



La responsabilidad social empresaria como sistema de gestión integral en el marco de una economía sustentable

A. Bilbao - R. Zanini - M. Bocco - A. Bernardi - C. Miazso

Resumen Abstract

La idea de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) se encuentra vinculada a cómo las empresas se relacionan con, e impactan a la sociedad. Esta apreciación implica destacar el papel de la empresa en la sociedad y las distintas relaciones entre ella y el medioambiente; no sólo debe responder a los requerimientos del mercado, sino también debe comprender el contexto donde actúa y estar atento a las nuevas demandas sociales. Para ello, es necesario replantear su fundamento, misión y principios, revisar su conducta empresaria: el objetivo debe ser múltiple, debe extenderse a lo económico, lo social y la conservación del medioambiente.

The Corporate Social Responsibility (CSR) idea is entailed to how the companies are related to society and hit the society. This appreciation implies emphasize the paper of the company in society and different relations between its and environment; it not only must respond to the market requirements but also it must understand context where it acts and attends to the new social demands. For it, it is necessary restate his origin, mission and principles, reviewing his management conduct: the objective must be multiple, must extend to the economic, the social and the environmental conservation.

Palabras clave Key words

Responsabilidad Social Empresaria; Modelo; Gestión; Evaluación Social; Transparencia; Información de Sostenibilidad; Desarrollo Sostenible; Sistemas de Gestión Integrales.

Social Responsibility of Enterprises, Model, Performance, Social Evaluation, Sustainability information, Sustainable Development, Integral Performance Systems.



Introducción

La rendición de cuentas sobre la gestión y política de la empresa, así como los impactos sobre el ambiente, lo social y lo económico, establecen los cimientos de una política integral de «Responsabilidad Social Empresarial». En la actualidad, algo está cambiando en el mundo de los negocios que empuja a las empresas a adoptar este nuevo enfoque de gestión que comprende beneficios, responsabilidad social y desarrollo sostenible.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como enfoque de gestión ético, induce comportamientos responsables hacia todas las personas y grupos de interés que interactúan en la empresa, de forma tal que se alcance la confianza de todos ellos y la reputación necesaria para legitimarse ante la sociedad. Como sistema de gestión integral abarca todas las áreas de la empresa, del gobierno y la dirección estratégica, hasta la información y auditoría social, pasando por el control de gestión y la dirección de personas.

Por su parte, la RSC propone un nuevo concepto de empresa impulsado por instituciones internacionales de la importancia de las Comunidades Europeas (European Framework for Corporate Social Responsibility) y las Naciones Unidas (Global Compact).

La Comisión Europea define la RSC como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». Este concepto ha ido calando progresivamente en la sociedad y en las organizaciones, de forma que en el momento actual es asumido como un objetivo básico en la gestión de las empresas y de las entidades sin ánimo de lucro. En este nuevo contexto, han tenido gran influencia muchos factores, entre los que pueden destacarse:

- ♦ Las tensiones sociales derivadas de la internacionalización de los negocios, fundamentalmente la deslocalización de actividades y los efectos negativos en los nuevos centros de producción.
- ♦ Las demandas por grandes (y pequeños) accidentes medioambientales, así como el reconocimiento del grave impacto ecológico de la actividad humana.
- ♦ Los escándalos financieros internacionales –ENRON, Worldcom, Parmalat...– que han descubierto las debilidades del modelo de creación de valor y los instrumentos de gestión y control del mismo.

El fomento de las estrategias de RSC exige, por parte de la organización, un compromiso voluntario con el desarrollo sostenible (AECA, 2004), de forma que la rentabilidad económico-financiera no constituye el objetivo





principal. Así, la RSC debe encaminarse al cumplimiento de determinados objetivos, establecidos en función de las necesidades de los distintos grupos de interés, en relación con los que se mide la utilidad. En este sentido, ¿las empresas cuentan con elementos de dirección y gestión consistentes que le permitan elaborar una base conceptual sólida sobre la cual desarrollar el modelo de empresa ciudadana y que contribuya al desarrollo sostenible?; ¿las organizaciones están haciendo algo por la sostenibilidad?; ¿las empresas innovan y mejoran los procesos de dirección, gestión, medición e información, con el fin de que éstas tengan en cuenta la dimensión social, económica y medioambiental de su actividad y la satisfacción de necesidades de los grupos de interés?; ¿aplican las empresas sistemas de gestión integrales de RSE? Estos constituyen algunos interrogantes de partida que orientarán el presente trabajo.

Diferentes enfoques sobre responsabilidad social empresarial

Las empresas, como instituciones sociales, deben promover el bienestar de la sociedad dentro de la cual desarrollan sus actividades, deben satisfacer una serie de estándares morales y éticos de comportamiento empresarial, los cuales son tenidos en cuenta, cada vez más, por los inversores y consumidores, tanto actuales como potenciales, si bien, no pueden dejar de lado en sus decisiones el objetivo de maximizar los beneficios.

No obstante que las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección medioambiental y respeto de los derechos humanos, **¿qué se entiende por RSE?** Existen numerosas definiciones, enfoques o perspectivas al respecto.

La mayoría de las definiciones de la RSE entiende este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores (Chacón Castro, 2001).

Esta definición enfatiza en que la decisión de la empresa debe ser voluntaria y no porque lo impone una ley sobre derechos sociales o normas medioambientales. Desde este punto de vista, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) con la finalidad de contar con un **marco europeo** para la responsabilidad social, publicó el **libro verde** y en el mismo dice que las empresas son las que deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medioambiente más limpio. Para la Comisión, ser socialmente responsable significa no sólo cumplir con las obligaciones legales, sino ir más allá en lo que respecta a las relaciones con los stakeholders (los trabajadores, los proveedores, los clientes, los acreedores, los competidores, el gobierno, los accionistas y la comunidad). Por otra parte, no debe limitarse a las grandes corporaciones tal responsabilidad, sino que las PyMEs también deben asumir dicho compromiso.



De lo indicado anteriormente surge, entonces, que la RSE tiene dos perspectivas: la interna y la ex-terna. La interna contempla el interior de la empresa, es decir, los accionistas, los trabajadores y la gestión de recursos naturales en la producción que afecta al medioambiente. La externa, en cambio, está referida a los interlocutores externos, es decir, socios comerciales, los clientes, los consumidores, proveedores, el gobierno y las ONGs.

Muchos son los autores que fijan su posición y realizan distintas explicitaciones sobre el tema de la responsabilidad social de las empresas (RSE). Con la finalidad de realizar una mirada a diferentes enfoques sobre la RSE, seguimos el análisis de Montuschi (2003:18-24), con quien compartimos las distintas posiciones al respecto.

Friedman (1970) distingue entre economía positiva y normativa; la primera se ocupa de «lo que es», mientras que la segunda hace referencia a «lo que debe ser», no existiendo una relación uno a uno entre ambas. De esta manera, toma posición acerca de una ciencia económica avalorativa, rechazando la posibilidad de introducir cuestiones éticas, y adopta un enfoque epistemológico del positivismo que implica la exclusión de cuestiones morales para asegurar la científicidad de la economía.

Friedman también plantea cuáles deberían ser los intereses de las corporaciones que sus agentes deberían defender. En este sentido, los hombres de negocios que pretendieran defender la idea de una responsabilidad social de sus empresas serían **«títeres inconscientes de las fuerzas intelectuales que han estado debilitando las bases de una sociedad libre»** y añade: **«estarían enseñando un socialismo puro y genuino»**.

Por otra parte, Friedman considera que las corporaciones son personas artificiales que no pueden tener responsabilidad social, sólo las personas pueden tenerla. Así, sostiene que los directivos son empleados de los accionistas, por lo que deben conducir el negocio de acuerdo con sus deseos, es decir, ganar tanto dinero como sea posible. Por esto, no pueden incurrir en gastos, tales como reducción de la contaminación, capacitación del personal, entre otros, que reducen los dividendos. Los empresarios sólo son responsables por usar los recursos en actividades que maximicen los beneficios. En consecuencia, cumplir con los deseos de los accionistas no es la única responsabilidad de los dirigentes; según Friedman, también deben actuar de conformidad con **«las reglas básicas de la sociedad, tanto las involucradas en la ley como aquellas involucradas en la costumbre ética»**.

Friedman destaca a la RSE como una sustitución del mecanismo de mercado, es decir, el reemplazo del mecanismo de precios para la



asignación de recursos y distribución del ingreso. El sistema de precios funciona de manera impersonal, automática y continua; su sustitución por otros mecanismos derivará en un fracaso, se coartará la libertad en la sociedad y se reemplazará la decisión privada por la pública.

A pesar de que Friedman nunca define los conceptos de responsabilidad o responsabilidad social, ya que los utiliza en forma indistinta, y tampoco los diferencia del concepto de responsabilidad moral, considera que la única Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es la de maximizar beneficios. No obstante, Arrow (1973) rechaza esta aseveración por cuanto sólo tiene validez en los mercados competitivos. En los mercados imperfectos, no hay justificación social para la maximización de beneficios pues existen dos tipos de efectos que no pueden dejarse de lado, ellos son: las externalidades negativas producidas por la contaminación y la congestión, por un lado, y los desniveles de conocimientos o información asimétrica entre vendedor y comprador, por otro. Ambos exigen que debe contemplarse la llamada responsabilidad social—ética, moral o legal, según Arrow (1973)— ya sea, por medio de regulaciones, impuestos, normas legales o códigos de ética.

Por su parte, Anshen (1970) dice que existe un contrato social implícito entre las empresas y la sociedad, es decir, la sociedad establece las normas que estructuran los objetivos y la responsabilidad de las empresas de conformidad con los intereses sociales. Es por ello que, como consecuencia de la preservación del medioambiente y las mejoras en la calidad de vida, es que habría que modificar dicho contrato social implícito e introducir la internalización de los llamados costos sociales en el análisis del costo-beneficio que realizan las empresas, constituyendo un gran **desafío**.

Ferrell, Fraedrich y Ferrell (2000) definen a la responsabilidad social como a la obligación de la empresa de maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los stakeholders y distinguen cuatro componentes de dicha responsabilidad: la legal, la ética, la económica y la filantrópica. La **responsabilidad legal** se refiere al cumplimiento de todas las leyes y regulaciones del gobierno; por lo tanto, desde este punto de vista, es el sistema legal el que obliga a las empresas a cumplir con la sociedad correctamente. La **responsabilidad ética** indica que las empresas están obligadas a cumplir mediante un comportamiento correcto, justo y equitativo hacia los stakeholders. La **responsabilidad económica** comprende la forma en que están distribuidos en la sociedad los recursos productivos a los efectos de maximizar la riqueza de los stakeholders, y la **responsabilidad filantrópica** manifiesta la contribución de las empresas a la calidad de vida y al bienestar de la sociedad.

De George (1999) considera que la sociedad tiene un contrato social implícito con las empresas (posición que coincide con la de Anshen, ya



citada), pero a dichas empresas les presenta una serie de demandas, las cuales, pueden ser analizadas como obligaciones para poder operar. Tales **demandas** se clasifican en: **morales, legales y sociales**. Las **demandas morales** son obligaciones sociales que surgen de las leyes morales; por ejemplo, no dañar. Las **demandas legales** son obligaciones que están incluidas en la ley y también son sociales. Las **demandas sociales**, en cambio, pueden no ser ni legales ni morales y «muchas veces se superponen y no queda claro lo que realmente constituye una obligación social de la empresa» (Montuschi, 2003:22).

Samuel y Saarir (citados por Montuschi, 2003:23) indican tres perspectivas sobre RSE: la del **capital de reputación**, la **eco-social** y la **basada en los derechos de los stakeholders**. La perspectiva del **capital de reputación** representa una nueva estrategia para capturar y retener mercados. Por su parte, la **eco-social** se fundamenta en la estabilidad y sostenibilidad del establecimiento como pre-requisito para sostener el mercado en el largo plazo; en este caso, la **responsabilidad social constituye un valor y una estrategia**. Un valor, porque la empresa y el mercado deben contribuir al bienestar de la sociedad, y una estrategia, porque deben tratar de reducir las tensiones sociales y lograr la actividad empresaria en los mercados. La perspectiva **basada en los derechos de los stakeholders** se refiere al derecho de conocer ciertos aspectos; por ejemplo, las empresas para sobrevivir dependen de los consumidores, los cuales compran sus productos; de los trabajadores, que son quienes producen; de los inversores, que son quienes proporcionan el capital; de la sociedad, quien proporciona las leyes y estructuras para que todo lo anterior se pueda llevar a cabo.

La mirada realizada a los distintos enfoques nos permite considerar que los aspectos ambientales deben ser vistos y analizados en el contexto amplio de la RSE, de las relaciones de la empresa con la sociedad, con sus empleados, los proveedores, los clientes, los acreedores, los competidores, el gobierno, los accionistas, la comunidad, es decir, de las relaciones con los stakeholders.

La presencia ética en la gestión empresarial implica decidir considerando valores sociales, que a manera de síntesis tienen que ver con la justicia, la equidad, la libertad, la igualdad de oportunidades, la dignidad en el trabajo, el respeto por el medio, entre otros. La falta de ética es una contaminación que daña el ambiente o entorno social.

Como señalan Tua Pereda y Gonzalo Angulo (1987:436), la **RSE** tiene su origen en el hecho de que la empresa actúa en y para la sociedad en un contexto en el que ha de afrontar las consecuencias de su actividad y del ejercicio de la potestad que la propia sociedad le confiere.





Esta concepción de la empresa incide de diferentes maneras en el sistema de información contable, en el concepto de contabilidad y en los postulados de la contabilidad.

En lo referente al **sistema de información contable**, se amplía la gama de usuarios y sus demandas; la información que suministran los estados contables debe reflejar las consecuencias de las decisiones medioambientales de la empresa, no sólo cuantitativamente sino también cualitativamente, poniéndose de manifiesto de esta manera la RSE. Respecto al **concepto de contabilidad**, también se amplía surgiendo la dimensión social de la contabilidad. En cuanto a los **postulados de la contabilidad**, se produce un cambio en la concepción de la empresa, pasándose de la óptica del empresario a la concepción de la empresa como la entidad al servicio de todos los intereses que en ella concurren.

La dimensión social de la empresa se relaciona con el enfoque informativo y comunicacional de la contabilidad. Al respecto, el Corporate Report (ASSC, 1975), muy avanzado socialmente para la época, ya indicaba la conveniencia de elaborar informes orientados a los trabajadores y proponía ampliar el contenido del informe anual incluyendo un estado de valor añadido, un informe para los empleados, un estado sobre proyectos futuros y un estado sobre los objetivos de la empresa.

Por su parte, el Trueblood Report (AICPA, 1973) ya reconocía la importancia de los usuarios y sus necesidades para determinar los objetivos de la información contable, añadiendo junto al objetivo tradicional de «toma de decisiones económicas», el de informar sobre aquellas actividades de la empresa que afecten a la sociedad, que puedan ser descritas o medidas y que sean importantes en virtud del papel que la empresa juega en su entorno social. Tomando en consideración que el suelo, el agua, el aire, la atmósfera, el ozono, las especies animales, entre otros, son un bien común de toda la humanidad, son de propiedad común, la sociedad en su conjunto tiene el derecho a reclamar información respecto de las actividades económicas con impacto ambiental y son las empresas que la provocan las que deben estar obligadas a proporcionar tal información.

Por todo lo expuesto, se infiere que la actividad empresarial tiene una trascendencia social y económica muy importante que pone de manifiesto la responsabilidad que posee la empresa para con la sociedad. Esto requiere de un cambio en el comportamiento empresarial para adecuarse a las nuevas necesidades que experimenta la sociedad, accionistas, directores y administradores, que dejen de lado la visión incompleta de la empresa –como una institución con objetivos estrictamente económicos– y adopten una nueva visión mucho más renovadora que implique un compromiso social más responsable y en consecuencia más completo.



Algunos lineamientos de la responsabilidad social de la empresa

La RSE parte de una nueva visión: la empresa es un ente integral y complejo, cuyas acciones tienen impacto social y ambiental, la sociedad le provee factores de producción y debe atender a todos los grupos o personas que afectan el logro de sus objetivos. Se destacan diferentes ejes fundamentales en la RSE:

- ♦ La RSE debe ser contemplada en la actividad básica de la compañía, en su estrategia.
- ♦ Debe equilibrar los aspectos o dimensiones social, económica y medioambiental.
- ♦ Debe mantener el diálogo con los «stakeholders», es decir, los grupos de interés que interactúan con la empresa.
- ♦ Debe lograr transparencia y rendición de cuentas.

Estos ejes constituyen el desafío para que las empresas inicien un camino que contemple las demandas de la sociedad civil. En consecuencia, la **RSE debe ser considerada en la actividad básica de la empresa**, cuando la empresa trabaja en su «visión y misión», las buenas prácticas deben ser contempladas, así como también el trato con los consumidores, con sus empleados, y con el entorno.

El equilibrio de los aspectos o dimensiones social, económica y ambiental fortalece la imagen de la organización, da visión de compromiso con la sociedad, permite un mayor posicionamiento social, aumentando el nivel de preferencia en el mercado.

Diálogo con los «stakeholders» o grupos de interés, la empresa interactúa con los consumidores, clientes, proveedores, con sus empleados, el Estado, la Sociedad y es observada por ellos; de allí que, atender a sus demandas, lograr un buen servicio de atención al cliente, mejorar la relación con el grupo de interés, constituyen algunos ejemplos de una práctica responsable con el entorno.

Transparencia y rendición de cuentas, ya sea, a través de la preparación del Balance Social, de los Informes de Sostenibilidad, Indicadores, entre otros, mejora la imagen de la empresa y evidencia una actitud responsable que muestra que no se están ocultando las cosas sino que, por el contrario, es una empresa transparente y comprometida con su medio.

La responsabilidad social de las empresas: un enfoque global

En Argentina, la Constitución Nacional en su Primera Parte, Capítulo Segundo, «Nuevos Derechos y Garantías, Art. 41, establece que «todos



los habitantes de la Nación gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley». En este sentido, la Ley 25675 «Ley General del Ambiente», establece los presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable a nivel nacional, obligando a presentar información contable que esté vinculada con la calidad ambiental y referida a las actividades que se desarrollan e inciden en este aspecto –contingencias ambientales, fondo de restauración ambiental, costo de capacitación y educación en temas ambientales, incentivos y promociones–. Ahora bien, la falta de reglamentación a la fecha de la normativa mencionada precedentemente, trae como consecuencia la inexistencia de avances en la normativa contable que obligue a las organizaciones a actuar en consecuencia.

Por lo mencionado anteriormente, a continuación se abordará el análisis de los últimos avances en la temática existente a nivel de la Comunidad Europea.

El Libro Verde, presentado en el año 2001 por la Comisión de las Comunidades Europeas tenía como objetivo estimular el debate sobre el concepto de RSE y definir los medios para instaurar un marco europeo para promover la RSE.

Luego de un proceso de consulta sobre el mencionado libro y considerando que la estrategia europea de promoción de la RSE sólo podrá desarrollarse y aplicarse a través de la acción conjunta de todas las partes interesadas, se presentó una Comunicación que propone una estrategia europea destinada a promover la RSE; la Comisión desarrolla a través de esta comunicación un resumen del proceso de consulta realizado, luego expone la propuesta y, por último, acciones conexas.

Las respuestas recibidas en relación con el Libro Verde confirman la satisfacción de los diferentes actores sociales europeos respecto del mismo y reflejan la utilidad de mantener y expandir el debate referido a la temática. Sin embargo, se han observado ciertas divergencias entre las opiniones de empresas y otras instituciones –sindicatos y organizaciones civiles–; las mismas se muestran principalmente en relación con la naturaleza de la RSE, abogando las empresas por la naturaleza voluntaria de la misma, mientras que, en busca de salvaguardar los derechos de los trabajadores y ciudadanos, las entidades representativas defienden una postura regulatoria, promoviendo el desarrollo de normas que introduzcan mecanismos eficaces para obligar a las empresas a responsabilizarse de las consecuencias sociales y mediambientales de sus acciones.



Otras opiniones por considerar, como las de los inversores, reflejan la necesidad de la presentación de más y mejor información sobre las prácticas empresariales. Los consumidores también hacen hincapié en la limitada información acerca de condiciones éticas, sociales y ecológicas de las prácticas empresariales que sirven para orientar las decisiones de compra requiriendo información exhaustiva y fiable. Y, por último, las Instituciones Europeas –Consejo, Parlamento, Comité Económico Social y Comité de las Regiones– abogan por un enfoque europeo de la responsabilidad social que contribuiría a fomentar la competitividad de las empresas, además de aportar a la cohesión social, el cuidado del medioambiente y de los derechos humanos. Por su parte, el Parlamento Europeo propone que las empresas informen presentando el triple balance que mida las tres dimensiones de la RSE –medioambiental, social y económica–.

La Comunicación de la Comisión de la Comunidad Europea conceptualiza la RSE como aquella mediante la cual «...las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas a sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores».

Pese a la amplia gama de enfoques relacionados a la RSE, existe consenso en que sus principales características son:

- ◆ Ser de carácter voluntario.
- ◆ Estar íntimamente relacionado con el concepto de desarrollo sostenible.
- ◆ Ser parte integrante de la gestión, no un complemento.

A pesar de la larga tradición europea en iniciativas empresariales socialmente responsables, el actual concepto se distingue por ser un enfoque estratégico que sitúa en el núcleo a los intereses de las partes interesadas y el perfeccionamiento e innovación continuos.

Ante los nuevos cambios –mundialización, importancia de la imagen para la competitividad, exigencias de divulgación de informaciones no tradicionales, interés creciente por la mano de obra altamente competente–, las empresas y los responsables políticos reconocen a la RSE como un importante elemento de las nuevas formas de gestión. Serán las empresas quienes, en principio, deberán adoptar una actitud de responsabilidad social y corresponderá a las autoridades públicas fomentar las prácticas empresariales responsables. Esta acción pública también se deriva de la gestión inadecuada que se realiza nacional y mundialmente y de la necesidad de que las prácticas e instrumentos de responsabilidad social aplicados persigan objetivos comunes.





La Comisión de las Comunidades Europeas, a través de su Comunicación, propone una estrategia de promoción de la RSE basada en determinados principios (CCE, 2002):

- ◆ Reconocimiento de la naturaleza voluntaria de la RSE.
- ◆ Prácticas de responsabilidad social creíbles y transparentes.
- ◆ Focalización en las actividades en las que la intervención de la Comunidad aporte un valor añadido.
- ◆ Enfoque equilibrado y global de la RSE que incluya aspectos económicos, sociales y ecológicos, así como los intereses de los consumidores.
- ◆ Atención a las necesidades y características de la PYME.
- ◆ Apoyo y coherencia con los acuerdos internacionales existentes.

La Comisión propone centrar su estrategia en las siguientes acciones: dar a conocer el impacto positivo de la responsabilidad social en las empresas y en la sociedad, fomentar los intercambios de experiencias en la temática, promover el desarrollo de capacidades de gestión en el ámbito de la RSE, fomentar la adopción entre las PYMES, integrar la responsabilidad social en la políticas comunitarias, crear un foro europeo en este ámbito y fomentar la convergencia y transparencia de prácticas e instrumentos de RSE. En relación con esta última acción, debe considerarse que la transparencia es un elemento esencial que contribuye a mejorar las prácticas y comportamiento socialmente responsables. Se considera, entonces, fundamental, adoptar parámetros que permitan cuantificar los logros obtenidos en el ámbito social y medioambiental a fin de garantizar la transparencia y la evaluación en la búsqueda de la comparabilidad y credibilidad.

Sistemas de gestión integral de responsabilidad social empresaria: evidencia empírica

Actualmente distintas iniciativas internacionales buscan la convergencia y transparencia en el ámbito de la RSE. En este sentido, la Comisión intenta aportar, facilitando el desarrollo, la difusión y la aceptación de estas iniciativas, considerando que es necesario realizar un esfuerzo en los siguientes ámbitos (CCE, 2002):

- 1) Códigos de Conducta
- 2) Normas de Gestión
- 3) Contabilidad, Auditoría y elaboración de informes
- 4) Etiquetas
- 5) Inversión socialmente responsables.

En relación con los códigos de conducta –importantes instrumentos para la promoción de derechos humanos, laborales y medioambientales–, la Comisión consideró necesario que los mismos tengan como normas mínimas comunes de referencia los convenios fundamentales de la OIT y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, que incluyan



mecanismos de evaluación y que impliquen en su elaboración a las partes interesadas.

Las distintas organizaciones empresariales podrían beneficiarse del hecho de integrar aspectos sociales y medioambientales en sus prácticas diarias y la aplicación de un sistema de gestión de la RS permitiría a las mismas identificar, gestionar y visualizar claramente las repercusiones de sus operaciones en el ámbito social y medioambiental. La Comisión fomentará la participación en el sistema SGAM –sistema de gestión y auditoría medioambiental– como instrumento de responsabilidad social.

En cuanto a la elaboración de informes, un gran número de empresas ya comenzó a hacer público su «triple balance» relacionado con los resultados económicos, sociales y medioambientales. Sin embargo, aún falta consensuar dicha presentación, los indicadores utilizados y la fiabilidad de los procedimientos de evaluación y auditoría, para lo cual, la Comisión menciona como orientadores a las directrices definidas por el Global Reporting Initiative (GRI).

Por último, tanto en relación con el etiquetado y certificación como en cuanto a la inversión socialmente responsable, la Comisión acoge con satisfacción los esfuerzos existentes en este sentido y promueve nuevas formas y medidas para alcanzar los objetivos de transparencia e información.

Teniendo en cuenta que un Código de Conducta, en una organización, constituye la representación de lo que la empresa promulga, que es propio de cada organización y depende de la cultura de la misma. A continuación se explicita un ejemplo de Código de Conducta que, como herramienta de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE), establece el conjunto de normas de gestión y mecanismos para fomentar la responsabilidad cívica de la empresa.

La empresa Telecom Argentina Stet-France Telecom S.A. ha publicado su Código de Conducta y Ética Empresaria, sustentado en un conjunto de premisas fundamentales en las que se compromete a un accionar en observancia de las leyes y principios éticos en un marco de transparencia, rectitud y equidad. Se destaca la adopción de un sistema de gestión de excelencia para la consecución de sus objetivos, asegurando la presentación de información adecuada acerca de sus actividades, las que se dirigen hacia la atención de los intereses y expectativas de sus grupos de interés. Finalmente, se explicita su adhesión a la concepción de desarrollo sustentable con el respeto al medio ambiente y los derechos de las generaciones futuras.

Este código apunta a regular las acciones de las personas que se desempeñan en esta organización –directores, síndicos, gerentes, empleados, etc.–, procurando comprometer con sus principios a pro-veedores, contratistas, asesores, consultores, entre otros.





Este código de conducta y ética empresarial versa sobre los siguientes aspectos:

- ◆ Conductas personales
- ◆ Relaciones de negocios
- ◆ Relaciones con la comunidad
- ◆ Trato justo y no discriminación
- ◆ Calidad, uso y protección de la información de la sociedad
- ◆ Regalos
- ◆ El secreto de las comunicaciones
- ◆ Actividades políticas y aportes
- ◆ Cumplimiento del código
- ◆ Denuncia de toda conducta ilícita y antiética
- ◆ Dispensas y modificaciones

En los cuadros que se presentan a continuación, se exponen los principales elementos que integran algunos de los aspectos mencionados anteriormente.

	Aspectos	Elementos
Conductas Personales	Responsabilidad del Personal	1. Fomentar la honestidad y responsabilidad. 2. Alcanzar un elevada conducta ética. 3. Esforzarse por alcanzar una buena reputación. 4. No intentar hacer lo que está prohibido. 5. Obrar de buena fe.
	Responsabilidades	Las acciones que violen la ley o el código pueden sufrir sanciones disciplinarias como el despido.
	Conductas no Permitidas	1. Realizar trabajos ajenos a la actividad. 2. Tener comportamiento violento, irrespetuoso, descortés, insultante, etc. 3. Consumir bebidas alcohólicas y/o sustancias ilegales. 4. No respeto de los derechos de proveedores, clientes o compañeros. 5. Discriminar, acosar, hostigar, ofender. 6. Falsificar o adulterar información, firmas, registros o comprobantes. 7. Ejecutar transacciones sin autorización o fraudulentas. 8. Utilizar bienes, servicios de la sociedad en beneficio propio o de un tercero.
	Conflicto de Intereses	1. El personal debe conducirse con honestidad y ética, actuando en favor de los intereses de la sociedad. 2. No podrán ingresar a la sociedad, familiares cercanos, de quienes desempeñen funciones directivas. 3. Evitar aceptar dinero. 4. Poseer un interés personal en una operación que involucre a la sociedad. 5. Cumplir funciones de dirección en empresas proveedoras, agentes o representantes de la sociedad. 6. Informar acerca de situaciones que dieran lugar a un conflicto de intereses.



Conductas Personales	Oportunidades Corporativas	El personal tiene prohibido aprovechar personalmente bienes, información y oportunidades que surjan de sus funciones en la sociedad.
	Opiniones	Se garantiza el derecho a la libre expresión de opiniones individuales, pero ante cuestiones públicas deberán realizarse a título personal.

Cuadro 1 Fuente: Elaboración Propia.

Relaciones de Negocios	Elementos	
	Para mantener relaciones comerciales duraderas son fundamentales la confianza y la transparencia en las comunicaciones. El personal deberá: 1. Identificarse en comunicaciones personales telefónicas o escritas. 2. Ser amable y cortés. 3. Actuar sin favoritismo ni discriminación con clientes de igual categoría, dando curso a los reclamos de acuerdo con la normativa establecida. 4. Actuar imparcialmente en la selección y adjudicación de contratos a proveedores.	

Cuadro 2 Fuente: Elaboración Propia.

Relaciones con la Comunidad	Aspectos	Elementos
	Cumplimiento de Leyes, Normas y Regulaciones	El personal deberá actuar con honestidad, dentro de la ley y regulaciones aplicables, consultando, en caso de dudas, a las funciones legales.
	Medio Ambiente, Higiene y Seguridad Laboral	La sociedad deberá observar las leyes aplicables a medio ambiente, higiene y seguridad laboral. El personal deberá esforzarse por alcanzar un ambiente laboral sano y seguro.

Cuadro 3 Fuente: Elaboración Propia.

Trato Justo. No Discriminación	Elementos	
	El personal deberá esforzarse por brindar un trato justo a toda persona con quien se relacione, evitando manipulación, ocultamiento, abuso o deslealtad. No se tolerarán conductas que impliquen discriminación, maltrato o acoso.	

Cuadro 4 Fuente: Elaboración Propia.

Calidad, Uso y Protección de la Información de la Sociedad	Aspectos	Elementos
	Calidad de la Información Pública	La sociedad tiene la responsabilidad de comunicar a sus accionistas sobre aspectos sustanciales de la situación financiera, los resultados y todos los hechos relevantes. Para ello, se ha implementado una Comisión de Información, debiendo el personal de Telecom, prestar plena colaboración para con ésta.
	Precisión de los Registros Financieros de la Sociedad	Los libros, registros y cuentas de la sociedad deben reflejar con precisión las operaciones y hechos, debiendo cumplir con los principios contables exigidos y con el sistema de control interno. El personal que conozca una violación a este principio deberá informarlo inmediatamente.





Calidad, Uso y Protección de la Información de la Sociedad	Aspectos	Elementos
	Negociación con Información Privilegiada	1. Es ilícito utilizar información no pública relativa a la sociedad para cualquier operación con acciones o valores negociables de Telecom. 2. El personal deberá observar la normativa sobre negociación con información privilegiada vía intranet, de otro modo, deberá contactarse con el Director de Recursos Humanos.
	Protección de la Información Confidencial	1. La información debe mantenerse en estricta confidencialidad, salvo expresa autorización. La información confidencial comprende toda aquella no pública que podría ser de utilidad para competidores. 2. La sociedad respeta los derechos de propiedad y la información confidencial de otras empresas exigiendo la misma conducta a sus empleados.
	Contenido de la Correspondencia y Conservación de los Registros	1. Los registros y comunicaciones deberán ser claros, veraces, completos y exactos, evitando la exageración, conjetura, etc. 2. El uso de internet, intranet y correo electrónico se ajustará a la normativa específica.

Cuadro 5 Fuente: Elaboración Propia.

Uso Adecuado de los Activos de la Sociedad	Elementos
	Los activos de la sociedad deberán utilizarse únicamente para llevar a cabo las actividades propias de la sociedad, debiendo el personal protegerlos de pérdidas, robos y hurto. La sociedad no se responsabiliza por elementos personales que utilizan en el desempeño de las tareas.

Cuadro 6 Fuente: Elaboración Propia.

El análisis efectuado de la empresa Telecom Argentina Stet-France Telecom S.A. evidencia la implantación de un sistema de gestión integral como una primera etapa en el abordaje de la RSE, debiendo avanzar en el futuro hacia la transparencia informativa y el escrutinio externo de los resultados de su actuación en pos de la sostenibilidad.

Entendemos que con la incorporación de la Responsabilidad Social Corporativa a las operaciones empresariales se ha procurado lograr un equilibrio entre el desempeño social, económico y ambiental y que la empresa se ha comprometido a trabajar con los empleados, con la comunidad y con la sociedad toda para mejorar de esta manera la calidad de vida.

Por su parte, la empresa demuestra su compromiso con prácticas éticas y considera que sus empleados están primero. De esta manera, un compromiso claro con los principios sociales y éticos pueden convertir a la empresa en un empleador atractivo, en donde los trabajadores quieran desempeñarse por sentirse identificados.



Una empresa que hace saber a sus empleados que se ocupa de su bienestar, contribuye a aumentar la productividad de la compañía: «un empleado leal es un empleado comprometido».

En síntesis: Telecom S.A. tiene una forma de gestión basada en la relación con las siguientes áreas:

- ◆ Valores y Transparencia
- ◆ Público interno
- ◆ Medio Ambiente
- ◆ Cadena de Abastecimiento
- ◆ Consumidores y Clientes
- ◆ Comunidad
- ◆ Gobierno y Sociedad

Esto generará «un modelo económico sustentable», a través del cual, la RSE como modelo de gestión le permitirá atender a la satisfacción de todos los actores involucrados con la empresa.

Comentarios finales

Tomando en consideración que el suelo, el agua, el aire, la atmósfera, el ozono, las especies animales, entre otros, son un bien común de toda la humanidad, la sociedad en su conjunto tiene el derecho a reclamar información respecto de las actividades económicas con impacto ambiental y son las empresas que lo provocan las que deben estar obligadas a proporcionar tal información.

Ante los nuevos cambios –mundialización, importancia de la imagen para la competitividad, exigencias de divulgación de informaciones no tradicionales, interés creciente por la mano de obra altamente competente– las empresas y los responsables políticos reconocen a la RSE como un importante elemento de las nuevas formas de gestión.

La mayoría de las definiciones de la RSE entiende este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores (Chacón Castro, 2001). Surge entonces que la RSE tiene dos perspectivas: la interna y la externa. La interna contempla el interior de la empresa, es decir, los accionistas, los trabajadores y la gestión de recursos naturales en la producción que afecta al medioambiente. La externa, en cambio, está referida a los interlocutores externos, es decir, socios comerciales, los clientes, los consumidores, proveedores, el gobierno y las ONGs.





Esta definición enfatiza en que la decisión de la empresa debe ser voluntaria y no porque lo impone una ley sobre derechos sociales o normas medioambientales.

La Comunicación de la Comisión de la Comunidad Europea conceptualiza la RSE como aquella mediante la cual «...las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas a sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores». En Argentina, la Ley 25675 «Ley General del Ambiente», establece los presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable a nivel nacional, obligando a presentar información contable que esté vinculada con la calidad ambiental y referida a las actividades que se desarrollan e inciden en este aspecto. Ahora bien, la falta de reglamentación a la fecha de la normativa mencionada precedentemente trae como consecuencia la inexistencia de avances en la normativa contable que obligue a las organizaciones a actuar en consecuencia.

El análisis efectuado de la empresa Telecom Argentina Stet-France Telecom S.A. evidencia la implantación de un sistema de gestión integral como una primera etapa en el abordaje de la RSE, debiendo avanzar en el futuro hacia la transparencia informativa y el escrutinio externo de los resultados de su actuación en pos de la sostenibilidad.

Por todo lo expuesto, se infiere que la actividad empresarial tiene una trascendencia social y económica muy importante que pone de manifiesto la responsabilidad que posee la empresa para con la sociedad. Esto requiere de un cambio en el comportamiento empresarial para adecuarse a las nuevas necesidades que experimenta la sociedad y de accionistas, directores y administradores que dejen de lado la visión incompleta de la empresa –como una institución con objetivos estrictamente económicos– y adopten una nueva visión mucho más renovadora que implique un compromiso social más responsable y en consecuencia más completo.

BIBLIOGRAFÍA

Accounting Standards Steering Committee. *The Corporate Report*. London. ASSC. 1975.

Anshen, M. «Changing the Social Contract, A Role for Business». *Columbia Journal of World Business*. Vol. 5, Noviembre-Diciembre. En: Montuschi, Luisa. 2003. *Ética, Economía y Negocios, Consideraciones respecto de la Responsabilidad Social de las Empresas*. Área Economía y Negocios. Universidad del CEMA. Serie Documentos de Trabajo. Buenos Aires. 1970.



Arrow, K. «Social Responsibility and Economic Efficiency». *Public Policy* Vol. 21, Sum 1973.. En: Montuschi, 2003.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid. AECA, 2004.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (A.E.C.A.). *Contabilidad de Gestión Medioambiental*. Documentos 13. Madrid. 1996.

Banegas, N., D. Nevada y A. Tejada. *El cuadro de mando como instrumento de control en la gestión social. Recursos Humanos y Medioambiente*. Universidad de Castilla - La Mancha. 2000.

Chacón Castro, C. *La Empresa Social, la Responsabilidad y la Acción Social de la Empresa*. Valencia. 2001.

Comisión de las Comunidades Europeas. *Libro Verde de la responsabilidad social de las empresas*. <http://europa.eu.int/comm/off/green/index-es.htm> 2001.

Comisión Europea. Comunicación de la Comisión Europea relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (2 de julio 2002)

Comisión Europea. *Libro Verde de la Comisión Europea «Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas»*. Julio de 2001.

Comisión Europea. Resolución del Consejo Europeo de 6 de febrero de 2003 relativa a la responsabilidad social de las empresas.

Cuesta, M. y M.C. Valor. «RSE; concepto, medición y desarrollo en España». *Boletín Económico del ICE*. Nº 2755, 20-26 de enero 2003.

Davis, K. «Five Propositions for Social Responsibility». *Business Horizons*. Vol. 18. 1975. En: Montuschi, 2003.

De George, R. 1999. *Business Ethics*. Prentice Hall. Upper Saddle River. En: Montuschi, 2003.

Ferrell, O., J. Fraedrich y L. Ferrell. *Business Ethics, Ethical Decision Making and Cases*. Houghton Mifflin Co. Boston. 2000. En: Montuschi, 2003.





Friedman, M. «The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits». *The New York Time Magazine*. 1970. En: Montuschi, 2003.

Fuertes, F., A. Iarnetti y M.L. Goyburu. *Evaluando el Pacto Global en la Argentina: Perfil de las empresas adheridas*. Documento de Trabajo N° 01/04. Producido por la Oficina del Pacto Global en Argentina. 2004.

Global Reporting Initiative GRI. *Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance*. Boston. 2000.

Global Reporting Initiative (GRI). *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI (www.globalreporting.org). 2002.

Gray, R., D. Owen y K. Maunders. «Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract». *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 1 (1): 6-20. 1988.

Moneva, J.M. *La información financiera medioambiental: su regulación internacional*. Zaragoza, 1996.

Moneva, J.M., C. Marcuello, Ch. Marcuello y A. Bellostas. «Accountability of Non-Profit Organizations: market competition, self regulation and social audit». *Accounting, Auditing and Accountability Journal* (en evaluación). 2004.

Montuschi, L. *Ética, Economía y Negocios, Consideraciones respecto de la Responsabilidad Social de las Empresas*. Área Economía y Negocios. Universidad del CEMA. Serie Documentos de Trabajo. Bs. Aires. 2003.

Naciones Unidas. *Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas* (www.globalcompact.org y www.pactomundial.org).

OCDE (2003). *Líneas Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales 2003*.

Rubenstein, D. *Bridging the Gap between Green Accounting and Blank Ink*. Accounting Organization and Society. 1992.

Samuel, J. y A. Saarir. *Corporate Social Responsibility. Background and Perspectives*. <http://infochangeindia.org/Corporatesrlbp.jsp> En: Montuschi, 2003.

Telecom Argentina S.A. *Código de conducta y ética empresarial*. www.telecom.com.ar 2004.

Trueblood Study Group. *Objectives of Financial Statement*. AICPA. 1973.
Tua Pereda, J. y G. Angulo. *La responsabilidad social del auditor*. Madrid. 1987.



 **Alicia Bilbao**

Contadora Pública, docente investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, Provincia de Córdoba, República Argentina.

 **Rosana Zanini**

Contadora Pública, docente investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, Provincia de Córdoba, República Argentina.

 **Mirta Bocco**

Contadora Pública, docente investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, Provincia de Córdoba, República Argentina.

 **Andrea Bernardi**

Contadora Pública, docente investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, Provincia de Córdoba, República Argentina.

 **Christian Miazzo**

Contador Público, docente investigador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, Provincia de Córdoba, República Argentina.

