económicos que hacen que la empresa decida invertir en proyectos de RSE y por último la percepción del beneficio. (Xunta de Galicia, 2015)

Creemos conveniente abordar a posibles soluciones destacando tres grandes dimensiones para desarrollar una RSE Interna de una manera eficiente y pudiendo cada una brindar aportes para que en conjunto se logre una sinergia positiva en dicha organización.

A. RESPONSABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

Esta perspectiva está orientada a que se reproduzca en el ambiente organizacional una vivencia de los lineamientos y valores aportados por la RSE en cada departamento, en cada actividad y en cada persona de la organización, para ello debemos tener en cuenta sus procesos, procedimientos, herramientas e instrumentos.

Esto es tarea de cada una de las personas que se desarrollan e interactúan ahí dentro, pero más específicamente de los altos mandos, desde los cuales se proveen los lineamientos generales en estos conceptos. Para ello es importante que se desarrolle un Plan Estratégico para su correcta implementación.

Este Plan Estratégico va a contar con diferentes aspectos para poder enfocar el desarrollo desde diferentes aristas, que nos permitan realizar un análisis transversal y pormenor para llegar a entenderlo en su total amplitud.

En un primer lugar se contará con un buen gobierno para la empresa, esto va a permitir que cada decisión que se tomen en los altos mandos sea correcta y acorde a los principios sociales, para

que de esta forma haya una congruencia entre el ambiente organizacional y las decisiones que son emanadas de este grupo de personas.

Para ello es indispensable que garanticen la transparencia y el desempeño como buenos hombres de negocio en su hacer profesional. Para garantizar aún más que se cumplan estos requisitos, se podrá contar con un Comité de Ética que vele por el correcto cumplimiento de los imperativos éticos aplicables al desarrollo del negocio.

En segundo lugar se tendrán en cuenta las relaciones laborales, las cuales deben ser fundadas en un diálogo social, respeto mutuo y contar los trabajadores con sindicatos que actúen en su defensa.

También se deberá considerar las implicancias ante cambios o reestructuraciones en la empresa, trayendo como consecuencia desempleo, cambios en las políticas y modificaciones de fondo en la empresa por lo tanto se deberá equilibrar los diferentes intereses, informándose de manera adecuada a los directores en primera instancia para que conozcan los riesgos y opciones en su implicancia, ya que de lo contrario, se podrá afectar a la moral, la motivación, lealtad, creatividad y productividad de los trabajadores, que justamente no es el objetivo deseado. (Caneda, 2008)

B. RESPONSABILIDAD SOBRE LAS PERSONAS

El activo intangible más valioso que puede llegar a tener una empresa es el capital humano que son en definitiva las personas que la integran, por eso es de vital importancia su delicado tratamiento. Cada una de ellas es diferente por lo tanto requiere de un trato personal, logrando en la diversidad el fruto de diferentes aportes de capacidad y por lo tanto un aumento en el logro de los objetivos.

Para poder contar con el recurso humano apropiado es importante contar con un buen proceso de selección e integración, para lo cual desarrolla una tarea primordial el departamento de recursos humanos.

Actualmente el gran desafío de las empresas es lograr atraer a personal calificado y lograr su permanencia en la prestación de su servicio. Para ello se deberá incluir el aprendizaje permanente, retribución justa, políticas y ambiente digno como así también seguridad en su trabajo.

Contar con el personal adecuado se traslada luego a tener menos costos en accidentes y a lograr un equilibrio justo en el número de empleados.

Las prácticas responsables de contratación y de desarrollo laboral ponen énfasis en dos grandes aspectos a tener en cuenta:

- **La igualdad de oportunidades:**

Respaldado en la ley de leyes o ley suprema para todos los argentinos, en su artículo 14 consagrando que todos los habitantes poseen el derecho a trabajar y en su artículo 14 bis en el cual reza:

“El trabajo en sus diversas formas gozará de la protección de las leyes, que asegurarán al trabajador: condiciones dignas y equitativas de labor; jornada limitada; descanso y vacaciones pagados; retribución justa; salario mínimo, vital y móvil; igual remuneración por igual tarea; participación en las ganancias de las empresas, con control de la producción, y colaboración en la dirección; protección contra el despido arbitrario; estabilidad del empleado público; organización sindical libre y democrática, reconocida por la simple inscripción en un registro especial.

Queda garantizado a los gremios: concertar convenios colectivos de trabajo; recurrir a la conciliaciones y al arbitraje; el derecho de huelga. Los representantes gremiales gozaran de las garantías necesarias para el cumplimiento de su gestión sindical y las relacionadas con la estabilidad de su empleo.

El estado otorgará los beneficios de la seguridad social, que tendrá carácter de integral e irrenunciable. En especial, la ley establecerá: el seguro social obligatorio, que estará a cargo de entidades nacionales o provinciales con autonomía financiera y económica, administradas por los interesados con participación del Estado, sin que pueda exigir superposición de aportes; jubilaciones y pensiones móviles; la protección integral de la familia; la defensa del bien de familia; la compensación económica familiar y el acceso a una vivienda digna.” (Constitución de la Nación Argentina, 1994)

Por todo lo mencionado anteriormente podemos señalar que una persona va a estar en igualdad de oportunidades cuando puede desempeñar su tarea en forma justa tanto en su forma física, intelectual o personal. Así también cuando no se vea discriminada por cualquier causa, ya sea de sexo, raza, edad, proveniencia, desempleo, diferencias económicas ni privilegios sin justa causa.

A su vez, este trato no discriminatorio fomentará en primer lugar a la diversidad, y en la diversidad las diferentes opiniones que concluye en un trabajo forjado de diferentes

puntos de vista, y en segundo lugar se fomentará el logro de una mayor inserción en jóvenes profesionales, brindando un aprendizaje y seguimiento especial, y creando un ambiente de desarrollo y crecimiento continuo para las personas con menos calificación intelectual.

- **Motivación y salud en el trabajo:**

Es de gran importancia poder brindarle al trabajador la suficiente motivación para que el mismo se sienta parte de la empresa y con incentivo para realizar su tarea diaria. Para esto se deberá brindar un trabajo acorde a su capacidad, darle posibilidad de progreso, otorgarle premios y fomentar los trabajos en equipo.

Una buena cobertura de salud en el trabajo es un aspecto esencial, no solo como se entendía hace años atrás en donde se limitaba a la dimensión material en el uso de herramientas, sino que también se tiene que tener en cuenta la dimensión social y psíquica de cada persona en relación al trabajo. Esto va a depender en gran parte de las relaciones dentro de la organización, la forma de desarrollo de las tareas y la predisposición del trabajador para desarrollar dicha tarea.

Por lo tanto es tarea de la RSE interna prestar principal atención a problemas derivados del mal uso de las políticas mencionadas anteriormente que concluyen generalmente en un estrés laboral, por su no posibilidad de adaptación; la sobrecarga mental, en el caso en que la tarea supere a la capacidad del trabajador; el síndrome de “burnout”, sobrellevando a un agotamiento mental y en algunos casos hasta la muerte. (Caneda, 2008)

C. RESPONSABILIDAD SOBRE EL AMBIENTE LABORAL

Este concepto es de gran importancia a la hora de hablar sobre RSE Interna ya que un buen ambiente en las condiciones dignas va a permitirle al empleado y a la empresa un buen desarrollo de su actividad, previniendo muchos problemas y accidentes laborales, así como también una mejor y más eficiente organización, algo que es muy valorado a su vez por el cliente externo al establecer contacto con dicha organización.

Este clima laboral es algo que se tiene que ir desarrollando y construyendo continuamente, teniendo en cuenta mejores condiciones en todos los aspectos del trabajo.

Las prácticas de calidad total son una filosofía de trabajo que envuelve a todas y cada una de las actividades de la empresa, desde la dirección hasta el último empleado de la organización. El sistema de gestión de la calidad requiere la existencia de documentos escritos de los procedimientos que rigen el diseño, la fabricación, compra de materias

primas, almacenamiento, embalaje, conservación y entrega de los productos. De esta manera el sistema de gestión de la calidad proporciona los fundamentos necesarios sobre los que se puede construir tanto el sistema de gestión medioambiental como el de prevención de riesgos laborales ahorrando importantes recursos económicos. La prevención de riesgos debe gestionarse como cualquier otra actividad empresarial y asumir por parte de todo el equipo de dirección que unos resultados eficientes son defectos y errores de la gestión empresarial.

A su vez es importante que la empresa pueda desarrollar políticas para mejorar la RSE en la utilización de menos papel, papel reciclado, tipo de iluminación, analizar el tratamiento por parte de los proveedores en caso de compra de materia prima y otras prácticas que ayudan para que el medio ambiente pueda ser más saludable para todos y a su vez este ahorro energético y de costos lleva a obtener una mayor rentabilidad y competitividad.

La falta de preocupación de la empresa por el medio ambiente puede además de tener efectos negativos para el medio, dañar su propia imagen y su prestigio. Sin embargo la empresa puede sacar provecho del cambio de actitud de la sociedad respecto de la conservación del medio ambiente mediante la difusión pública de sus sistemas de gestión medio ambiental transformando una amenaza en una oportunidad de negocio.

Por último, es bueno recordar lo mencionado en el Pacto Mundial, el cual pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica, en sus ámbitos de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las esferas de los derechos humanos, las condiciones de trabajo y el medio ambiente para lograr así desde todos los ámbitos un desarrollo responsable.

Estamos convencidos de que ser socialmente responsable no es una cuestión de habilidad es una cuestión de elección, no se es más hábil que otras empresas, no es una cuestión de tamaño ni de sector, de actividad o de localización, es una cuestión de que hay empresarios que deciden ser socialmente responsables y hay otros que no. El paso fundamental en el que tiene que cambiar el sector empresarial es cambiar el paradigma, el objetivo de la empresa no es ganar dinero este es una consecuencia de las cosas que hace la empresa para ello. Una organización capaz de equilibrar lo económico, social y medio ambiental lo que está haciendo es garantizar su capacidad de sostenerse en el tiempo. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

2. ÁMBITO EXTERNO

La responsabilidad social empresarial es una nueva forma de hacer empresa, de crear valor, que pone énfasis en las personas. En efecto, una empresa socialmente responsable se caracteriza por compatibilizar sus propios intereses con los de sus públicos interesados, vale decir, trabajadores, clientes, proveedores, financistas, gobierno y la comunidad. Esta compatibilización de intereses es vista como una condición de sustentabilidad, por lo tanto, una empresa socialmente responsable es aquella que logra un desarrollo armónico de las distintas dimensiones de la responsabilidad social, la dimensión interna y externa. En otras palabras, una empresa contribuye al bienestar y desarrollo de la comunidad, pero que no se preocupa por mejorar las condiciones de trabajo de sus empleados no es una empresa socialmente responsable y está poniendo en peligro su propia sustentabilidad. La representación que empresarios y trabajadores tienen de su rol en la empresa y en este caso de la propia empresa, tanto en su dimensión interna como externa, concurre a la definición, estructuración y profundización de la responsabilidad social empresarial en la empresa en general, y en la pequeña empresa en particular.

La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial tiene que ver con los agentes del entorno que participan en el proceso productivo y se ejercería básicamente en la cadena productiva de la empresa y por lo tanto los códigos éticos de las empresas se expresarían concretamente en el desarrollo de una relación de respeto hacia el medio ambiente, el compromiso y las acciones de ayuda al desarrollo económico, social de la comunidad y en el desarrollo de prácticas comerciales responsables con sus clientes, inversionistas, proveedores, contratistas, distribuidores y por último con la sociedad y el estado.

Esta dimensión se refiere al respeto riguroso a los derechos de los clientes y consumidores que compran sus productos y servicios de sus proveedores, al respeto a los derechos humanos y a la no connivencia con la corrupción o con el soborno, y a la acción cultural, medioambiental o social de las organizaciones, entendida esta última como la asignación de recursos de la organización a proyectos relacionados con personas desfavorecidas en las comunidades donde esta opera y se desenvuelve. (Alfaya, 2002)

Por tanto, la empresa va a tener diferentes enfoques en los cuales debe hacer énfasis:

A. Clientes

En un primer lugar se encuentran los clientes, ya que la empresa debe contribuir con la mejora de su calidad de vida a través de productos y servicios de excelencia. También debe promover la inclusión financiera en el mercado y acompañar a cada sector de clientes con sus necesidades. Para ello se debe tener una universalidad en la atención de todos los segmentos de clientes y contar con una excelente calidad de servicio.

El cliente de hoy en día está exigiendo de las empresas mucho más que en el pasado y está tomando en cuenta, en sus decisiones de compra, los valores y principios de las empresas que patrocinan las marcas, esto está llevando a las empresas a redefinir las funciones del marketing para así enfocarse más hacia las nuevas necesidades insatisfechas.

Los consumidores afectan significativamente la sobrevivencia de la empresa en el mercado por ser el grupo que genera, mediante sus decisiones de compra, los ingresos de la compañía, sin estos la empresa no tendría como hacer frente a sus obligaciones con los demás stakeholders. Debido a esto, pasa a ser este el grupo de mayor relevancia para la empresa teniendo esta que adecuarse primordialmente a las necesidades insatisfechas de este grupo.

Cada vez más se empieza a tener en cuenta cómo se produjo el bien o servicio, el desarrollo sostenible, si contaminó, en qué medida, si perturba a la comunidad entre otros, es decir que cada día existe mayor exigencia para la empresa.

Existe un paradigma de relación llamado “Customer Centricity” que plantea la necesidad a las empresas de que tienen que conjugar la visión del producto y del cliente en forma integrada. Mientras que en la perspectiva centrada en el producto el objetivo es conseguir participación de mercado, en la visión centrada en el cliente el objetivo es conseguir al máximo su lealtad cubriendo y superando sus expectativas a lo largo del tiempo. La empresa centrada en el producto persigue el objetivo de venderlo a cuantos más clientes, mejor. Por el contrario las empresas centradas en el cliente tienen su foco en conseguir que estos le compren la mayoría de veces. Es decir, se pasa de la cuota de mercado, a la cuota de cliente. Un difícil equilibrio en muchas empresas donde los departamentos y estrategias de captación y fidelización no trabajan de forma coordinada, sino más bien compiten entre sí. De hecho hay pocas empresas que puedan demostrar estar centradas en el cliente desde las operaciones, no solo desde el marketing (Peppers, 2013)

B. Proveedores

Es importante que la empresa tenga una buena cadena de proveedores, que los mismos sean también socialmente responsables para poder así entender que está adquiriendo un producto que cumple con las normas de RSE.

La empresa debe cumplir en tiempo y forma sus contratos y compromisos e informar a los proveedores acerca de sus valores y códigos de conducta. Motivándolos así a desarrollar una actitud positiva de respeto y efectivo cumplimiento de los derechos de sus trabajadores.

Por lo tanto la elección de los proveedores es un tema importante y que no se puede dejar de lado y ésta no se debe basar en el que posea el mejor precio y calidad, sino que el panorama se debe abrir para poder analizar estas otras variables.

El propósito de la gestión de relaciones con los proveedores es permitir que la empresa mejore la comunicación, comparta con ellos una metodología, términos comerciales e información y mejore la familiaridad entre ellos con el fin de optimizar el proceso de suministro. A su vez la está destinado a que los proveedores se familiaricen con el negocio central de la empresa y con sus distintos productos para asegurar un proceso de suministro personalizado. Se define generalmente un proceso que consta de cuatro etapas amplias. En la primera, el diseño cooperativo, consiste en la integración de los problemas relativos al suministro desde el momento en que se diseña el producto al involucrar a los proveedores a través de una herramienta de diseño cooperativo mientras se aseguran costos mínimos en todos los niveles. En la identificación de los proveedores o abastecimiento, el objetivo es identificar proveedores potenciales y calificarlos de acuerdo a sus costos, capacidad de producción, plazos de entrega y garantías de calidad.

Al finalizar esta etapa se invita a los mejores proveedores a presentar ofertas. Luego la selección se realiza por medio de un mecanismo de subasta inversa, donde se invierten las funciones de comprador y vendedor. Se elige al proveedor de acuerdo con un sistema de selección que permite evaluar las propuestas según distintos criterios. La última etapa es la negociación, su propósito es formalizar el contrato entre la empresa y el proveedor que ha sido seleccionado. Es probable que se incluyan cláusulas relacionadas con la logística, las condiciones de pago, la calidad del servicio o cualquier otra obligación en particular". (Banco interamericano de desarrollo, 2011)

C. Comunidad

La empresa también debe desarrollar un fuerte desarrollo en este sector ya que está inmersa en una comunidad en la cual puede producir un efecto positivo o negativo porque

siempre impacta de alguna forma. Por eso es importante incentivar a través de programas a los sectores más vulnerables, promoviendo la educación, la salud y el empleo. Esto se puede lograr a través de programas de voluntariado corporativo, promoción laboral, siempre y cuando la empresa se pueda involucrar realmente con el problema y darse así una solución no momentánea sino lograr construir desde el principio con bases que perduren en el tiempo.

Empresa y comunidad es una relación que se debe trabajar de manera sistemática y con programas que entreguen soluciones efectivas a las personas que viven en el sector inmediato. El propósito es desarrollar proyectos de inversión social acordes a las necesidades del grupo humano. En la gestión responsable de las empresas, un ámbito fundamental es la vinculación con sus comunidades, es decir, con su entorno más cercano, aquel que las acoge y les permite la permanencia y desarrollo. Identificar las expectativas, necesidades y demandas de estas comunidades, como también integrarlas dentro de la estrategia de la empresa, es hoy en día una herramienta necesaria para asegurar su funcionamiento.

Las comunidades demandan de las empresas transparencia, comunicación y diálogo, para generar relaciones de confianza y pensadas en el largo plazo. Por eso, las respuestas no pueden basarse en acciones filantrópicas que generan vínculos de dependencia y que se desvinculan del corazón de cada negocio.

El propósito es que la relación empresa-comunidad sea pensada desde una perspectiva de inversión social, en donde la empresa se preocupe tanto del impacto económico como social de su acción. Se espera que instale capacidades y entregue herramientas que permitan el empoderamiento de las comunidades y se piense en la sustentabilidad del proyecto en el largo plazo, es decir, en su autofinanciamiento para evitar la dependencia con la empresa.

A la hora de definir una política de inversión social es importante especificar los ámbitos de acción que se desarrollan y los mecanismos de implementación que permitirán la consecución de los objetivos planteados. La evaluación de las acciones realizadas también cumple un papel relevante de forma de dar a conocer el impacto logrado por las políticas implementadas. La comunicación de los proyectos debe ser pensada como un proceso de transparencia que contribuye a la generación de confianzas en sus comunidades, trabajadores, accionistas y otros públicos de interés. Cuando se piensa un proyecto de inversión social, siempre se deben buscar posibles aliados que contribuyan, ya sea económicamente, por sus competencias, por su organización, u otros elementos, con los proyectos que se quieran realizar.

Por lo tanto con objetivos claros, definiendo los mecanismos de implementación, evaluando periódicamente los proyectos, comunicándolos de forma transparente a todos los involucrados y generando sinergias para lograr mayores impactos en las comunidades, es posible generar una práctica de vinculación con la comunidad exitosa, responsable, coherente e integral, que permita a la empresa generar relaciones a largo plazo y de confianza, facilitando mejoras en su rentabilidad y eficiencia.

D. Ambiente

También es muy importante gestionar nuestro negocio utilizando eficientemente los recursos y reduciendo nuestro impacto directo e indirecto en el medio que nos rodea, a través por ejemplo de la aplicación de diferentes sistemas de gestión ambiental como las "ISO", metas energéticas o sucursales eco - responsables. Y este aspecto no debe quedar solo en la empresa sino que debemos tener el valor de poder transmitirlo y concientizar a nuestros grupos de interés sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y tomar conciencia del cambio climático actual. El cuidado debe estar en todas las áreas de la empresa y en cada producto o servicio prestado, logrando así maximizar los aspectos positivos y minimizar los negativos.

Se debe tener siempre en consideración que la vida del ser humano se ve muy influenciada y afectada por el medio ambiente que le rodea, de tal modo que el desarrollo adecuado, e incluso la supervivencia de este, depende totalmente de la relación existente entre la empresa y el medio ambiente que nos rodea. Y es que al igual que sucede con una moneda, la cual posee dos caras, entre las relaciones empresa y medio ambiente ocurre exactamente lo mismo, ya que por un lado nuestro entorno nos suministra la energía y recursos que necesitamos para sacar provecho de ellos en nuestra operatividad empresarial. Mientras que por el otro lado, el hombre también se ve expuesto a las posibles agresiones que suceden en el medio ambiente, como ocurre en el caso de las inundaciones, las plagas, las enfermedades, las inclemencias climáticas o bien la privación de recursos. El problema de esto es que en nuestra sociedad actual, cuanto más se produce, más recursos son necesarios, y cuanto más se consume, más residuos y basuras se generan.

Por ello, las empresas deben comprometerse a cumplir con la preservación del medio ambiente, garantizando así el bienestar del ser humano y del medio ambiente, y para ello se deben cumplir las regulaciones legales y obligaciones en cada sector empresarial. Tal y como mencionó Margaret Thatcher en uno de sus discursos en el año 1988: *"La Tierra no*

puede ser el feudo de ninguna generación. Lo único que tenemos es un arrendamiento de por vida, con la obligación de mantenerla en perfectas condiciones.”

Una organización genera bienes y servicios, empleo, dividendos, pero también consume recursos naturales escasos y genera contaminación y residuos. Por eso es necesario que la Economía de la Empresa defina una visión más amplia de la empresa como sistema abierto tal y como se presenta en la figura, teniendo en cuenta que la empresa contribuye al deterioro del medio ambiente por tres razones. Primero, consume recursos naturales escasos a un ritmo que supera sus tasas de regeneración. Segundo, genera emisiones contaminantes y residuos a unos niveles superiores a las tasas de asimilación de la propia naturaleza. Y tercero al comercializar los productos desarrolla actividades de marketing que pueden fomentar un consumo excesivo por parte de la sociedad, dando lugar a nuevos consumos de recursos naturales y nuevas emisiones y residuos.

E. Gobierno

Según Norma Milán en su trabajo final para Master en Gerencia: *“Se torna relevante el rol que debe jugar el Estado, ya sea como regulador, promotor, sensibilizador y líder en el emprendimiento de acciones responsables con la Sociedad, el Medioambiente y la Economía desde su faceta como propietario de empresas públicas. Los factores que favorecen la asunción de la RSE son entre otros, la existencia de una política ambiental clara a nivel nacional y departamental y la implementación de instrumentos económico-financieros eficientes que incentiven los comportamientos responsables, los que entendemos no están presentes en nuestra realidad, en tanto si se identifican factores que no contribuyen a la causa.”*

Los empresarios ven necesario articular esfuerzos con el Estado y la sociedad civil. Desde el sector empresarial se ha señalado, en este sentido, que el desarrollo sustentable se puede lograr con el apoyo de tres fuerzas: una los empresarios innovadores, eficientes, que estén atentos a los mercados y a lo que este pasando en ellos; segundo: un estado flexible que fije reglas de juego claras para que las empresas puedan ser competitivas y de esa manera puedan desarrollarse y crecer; y una sociedad sana, educada y comprometida con el tema. Solo con la unión de estas tres fuerzas se podría llegar al desarrollo sustentable.

Para los empresarios, las alianzas con las organizaciones de la sociedad civil pueden resultar beneficiosas porque son mas eficientes que el Estado en la función de prestación de

bienes públicos. La pregunta que surge es cuál es el rol del Estado en el tema. Al decir, para que los empresarios puedan desarrollar sus tareas es imperativo que haya reglas del juego claras por parte del poder político, porque es la única forma de tener horizontes de mediano plazo con los cuales programar y así también enfrentar y administrar los riesgos, sin eso es muy difícil generar el factor confianza que es tan importante en el desarrollo.

En muchos países existen políticas de incentivos a las empresas que destinan parte de su presupuesto a la promoción de programas de desarrollo de la responsabilidad social. Hay quienes sostienen que una política de incentivos fiscales para programas sociales es una puerta abierta para el abuso. Es razonable que así se piense, pero existen buenas y malas experiencias, por lo que se concluye que no dar el paso es negar una oportunidad que puede marcar la diferencia para muchos sectores de la sociedad.

Otro aspecto sobre el rol del Estado en la RSE es la pertinencia de la realización de acciones de responsabilidad social desde las empresas públicas, tanto por el volumen que representan en la economía nacional como, entre otros aspectos, porque “todos los ciudadanos somos accionistas, usuarios y clientes”. Abarcando el marketing responsable, principios y conductas éticas, la protección del medio-ambiente, el ambiente de trabajo y empleo, además del apoyo a la comunidad. La forma como el gobierno conduzca a las principales empresas del país será un ejemplo a seguir para el resto del empresario nacional y hasta una obligación para aquellos que pretendan ser sus proveedores.

Por tanto, la responsabilidad social implica un nuevo modo de gestión empresarial que tiene en cuenta a las partes interesadas a través de políticas, procedimientos, sistemas e indicadores de medida. En este terreno es necesario distinguir entre los procesos hacia una mayor responsabilidad empresarial que suponen la adopción de ese modo de gestión, y algunos ejercicios de filantropía empresarial que prescinden de todo cambio interno hacia una gestión más responsable. (Banco Galicia, 2013)

CAPÍTULO V. TRABAJO DE CAMPO

1. PRICEWATERHOUSE COOPERS ARGENTINA

PwC ofrece servicios de Auditoría, Consultoría y Asesoramiento Impositivo y Legal, centrados en la industria, para generar confianza pública y mejorar el valor para los clientes y las partes interesadas. Su misión es ser una organización líder en servicios profesionales, basada en valores que son sus pilares: conocimiento, flexibilidad, liderazgo, excelencia, trabajo en equipo e ideas innovadoras.

Si bien conducen el negocio en el marco de las normas profesionales, leyes, reglamentaciones y políticas internas aplicables, reconocen que estas normas, leyes, reglamentaciones y políticas no regulan todos los patrones de comportamiento.

Es por ello que cuentan además con un Código de Conducta para todos los miembros y firmas PwC. Este Código está basado en los valores y los lleva al próximo nivel - demostrar esos valores en acción. El Código también brinda un marco de referencia para que las firmas PwC establezcan suplementos más específicos para considerar cuestiones territoriales.

Dentro del Código de ética se tratan los siguientes puntos específicos:

1. Sostener el nombre de PwC
2. Comportamiento profesional
3. Respeto por los demás
4. Responsabilidad social

Dentro del parámetro RSE PwC expresa apoyo por los derechos humanos fundamentales y evita participar en actividades comerciales que abusen de los derechos humanos, actuando de una manera socialmente responsable dentro de la ley, las costumbres y tradiciones en los países en que opera y contribuye de un modo responsable al desarrollo de las comunidades. Su actuar se realiza de manera que minimice los impactos perjudiciales en el medio ambiente derivados de las operaciones comerciales. Se alienta el apoyo a actividades de caridad, educativas y de servicio comunitario y se comprometen a apoyar los esfuerzos internacionales y locales para eliminar la corrupción y el delito económico.

Es responsabilidad de cada uno aplicar el Código de Conducta y las políticas de PwC de manera uniforme y apropiada y ayudar a que los demás hagan lo mismo. Cuando se informe o se sospeche de otro modo algún incumplimiento con el Código de Conducta, se adoptarán medidas para investigar y, de ser necesario, remediar la situación. Se alienta a informar y expresar inquietudes, haciéndolo justamente, con imparcialidad, honestidad y respeto. PwC tiene el compromiso de proteger a sus miembros contra las represalias. Quienes se encuentren en la “línea de reporte” son responsables de considerar los temas de los que tomen conocimiento. Quienes violen el Código o las políticas y procedimientos de PwC estarán sujetos a acciones disciplinarias, llegando incluso hasta el despido. Las medidas disciplinarias también serán aplicables a cualquier persona que ordene o apruebe infracciones o tenga conocimiento de ellas y no actúe de inmediato para subsanarlas. Los integrantes PwC están comprometidos con el espíritu de cooperación entre firmas miembro de la red de empresas independientes PwC y la consecución de los objetivos comunes del negocio.

Algunas de las iniciativas sociales que realiza PwC:

- Premio PwC a la educación

La firma convoca año a año a instituciones educativas de todo el país para que presenten proyectos educativos solidarios. Cada edición se concentra en un tipo particular de escuela o nivel de enseñanza. El objetivo del programa fue contribuir a la mejora del proceso educativo y a su vez fomentar la metodología del aprendizaje y servicio solidario. Se llevaron a cabo 7 ediciones.

- Programa de reciclado de papel

Desde hace varios años participa del programa de reciclaje de papel de la Fundación Garrahan y de la Asociación Hospital Infantil en Córdoba.

- Programa de reciclado de tapitas

También colabora con el programa de reciclado de tapitas del Hospital Garrahan.

- Fundación Caminando Juntos

La Fundación fue creada en 2007 por diez compañías argentinas (entre ellas PwC Argentina). El objetivo de la Fundación es unir esfuerzos para captar y canalizar las contribuciones voluntarias de empresas orientándolas al desarrollo de programas y proyectos que beneficien a los grupos más

necesitados de la Argentina. La Fundación Caminando Juntos es miembro de la red global de United Way International.

- Fundación Junior Achievement

Participa del programa educativo “Socios por un día” recibiendo a estudiantes en las oficinas. Los chicos, acompañan a los socios de PwC durante su jornada laboral con el fin de conocer la profesión en profundidad.

- Fundación Discar

Junto a la “Fundación Discar”, se trabaja en la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual a través del Programa ECA (Empleo con apoyo).

- Evento “Cambio climático: desafíos post 2020”

El encuentro tuvo como objetivo disertar acerca de las perspectivas de los acuerdos sobre cambio climático hacia el futuro y presentar los resultados de la reciente Encuesta Regional PwC sobre Desarrollo Sostenible en Latinoamérica.

- Beca Fulbright- PwC Argentina

Consiste en financiarle a un joven profesional del país los estudios de un Master en Finanzas en una prestigiosa universidad de Estados Unidos.

PwC Argentina cuenta con una amplia oferta de servicios relacionados con las estrategias de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y el relacionamiento con los grupos de interés (stakeholder engagement). Su oferta, que puede adaptarse a los requerimientos exactos del cliente, se apoya en tres pilares que constituyen las áreas clave de gestión de la RSE en las empresas en la actualidad:

Imagen N° 1 “Pilares de las áreas claves de la gestión de la RSE”



FUENTE: <http://www.pwc.com.ar/es/acerca-de-nosotros/codigo-de-conducta.html>

Aprendizaje

Capacitación en RSE y asistencia en el diseño de estructuras de coordinación de la RSE.

Implementación

Análisis de prácticas de RSE (benchmark sectorial/análisis de gaps-análisis de protocolos internacionales/códigos voluntarios aplicables a la industria), estrategias de stakeholder engagement, programas de RSE (relación con la comunidad-programas de voluntariado corporativo-RSE en la cadena de valor), indicadores clave de gestión de la RSE.

Comunicación

Análisis de los sistemas de información sobre RSE , reporte social o de responsabilidad social empresaria (GRI), auditoría externa de reportes sociales o de responsabilidad social empresaria.

PwC también cuenta con una sección donde se encuentra una recopilación de comunicados de prensa, sobre diferentes temas e industrias, que tienen como objetivo informar acerca de las distintas temáticas relevantes a nivel nacional e internacional, además de los logros que la empresa obtiene como firma de servicios profesionales.

2. VER BIEN PARA APRENDER MEJOR

A. INICIOS

“La salvación individual es la pérdida colectiva”, este lema es el que acompaña a Marcelo y así inicia su entrevista.

Marcelo Gallo es un empresario de nuestro departamento, propietario de la óptica que lleva su apellido, que hoy junto con otros profesionales de distintas disciplinas sostienen el proyecto “Ver bien para aprender mejor”.

En la óptica el proyecto de RSE les fue presentando durante una convención que tuvo lugar en Buenos Aires en el año 2009, y entre las numerosas ópticas presentes de todo el país, esta firma fue una de las pocas que se ofreció para iniciar estas prácticas.

Su principal objetivo es salvar las dificultades de muchos niños de acercarse a centros oftalmológicos, principalmente en edades tempranas. Por ellos se trabaja con escuelas alejadas de niveles iniciales, para así poder mejorar la calidad de visión del niño cuanto más pequeño sea.

La primera acción se realizó el 8 de diciembre de 2010 en una escuela que está sobre la ruta del paraje El Sosneado, distrito del oeste de San Rafael. En esta primera visita solo participó un médico oftalmólogo, una contactóloga y un grupo nutrido de amigos. Esta experiencia sirvió para darse cuenta que era necesario incorporar profesionales en la docencia y es por eso que para las próximas visitas se incorporaron profesores de educación física, maestras de jardín de infantes y de manualidades.

B. PRINCIPIOS Y VALORES

Desde el comienzo nunca se pensó realizar todas estas acciones con el nombre de la empresa porque el objetivo fue claro desde un principio. Tanto, que hoy tampoco figuran estas prácticas en los balances contables, ni se persiguen beneficios impositivos.

“Muchísima gente ha ido acompañando a lo largo de esto años el proyecto y no sería justo que uno solo o una empresa se llevara los laureles”, opina Marcelo. Armar grupos de trabajo es fundamental y que cada uno tenga su responsabilidad, fomentando el trabajo en equipo, no solo con el aporte de los conocimientos técnicos de cada uno sino su entrega personal.

Llegar al menos a un niño basta, “¿qué pasaría si ese niño fuera tu hijo?”, nos propone el entrevistado. No hay que quedarse nunca con las manos cruzadas, ni esperar a alguna entidad más grande con más facilidades y que pueda cubrir más la problemática, es una cuestión de conciencia y devolución social.

Para ello también exponen en universidades para contar e involucrar, principalmente a los próximos egresados de estas instituciones. Marcelo sostiene que “cuando nos recibimos recién empezamos a estudiar”, y es aquí donde tenemos que devolver esta posibilidad de estudiar que tuvimos a la sociedad, porque “para ser un buen profesional hay que ser una buena persona”. Las exposiciones no persiguen como único fin incentivar a voluntarios para sumarse a este proyecto, sino simplemente para generar conciencia mas allá de que se sumen a un proyecto puntual.

C.DINAMICA DEL PROYECTO

La dinámica del proyecto dura entre 2 y 3 meses, el primer paso es el diálogo con la directora de la institución que requiere la ayuda de “Ver bien para aprender mejor”, y luego con el grupo de docentes que se quieren sumar. Antes de continuar se solicita la autorización de los padres y se los invita a una charla informativa, donde entre otras cosas se los involucra a estos con la salud de sus hijos y a acompañar a el proyecto.

A la hora de la visita propiamente dicha a la escuela se suman profesionales de distintos ámbitos, cada uno aportando su tiempo y dedicación, se invita a los chicos a ver el trabajo que se realiza, lo que se va haciendo a cada uno. Buscando un clima armonioso y acorde a ellos, por eso entre los profesionales voluntarios también hay profesores de educación física, educación inicial, entre otros. Se comparte el desayuno o la merienda entre todos, y se evalúa el día, los resultados.

Finalmente se realiza la entrega de anteojos, si se requieren anteojos de laboratorio puede ser hasta un mes después. El promedio de niños que necesitan anteojos es de un 10%, pero otros pueden demandar otras problemáticas a ser atendidas.

El seguimiento lo hace el propio cuerpo docente, es importante que estén al tanto de las situaciones, y ante cualquier necesidad se comunican con el propio proyecto, buscando mantener un contacto permanente donde sea requerido.

D. HOY

“Ver bien para aprender mejor” ha ido incorporando la realización de diferentes eventos deportivos, con otra empresa de su propiedad, Esfuerzo Deportivo, para poder acompañar y afrontar parte de los costos.

Hasta la fecha se han visitado cerca de 30 escuelas y se ha podido controlar a alrededor de 1.800 niños.

Hoy en día hay muchos pedidos de las escuelas, algunas con pedidos puntuales, por algún tratamiento, donde por una cuestión de equipamiento o personal se traslada a esos chicos a consultorios médicos. Se buscan escuelas marginales, alejadas, con matrículas chicas, para poder llegar y acompañar a todos los niños. Y también se va a escuelas de verano.

Escuelas de El Usillal, El Nihuil, Monte Comán, serán algunas en las cuales se trabajará este año.

También se realizará el evento deportivo “Corriendo por los niños” como todos los años, donde lo recaudado se destina a los hogares de Rama Caída, instituciones de la lucha contra el cáncer, el Hospital Teodoro J. Schestakow, entre otros.

CONCLUSIÓN

Nos hemos acercado a la conclusión de este trabajo luego de recorrer en su desarrollo desde los orígenes de las compañías, donde se perseguía el lema -“compartir el pan”-, y donde los entes se basaban en las relaciones de confianza, intercambiando esfuerzos encaminados hacia el bien común. De haber analizado la ética como el intento de estos entes en llevar sus normas de conducta y principios de comportamiento a una aceptación consciente, tantos por ellos mismos como por sus grupos de interés, como se fue desarrollando en los distintos incisos. Y sumando hacia el final el trabajo de campo, donde “Ver bien para aprender mejor” es una muestra concreta de esto.

Creemos que la Responsabilidad Social, aparece en nuestro contexto como una oportunidad para que transforme el espíritu y la cultura, para que se comiencen a actuar con honradez, integridad, ética y sobre todo responsabilidad, sin la necesidad del cumplimiento obligatorio de leyes, reglas y normas, sino incorporando voluntariamente estas acciones. Tal como está expuesto en el capítulo de reglamentación de la RSE, gran parte de empresas tratan iniciativas a la que adhieren voluntariamente, siempre que quieran fomentar el crecimiento sustentable y formar parte de un grupo de participantes comprometido, creativo y responsable.

Una oportunidad para comenzar a generar transformaciones sociales, y así promover no solo empresas más humanas, sino también junto con todos los sectores con quien se relaciona y donde está inserta, forjar mayor conciencia de los problemas sociales, económicos, ambientales de su entorno, en fin, generando una mejor calidad de vida en su entorno.

En los tiempos que corren, la globalización empieza no solo alentar estas prácticas sino también exigir las. Es importante comenzar hablar de Responsabilidad Social, y no de Responsabilidad Social Empresaria. Que sea este concepto asimilado desde un punto más amplio e integro, citando a Marcelo Gallo: “porque para ser un buen profesional hay que ser una buena persona”, consideramos necesario generar conciencia que para que la RS genere cambios genuinos todos los grupos de interés deben comprometerse con la misma.

Finalizando, y tal como expone Viktor Frankl, compartimos que “la productividad de las empresas depende también de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Tenemos que entender que lo que es bueno para la comunidad es realmente bueno para los negocios. Y ahí empieza el cambio.

A un hombre pueden despojarlo de todo menos de una cosa; la última de las libertades humanas, la libertad de elegir la actitud que asumen en cualquier circunstancia.”

BIBLIOGRAFÍA

- ACCOUNTABILITY. (2008). "Norma de aseguramiento de Sostenibilidad AA1000". *Mas Business*. Madrid, España: ISBN.
- AGA, René, (29 de Diciembre de 2011), "*Construyendo Capital humano*". Argentina. <http://amigosnsf.blogspot.com.ar> – [Octubre, 2014]
- ALFAYA, Valentín, (2002), "*La responsabilidad social empresarial, la empresa sostenible*". Madrid, España: Marcial Pons.
- ARGADOÑA, Antonio, (27 de Septiembre de 2014), "*Economía, ética y RSE*." Navarra, <http://blog.iese.edu/antonioargadona> - [Octubre, 2014]
- BANCO GALICIA, (2013), "*Informe de sustentabilidad*". Buenos Aires, Argentina. <http://www.bancogalicia.com/> [Diciembre, 2014]
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, (Mayo 2011), "La responsabilidad social de la empresa en américa latina." New York, EEUU : Antonio Vives y Estela Peinado – Vara.
- CANYELLES, Josep María, (6 de diciembre de 2012), <http://www.expoknews.com/el-sentido-voluntario-de-la-rse/> *El sentido voluntario de la RSE*. México. [Diciembre, 2014]
- CANEDA CARNEIDO, Manuel, (2007), "*Guía de Responsabilidad Social Empresaria Interna y Recursos Humanos*". España: Debate.
- CENCYA. (2011). *RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 36 Balance Social*. Argentina: FACPCE.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, (Julio 2001), [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf) "*Libro Verde*". Bruselas. [Febrero, 2015]
- CONSTITUCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA, (1994). Buenos Aires – Argentina: Astrea.
- DELGADO GALLAD, Roberto. (2 de Diciembre de 2013). México. <http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-invitada-empresas/2013/10/21/responsabilidad-social-compromiso-voluntario>. [Diciembre, 2014]
- EAP LATINA, (2013). "La responsabilidad Social Empresaria empieza desde adentro". Colombia. <http://personalylaboral.com/> [Diciembre, 2014]
- GARCIA, Reche, A., & Perdigue, T. (2005), "*La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*". Barcelona: Universidad de Valencia.

- GLOBAL REPORTING INITIATIVE - GRI (2000-2011). *"Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad"*. www.globalreporting.org. [Noviembre, 2014]
- GUTIERREZ, Claudio. (1997), *"Ética y Moral: teorías y principios. Conferencia inaugural de curso de ética política"*. San Jose, Costa Rica. <http://pensamiento.conocimientos.com.ve/> [Noviembre, 2014]
- ISO Secretaría Central (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*. Suiza. <http://www.iso.org/>. [Noviembre, 2014]
- LOZANO, Josep Maria, (28 de Diciembre de 2011). *¿RSE frente a ética empresarial?* Madrid, España. <http://www.diarioresponsable.com> . [Noviembre, 2014]
- MARTINEZ HERRERA, H. (2005). *"El marco ético de la responsabilidad social empresarial"*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- MARTINEZ, María Borja S y MIREIA Martin, (2007), *"La intervención educativa a partir del juego. Participación y resolución de conflictos"*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- MILAN, Norma, (2009), *"Responsabilidad Social y Medio Ambiente. El Rol del Estado"*. Uruguay. <http://www.ccee.edu.uy/> [Diciembre, 2014]
- NAVARRO GARCIA, F, (2008), *"Responsabilidad social corporativa. Teoría y práctica."* Madrid: Esic Editorial.
- OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (2007). *"La promoción de empresas sostenibles"*. Ginebra: OIT CH-1211.
- OHSAS, Project Group. (2007). *"Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional OHSAS 18001:2007"*. <http://www.bureau-veritas.com.ar/> [Diciembre, 2014]
- OSHIRO, Luis, (2014), *"RSC con enfoque global"*. <https://prezi.com/aqedt9azgosg/rsc/> [Febrero, 2015]
- PACTO GLOBAL RED ARGENTINA. Estados Unidos. (2000). <http://www.pactoglobal.org.ar/> [Marzo, 2015]
- PEPPERS, Don, (2013, Abril), *"Construyendo confianza en la era social"*. <http://gestion.com.do/> [Febrero, 2015]
- PROYECTO DE LEY DE RSE. Argentina. (2011). [http://www.codigor.com.ar.](http://www.codigor.com.ar/) [Septiembre, 2014]
- RECINTO DE SESIONES DE LA HONORABLE LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE MENDOZA. (2012). *Ley Nº 8488 o "Ley de Responsabilidad Social Empresarial"* . Mendoza, Argentina. <http://www.legislaturamendoza.gov.ar/> [Diciembre, 2014]
- SGE 21. (2008). *"Sistema de gestión ética y socialmente responsable"*. Barcelona: Forética.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNACIONAL. (2008). "Responsabilidad Social 8000 SA 8000". Nueva York: SA 8000.

URROZ, Francisco, (2010), "¿Qué son los stakeholders?". <http://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/> [Enero, 2015]

VARGAS, Adriana. (2012). "*La RSE debe entenderse como un compromiso ético y voluntario*". Bogotá, Colombia. <http://www.gestrategica.org>. [Diciembre, 2014]

VITERI MOYA, Jose. (s.f.), (2014). "Responsabilidad Social". www.ute.edu.ec/fci/viteri_jorge.pdf [Diciembre, 2014]

XUNTA DE GALICIA, "Dimensiones de la RSE" obtenido de https://rse.xunta.es/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=17&lang=es [Noviembre, 2014]

Los autores de este trabajo declaran que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no hayamos dado a conocer en las referencias; que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta derechos de terceros.

Alumnos:

Agustín Alfredo Díaz

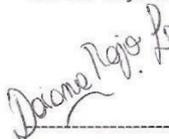
Daiana Rojo Lucero

Juan Luciano Lucato

Julián Jesús Blanco



Agustín
Díaz



Daiana Rojo
Lucero



Lucato
Luciano



BLANCO
JULIAN

Nº Registro:

27414

27455

26962

27407