

Presuttari Leisa

“Importancia de la
Responsabilidad Social
Empresarial”

Contador Público

Año 2016

Resumen Ejecutivo

La temática que se abordará en el siguiente trabajo es la *IMPORTANCIA* de la *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)*.

Se hará referencia a los antecedentes de la RSE, además se indicará una serie de estándares a los cuales las organizaciones pueden acceder para implantar la misma y se analizarán las diferentes teorías comprendidas en el campo de la RSE.

Las empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y adquirir diferentes beneficios, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social.

También se abordarán los tres ámbitos fundamentales que abarca la RSE, a saber: ámbito económico, ámbito social y ámbito medioambiental; atender estas tres cuestiones es necesario para hacer de la empresa un proyecto legitimado socialmente y perdurable en el tiempo.

Por otra parte, se desarrollará el impacto de la empresa con su entorno, tanto interno como externo, conformado por los grupos de interés.

Finalmente, se expondrá el aporte de los profesionales en Ciencias Económicas a la RSE. En cuanto al Balance Social podemos decir que es una expresión de la dimensión social de la labor de la empresa, mostrando datos cuantitativos o no, acerca del impacto de la relación de la empresa con su entorno y con sus grupos de interés.

De este modo, se considerará en el presente proyecto de investigación aplicada (PIA), la importancia que mantiene el vínculo existente entre las empresas y la sociedad, relación que consiste en acciones del sector empresario destinadas a disminuir los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial; Grupos de Interés; Desarrollo Sostenible; Balance Social.

Abstract

The subject will be addressed in the next work is the importance of corporate social responsibility (CSR).

Reference to the history of CSR will be also a set of standards to which organizations can access to implement it and understood the different theories will be analyzed in the field of CSR indicated.

Companies are aware that they can contribute to sustainable development by managing their operations in order to promote economic growth and gain different benefits, while ensuring environmental protection and promoting social responsibility.

The three main areas covered by the CSR, also addressed: economic, social sphere and environmental fields; address these three questions is necessary to make the company a legitimate project socially and maintained over time.

Moreover, the impact of the company with its environment, both internal and external, comprised of stakeholders will be developed.

Finally, the contribution of professionals will be discussed in Economic Sciences CSR. As for the Social Balance we can say that is an expression of the social dimension of the work of the company, or not showing quantitative data on the impact of the company's relationship with its environment and with its stakeholders.

Thus, the importance of maintaining the link between business and society relationship consisting of shares of the business sector aimed at reducing the social and environmental problems of the communities will be considered in this applied research project (PIA) of which they are part.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Interest groups; Sustainable development; Social Balance.

Índice

Introducción.....	5
Marco teórico.....	7
Diseño Metodológico.....	16
Capítulo I: La RSE, sus estándares y teorías.....	18
I.I. Estándares de Responsabilidad Social Empresarial.....	18
I.II. Teorías y enfoques comprendidos en el campo de la RSE.....	21
Capítulo II: Beneficios de las empresas socialmente responsables, desarrollo sostenible y ámbitos de la RSE.....	26
II.I. Los beneficios obtenidos por las empresas socialmente responsables.....	26
II.II. Desarrollo sostenible y los ámbitos de las empresas socialmente responsables.....	28
Capítulo III: Entornos de la Responsabilidad Social Empresarial y sus grupos de interés..	31
III.I. Entornos a los que las empresas socialmente responsables dirigen sus acciones. ...	31
III.II. Grupos de Interés.....	32
Capítulo IV: La RSE, el Contador Público y el Balance Social.....	36
IV.I: Cómo debe contribuir el Contador Público a la RSE.....	36
IV.II: El Balance Social y la RSE.....	38
Conclusión.....	42
Bibliografía.....	44
Anexos.....	45

Introducción

El presente trabajo pretende abordar la IMPORTANCIA de la RESPONSABILIDAD SOCIAL dentro de las EMPRESAS. La conducción socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen y favorece, en forma cuantitativa, a la rentabilidad de la misma.

La empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia el interior o hacia el exterior de la misma. En cada caso, existen diferentes grupos interesados hacia donde puede focalizar sus acciones.

La creciente preocupación de la sociedad sobre los problemas de carácter ético, ambiental y social, hace que las empresas traten de abordarlos en profundidad, adquiriendo un compromiso permanente con todos los grupos de interés. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones.

Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a largo plazo a la empresa y crecimiento económico.

La RSE es un aspecto esencial para la subsistencia de cualquier organización. Ésta se está convirtiendo en una cuestión inevitable, independientemente del tamaño o sector de la compañía.

Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto medioambiental de la empresa, puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad de la misma.

Al llevar a cabo dicha investigación, han surgido los siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las razones por lo que las empresas deberían ser socialmente responsables? ¿Qué beneficios tendrían al cumplimentar con su responsabilidad social empresarial? ¿De qué manera contribuye el Contador Público en cuanto a la responsabilidad social empresarial?

Para responder los interrogantes anteriormente mencionados se plantearán los siguientes objetivos:

✓ Objetivo General: Profundizar sobre la importancia que tiene para las empresas ser socialmente responsable, ya sea focalizando sus acciones en el ámbito interno o externo con los que la misma se relaciona.

- ✓ Objetivos Específicos:
- ❖ Conocer las distintas normas que hacen alusión a la RSE.
- ❖ Explicar las diferentes teorías comprendidas en el campo de la RSE.
- ❖ Identificar las razones y los beneficios por lo que las empresas deben ser socialmente responsables.
 - ❖ Describir y analizar las áreas en las que las empresas pueden focalizar sus acciones para ser socialmente responsables.
 - ❖ Determinar de qué forma pueden contribuir los profesionales en Ciencias Económicas a la RSE.

Marco teórico

El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generará una mayor conciencia social. Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972; el nacimiento de grupos civiles como Greenpeace o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, o el mismo Pacto Mundial; así como el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos, acontecimientos que han servido como bloques para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como Responsabilidad Social Empresarial.

La responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, centrándose en las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad.

Bajo este concepto se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo¹ y el Asociacionismo² que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es entendida esencialmente por una iniciativa de carácter voluntario.

¹Tendencia o doctrina favorable a la cooperación en el orden económico y social. (Diccionario de la Real Academia Española)

²Movimiento social partidario de crear asociaciones cívicas, políticas, culturales, etc. (Diccionario de la Real Academia Española)

Algunos autores señalan el origen del movimiento por la Responsabilidad Social Empresarial en la década de los treinta y otros en los setenta, pero lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras la llegada de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

En 1999 se lanzaron una serie de iniciativas las cuales identificaron lineamientos o principios que debían ser considerados por las empresas, para contribuir al desarrollo de la sociedad, comunidades y de los mercados. Las medidas establecidas en esta iniciativa involucran temas de derechos humanos, laborales, del cuidado al medio ambiente así como medidas anti-corrupción, temas que abarcan los "Diez Principios" con que cuenta el Pacto Mundial, conocido como UN GLOBAL COMPACT (Ver anexo C). Si bien las empresas no se encuentran obligadas de forma jurídica alguna a la implementación y seguimiento de dichos principios, son lineamientos aspiracionales que dentro de su gestión, operaciones u estrategias, deben de tomar en cuenta para actuar y cumplir dentro de un marco de Responsabilidad Social Empresarial establecido a nivel mundial.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSE, cuyas directrices sirven como orientación para las organizaciones empresariales que se deciden a transitar por este camino.

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial se ha ido convirtiendo, de manera creciente y rápida, en uno de los ámbitos de gestión más importantes, dado que a través de sus diferentes particularidades las empresas pretenden diferenciarse respecto a otras.

El desarrollo y la globalización han incrementado la exigencia social de un comportamiento empresario más responsable y más comprometido con su entorno, cuyas responsabilidades sociales básicas, éticas, laborales y medioambientales van más allá de la maximización de ganancias y de su posición frente a los mercados.

El Informe Forética sobre el estado de la RSE en España (2015, p.9), señala:

La Responsabilidad social es uno de los aspectos más destacados en la agenda global, tanto a nivel de la empresa como de otras instituciones públicas o privadas. El apoderamiento de la tecnología, la globalización y una creciente sensibilización ciudadana crean la necesidad de adoptar un modelo de empresa que opera y preserva ecosistemas sociales y ambientales. Vivimos en un planeta en que persisten

importantes desequilibrios que requieren una respuesta armónica y coordinada por parte de todos los agentes socioeconómicos.

La RSE es un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas en sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores. La principal función de una empresa consiste en crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar de este modo beneficios para sus propietarios y accionistas, así como bienestar para la sociedad en general, en particular gracias a un proceso continuo de creación de empleo. Sin embargo, las nuevas presiones sociales y de mercado transforman progresivamente los valores y las perspectivas de la actividad empresarial.

Hoy en día, los empresarios están cada vez más convencidos de que el éxito comercial y los beneficios duraderos para sus accionistas no se obtienen únicamente con una maximización de los beneficios a corto plazo, sino con un comportamiento orientado por el mercado, pero responsable.

Así es, que las empresas son conscientes de que pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y aumentar su competitividad, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores.

Con respecto a la conceptualización de RSE, cada empresa, cada organización, debe ser capaz de lograr su propia definición, sobre la base de su cultura organizacional y los valores que en ella rigen. Es por esto que no se encontrará una concepción unívoca sobre lo que implica la Responsabilidad Social, aunque sí existen definiciones consensuadas por distintas entidades, entre ellas:

La Comisión Europea en su Libro Verde para Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas define dicho concepto como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores sociales”³.

El Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Trabajo de España, establece la siguiente definición: “La Responsabilidad Social de la empresa es,

³Comisión de las Comunidades Europeas (2002) *Comunicación de la Comisión Relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas*, Bruselas. (Mayo, 2015).

además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés (*stakeholders*), responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”⁴.

Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: “La responsabilidad social empresarial es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa. Ésta centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias.

Va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas”⁵.

Por su parte, El Instituto Ethos de Brasil, sostiene que la RSE “es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”⁶.

Por otra parte, en la Carta Encíclica Laudato Si del Papa Francisco expresa: “El desafío urgente de proteger nuestra casa común incluye la preocupación de unir a toda la

⁴ Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas (2007) *Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España*. (Mayo, 2015).

⁵ Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (Diciembre, 2003) *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. (Junio, 2015).

⁶ Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2007) *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf (Mayo, 2015).

familia humana en la búsqueda de un desarrollo sostenible e integral, pues sabemos que las cosas pueden cambiar”.

“La humanidad aún posee la capacidad de colaborar para construir nuestra casa común. Deseo reconocer, alentar y dar las gracias a todos los que, en los más variados sectores de la actividad humana, están trabajando para garantizar la protección de la casa que compartimos.

Merecen una gratitud especial quienes luchan con vigor para resolver las consecuencias dramáticas de la degradación ambiental en las vidas de los más pobres del mundo. Los jóvenes nos reclaman un cambio. Ellos se preguntan cómo es posible que se pretenda construir un futuro mejor sin pensar en la crisis del ambiente y en los sufrimientos de los excluidos”.

“Hago una invitación urgente a un nuevo diálogo sobre el modo como estamos construyendo el futuro del planeta. Necesitamos una conversación que nos una a todos, porque el desafío ambiental que vivimos, y sus raíces humanas, nos interesan y nos impactan a todos”.

La encíclica hace alusión a la ecología entendida como las relaciones entre los organismos vivos (en este caso el ser humano) y el ambiente donde se desarrollan. La preocupación es sobre el impacto desproporcionado que el deterioro del medio ambiente, no solo por el cambio climático, sino además por el consumo desordenado de los escasos recursos naturales, tiene sobre las poblaciones más vulnerables.

En tanto, a la responsabilidad empresarial el mensaje central de la encíclica es que se deben tomar acciones para evitar el deterioro de la “casa común” y disminuir los impactos que ello tiene sobre la población. Mucho de ese deterioro es atribuible a las acciones de las empresas, aunque también de los gobiernos, de otras instituciones y de los individuos.

Buena parte de la encíclica se dedica a destacar los efectos nocivos que las empresas pueden tener al perseguir la maximización de beneficios, en particular con una visión a corto plazo y sin valorar adecuadamente los impactos que tienen sobre el medio ambiente y las personas.

Esta es la más anticipada de las encíclicas y la más citada en los medios, sería deseable que este impacto mediático se tradujera en impacto real, en acciones por parte de la sociedad, incluyendo gobiernos, empresas, instituciones e individuos.

Por lo que puede destacarse que la RSE apunta a cómo las empresas deben actuar para mejorar los impactos de sus operaciones, ya sea internamente, para fortalecer sus relaciones, o externamente, para salvaguardar el medioambiente en el que interactúan.

Haciendo referencia a El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) creado a mediados del año 2002 con la misión de “promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina, trabajando junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua”.

Partiendo de concebir a la Responsabilidad Social Empresaria como modelo de gestión que contempla los impactos económicos, ambientales, éticos y sociales derivados de la actividad empresarial, el Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios, genera herramientas de gestión y mecanismos de información e intercambio de experiencias.

Promueve, además, la colaboración mutua entre las empresas que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuir a la construcción de una sociedad más justa y sustentable. El IARSE produce información, conocimiento, divulga buenas prácticas, trabaja en red y establece alianzas con otras organizaciones comprometidas con la promoción de RSE en Argentina y en la región, para facilitar el compromiso gradual y creciente del mundo de los negocios con una gestión ética y socialmente responsable⁷.

Por otro lado, se expone lo comentado por el Dr. Bernardo Kliksberg, uno de los mayores expertos mundiales en la lucha contra la pobreza y asesor principal del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, el cual sostiene, que la empresa socialmente responsable debe promover, en primer lugar, un buen trato a su personal, que no se agota en el pago de sueldos a tiempo y el cumplimiento de la legislación laboral, sino que apunte al entrenamiento, a los planes de carrera, al equilibrio familia-empresa, a la eliminación de la discriminación de género, entre otros. En segundo lugar, debe asegurarse un buen trato al consumidor con productos de buena calidad, a precios razonables y saludables. Un tercer elemento de peso es el compromiso con la preservación del medioambiente. Finalmente, es

⁷IARSE (2002) *Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: <http://www.iarse.org/> (Mayo, 2015).

trascendente la participación en causas comunitarias y la eliminación de los dobles códigos de ética cuando la empresa tiene filiales en varios países de diferente grado de desarrollo económico-social.

Él, expresa, que “la responsabilidad social empresarial ha llegado para quedarse en el siglo XXI”. Hay tres fuerzas históricas en las sociedades que están presionando por responsabilidad social empresarial. En primer lugar están los pequeños inversionistas, ya que buena parte de las empresas más importantes del mundo son públicas y después del fraude gigantesco de Enron⁸ exigen transparencia y reglas de juego.

Una segunda gran fuerza es la de los consumidores organizados que se están articulando crecientemente en pos del consumo pro-verde y pro-ético: comprar productos de empresas que tienen altos niveles de responsabilidad ambiental y ética; y paralelamente excluir productos de empresas que no muestran esta responsabilidad. La tercera gran fuerza es la opinión pública. La sociedad civil está librando una batalla muy importante por ética en los negocios.

Estas tres fuerzas combinadas están impulsando la responsabilidad social, porque han creado una situación diferente para las empresas. No ser responsable socialmente implica costos que son mayores que los beneficios. Y en tanto más crecen estas tres fuerzas, los costos que hacen pagar a las empresas son mayores que los beneficios por no hacerlo⁹.

Otro tema de suma importancia que se llevará a cabo es el de Balance Social, para ello se cita la Resolución Técnica N° 36, la que expresa en su segunda parte que, “...uno de los objetivos para la preparación del Balance Social es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global”.

“El Balance Social debe, por lo tanto, tratar de presentar el desempeño en relación con concepciones más amplias de la sustentabilidad. Esto incluye analizar el desempeño de la organización en el contexto de los límites, y las exigencias impuestas sobre los recursos ambientales o sociales a nivel sectorial, local, regional o mundial, y sobre el uso de recursos y niveles de contaminación. También puede ser relevante en lo referente a objetivos

⁸Empresa energética cuya reputación comenzó a decaer por técnicas contables fraudulentas.

⁹ Bernardo Kliksberg. *Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable?* (2006). Recuperado de: http://cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_etica_moda.pdf (Enero, 2016)

sociales y económicos, tales como objetivos de desarrollo sustentable y objetivos socioeconómicos a escala nacional o internacional”.

Existen diversos modelos metodológicos para elaborar el Balance, esta resolución se basa en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), “es una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores, cuya misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios”¹⁰.

Puede señalarse que la Resolución General 3424/12 “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables”, reconoce el importante papel que cumple, en la sociedad, la Responsabilidad Social Empresaria, en tanto favorece la generación de beneficios para el entorno en que se desarrollan las iniciativas empresariales que dicho concepto engloba.

Resulta aconsejable establecer un mecanismo que permita una mejor visualización pública de los compromisos empresariales frente a la comunidad, evidenciando los comportamientos responsables en los aspectos social, económico y/o ambiental; lo cual incluye necesariamente el correcto cumplimiento de sus obligaciones fiscales en materia impositiva, aduanera y de los recursos de la seguridad social, atendiendo al hecho que, entre los grupos de interés beneficiados por tales iniciativas se destacan, en primer lugar, los trabajadores que prestan servicios en las aludidas empresas.

Podrán adherirse voluntariamente aquellas empresas que cumplan los requisitos que se fijen al efecto. La incorporación en el registro contribuirá a potenciar la buena imagen institucional y social de tales empresas ante la comunidad, tanto desde el punto de vista de la responsabilidad social empresaria cuanto en lo atinente al cumplimiento tributario¹¹.

Para finalizar, se hará mención sobre la historia de la empresa seleccionada para llevar a cabo parte del diseño metodológico.

La empresa se denomina Tarjeta Naranja, nació en 1985 en la ciudad de Córdoba, como la Tarjeta que identificaba a las cuentas corrientes de la casa de deportes "Salto 96",

¹⁰Resolución Técnica N° 36 Normas Contables Profesionales: Balance Social. Recuperado de: http://www.facpce.org.ar/web2011/Noticias/noticias_pdf/rt36.pdf(Enero, 2016)

¹¹Resolución General 3424/12 “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables”. Recuperado de: <http://mundoimpositivo.blogspot.com.ar/2012/12/rg-342412-registro-de-contribuyentes.html> (Enero, 2016)

fundada por dos profesores de Educación Física, David Ruda y Gerardo Asrin. Por la fuerza de su color, la gente le puso como nombre: Tarjeta Naranja. Un fenómeno de identidad que superó todo lo imaginado.

Rápidamente, se expandió, primero en la ciudad y luego por todo el país, transformándose en un instrumento de compra para otros comercios. Surgieron así los "Comercios Amigos", que hoy llegan a más de 110.000.

En 1995, la inclusión accionaria de Banco Galicia posibilitó consolidar la expansión geográfica y generar nuevos planes y servicios financieros para los Titulares y Comercios Amigos.

En 1998, se concretó una alianza con VISA y los Titulares de Tarjeta Naranja empezaron a utilizar su plástico en todo el mundo. Luego, se aliaron con MasterCard y American Express, acelerando un proceso de crecimiento que llevó al liderazgo indiscutido que hoy ocupan.

Hace 19 años que su sucursal se encuentra en la ciudad de Villa María, ubicada en Avenida Alem 102.

Diseño Metodológico

IX.1 Tipo de estudio: El presente trabajo es una investigación de tipo Descriptiva, a través de la cual se pretende profundizar la importancia que tiene para las empresas ser socialmente responsable, ya sea focalizando sus acciones en el ámbito interno o externo con los que la misma se relaciona.

Este tipo de investigación se da cuando el objeto de estudio ya es conocido, está definido y se busca describirlo de forma más profunda y exhaustiva.

IX.2 Metodología: Se trata de una investigación de tipo Cualitativa, ya que lo que se busca es profundizar en la importancia que tiene para las empresas ser socialmente responsables, responder cuales son los beneficios que se obtendrán mediante la aplicación de la RSE.

Esta metodología tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

IX.3. Técnicas: Se utilizará el Análisis de Contenido (ver anexo A), el cual consiste en una técnica que permite analizar noticias, publicidades, leyes o cualquier tipo de escrito. También se realizarán Encuestas (ver anexo B), estas comprenden la realización de preguntas en base a una guía elaborada previamente; este método es de gran utilidad para el relevamiento de información. Es la aplicación de un procedimiento estandarizado para recolectar información oral o escrita de una muestra de personas acerca de los aspectos estructurales.

IX.4. Instrumentos: Para cada una de las técnicas que se utilizarán existe un instrumento específico que permite recolectar los datos para la investigación.

Para el Análisis de Contenido se utilizarán grillas de análisis y en cuanto a las Encuestas se utilizará como variante el Cuestionario, mediante este mecanismo adoptado se facilita la recopilación de información. Al momento de volcar la información a un sistema es fácil capturar, concentrar y obtener información útil a partir de las respuestas, mediante el uso de la computadora. Incluso se puede proyectar los datos y hacer gráficas; se

hace impersonal la aportación de respuestas por lo tanto ayudan a obtener información útil y confiable si se plantean bien las preguntas.

IX.5. Población: Empresa Tarjeta Naranja, situada en la ciudad de Villa María, Provincia de Córdoba.

IX.6. Criterio Muestral: Se realizará un muestreo de tipo No Probabilístico. Este será:

- Intencional: ya que se seleccionará para la realización de las encuestas a aquellas personas que puedan brindar mayor información para cumplir con los objetivos de la investigación realizada.

IX.7. Muestra: Se encuestará a siete empleados de atención al cliente, al supervisor regional y dos empleados de maestranza. Son personas de entre 25 y 60 años de edad, con una antigüedad laboral de entre 2 y 10 años.

En cuanto a las entrevistas realizadas al distinto personal de Tarjeta Naranja, puede extraerse como conclusiones que existen varios de ellos que poseen antigüedad en la sucursal de Villa María por lo que conocen la trayectoria de la misma, su misión y visión. Reconocen que las decisiones son tomadas por sus directivos de manera eficiente.

De los 10 empleados encuestados, 8 respondieron que conocen sobre RSE y han participado de charlas informativas, mientras que 2 de ellos no han participado pero están interesados en recibir información.

A través de las entrevistas pude saber que Tarjeta Naranja aplica acciones de RSE como por ejemplo: brinda servicios de calidad, ofrece un excelente ambiente de trabajo, reduce los impactos ambientales mediante el reciclaje de residuos, ahorro de energía, brinda cursos de capacitación, motiva y beneficia a los empleados, existe una buena comunicación entre el personal, otorga beneficios y promociones a los clientes, utilización de insumos reciclables, entre otros.

La misma en su reporte de sustentabilidad expresa: “En Tarjeta Naranja entendemos que el crecimiento a largo plazo debe acompañarse con una gestión sustentable, que considere e incluya a nuestros principales grupos de interés y a la comunidad”.

Capítulo I: La RSE, sus estándares y teorías.

En el presente capítulo se citarán una serie de estándares a los cuales las organizaciones pueden acceder para implantar la RSE. También se analizarán las diferentes teorías y enfoques comprendidos en el campo de la misma.

I.I. Estándares de Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación se indican una serie de estándares que actúan como guías para la implantación de sistemas de gestión de la responsabilidad social de la empresa y la comunicación de éstas con los grupos de interés.

○ *Norma SA 8000*

La norma SA 8000 surgió en 1997 en Estados Unidos con la misión de "mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial".

Las características fundamentales de este estándar son:

- Es una norma internacional.
- Define los requisitos acerca de las prácticas de empleo sociales de fabricantes y proveedores.
- Es aplicable a instalaciones de cualquier tamaño y ámbito geográfico, así como para todo tipo de sectores de actividad
- Es uniforme y auditable por terceras partes.
- Está sujeta a revisiones periódicas
- Está elaborada por partes interesadas
- Existe formación específica para auditores y certificadores.
- Entre las áreas cubiertas por la SA 8000 están el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensaciones y sistemas de gestión.
- Es una norma certificable.

○ *AA1000*

La serie de normas Accountability 1000 (AA1000) ha sido elaborada por el ISEA (Institute for Social and Ethical Accountability), una organización internacional sin ánimo

de lucro fundada en 1996 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 claves de la serie AA1000 son las siguientes:

- Cubre todos los resultados de la organización, económicos, sociales y ambientales, es decir, el "desempeño sostenible".

- Examina cómo 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.

- Evalúa la información proporcionada a las partes interesadas con respecto a la capacidad de la organización de dar respuesta a sus inquietudes, puesto que interpreta la acción de reportar como evidencia de un compromiso permanente con ellas.

- *ISO 26000*

Esta norma publicada en el año 2010 y desarrollada por ISO (International Standard Organization) tiene el objetivo de orientar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial.

ISO 26000 es una guía que indica directrices en materia de Responsabilidad Social.

La norma tiene la siguiente estructura: el texto recoge un acuerdo global sobre tres cuestiones claves:

1. Definiciones y principios de la Responsabilidad Social.
2. Las principales cuestiones que deberán ser consideradas en la implementación de la Responsabilidad Social.
3. Orientación sobre cómo integrar la Responsabilidad Social en las operaciones de la organización.

○ *Norma SGE 21*

En el año 2000 surge esta 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. La norma SGE 21 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.

○ *Norma UNE 165010 EX*

Esta norma que desarrolla un sistema de gestión de Responsabilidad Social de la Empresa, 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) en 2009.

Se trata de una guía que establece los criterios para mejorar la actividad de la organización en relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Al igual que los anteriores estándares mencionados es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño o sector.

○ *Global Reporting Initiative (GRI).*

Herramienta para la generación y comunicación de información sobre la actividad de la empresa. Esta iniciativa, con aceptación a nivel internacional, ofrece una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales. Cualquiera puede tener acceso a la guía. Una vez realizada la memoria, las empresas tienen la opción de enviar sus memorias de sostenibilidad a GRI y obtener una calificación en términos de transparencia de la memoria.

La aplicación de estas normas o estándares aportan beneficios visibles a la empresa, no sólo en el ámbito de la gestión interna, sino también hacia el exterior, por ejemplo: reducción de costos, mayor productividad, reorganización e innovación, mayor satisfacción de clientes y empleados, mejor relación con los stakeholders, entre otros; los que serán explicados más detalladamente en el siguiente capítulo.

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial se está convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, dado que a través de sus diferentes modalidades las empresas pretenden diferenciarse respecto a otras en cuestiones relacionadas, por ejemplo, con 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.

I.II. Teorías y enfoques comprendidos en el campo de la RSE.

El artículo "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory" ("Responsabilidad social corporativa: un mapa del territorio"), de Elisabet Garriga y Doménech Melé (2004), intenta arrojar luz sobre esta área de estudio con una clasificación de las principales teorías y enfoques de RSC.

El campo de la responsabilidad social Empresarial (RSE) presenta un amplio abanico de teorías así como de enfoques, todos ellos controvertidos, complejos y poco definidos.

Como punto de partida de su clasificación, los autores asumen la hipótesis de que las teorías y enfoques de RSE más importantes presentan cuatro dimensiones relacionadas con los beneficios, la actuación política, las demandas sociales y los valores éticos. Esta hipótesis permite sistematizar las teorías de RSE en cuatro grupos:

1. Teorías instrumentales: en las que la empresa es vista exclusivamente como un instrumento para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos. Uno de los autores que apoya esta teoría es Friedman M. (1962: 126), señala que la vital responsabilidad social de la empresa es la de maximizar la riqueza para el accionista cuando se encuadre dentro del marco legal a que éstas se encuentran sujetas.

En este grupo de teorías se incluyen:

- * La maximización del valor para el accionista como criterio supremo para evaluarlas actividades sociales empresariales.

- * Las estrategias para lograr ventajas competitivas.

Este grupo de teorías presenta tres enfoques:

- Inversiones sociales en un contexto competitivo: Los defensores de este enfoque sostienen que la inversión en actividades filantrópicas¹² pueden ser útiles para mejorar el contexto de ventaja competitiva de una firma ya que normalmente crea un valor social mayor del que pueden crear los donantes individuales o el gobierno.
 - Una perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basada en los recursos naturales: Este enfoque mantiene que la capacidad de una empresa para lograr mejores resultados que sus competidores depende de la interacción de recursos humanos, organizativos y físicos a lo largo del tiempo y en las rutinas organizativas y estratégicas por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para generar nuevas estrategias creadoras de valor.
 - Estrategias para la base de la pirámide económica: Una manera de abordar este tema es la innovación disruptiva: productos o servicios que no tienen las mismas capacidades ni condiciones que los utilizados por los clientes en los mercados convencionales y que, por ello, sólo pueden ser introducidos para aplicaciones nuevas o menos complicadas entre los clientes no tradicionales, con una producción de bajo coste y adaptados a las necesidades de la población.
 - El marketing con causa: cuyo objetivo principal es aumentar las ventas e ingresos de la empresa o la relación con los clientes creando una imagen de marca mediante la adquisición o la asociación con la dimensión ética o la dimensión de responsabilidad social.
2. *Teorías políticas*: que hacen referencia al poder de las empresas en la sociedad y un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político. Podríamos ubicar en este grupo a los autores Wood, D. y Lodgson, J. (2002)¹³.

Entre las más importantes, Garriga y Melé mencionan:

*El constitucionalismo corporativo: basado en la idea de que la empresa es una institución social y debe ejercer el poder de forma responsable, sujeta a la "ecuación de poder social" ("Las responsabilidades sociales de los empresarios derivan del poder social que tienen") y

¹²Filantropía: es un vocablo de origen griego que significa "*amor al género humano*". Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo cambio. Se conoce como filántropos a los sujetos u organizaciones que suelen desarrollar proyectos solidarios. (<http://definicion.de/filantropia/>)

¹³En su trabajo llamado "Business Citizenship: From Individuals to Organizations, Society for Business Ethics" los autores plantean un cambio en la mirada de la responsabilidad social hacia una de ciudadano corporativo. El término ciudadano corporativo puede resultar ser más aceptable y permite capturar de mejor forma el núcleo del contenido moral y social de la RSE.

la "ley de hierro de la responsabilidad" ("Quien no ejerza su poder social con responsabilidad lo perderá").

*La teoría del contrato social integrador: considera que las responsabilidades sociales provienen del acuerdo en dos niveles: un contrato macrosocial teórico que apela a todos los participantes racionales, y un contrato microsocioal real asumido por los miembros de numerosas comunidades locales.

* La ciudadanía empresarial: se ve un fuerte sentido de la responsabilidad de la empresa con respecto a la comunidad local, asociaciones y preocupación por el medio ambiente. A consecuencia de la globalización empresarial, la preocupación por la comunidad local se ha convertido progresivamente en preocupación a nivel mundial.

3. *Teorías integradoras*: en las que la empresa se centra en la captación, identificación y respuesta a las demandas sociales. Con ello pretenden legitimidad social y una mayor aceptación y prestigio social. La teoría de los grupos de interés de Ed Freeman (1984)¹⁴ es el máximo exponente de esta corriente.

Este grupo de teorías comprende:

*La gestión de asuntos sociales: definida como los procesos con los que la empresa identifica, evalúa y responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectarle significativamente.

*El principio de responsabilidad pública: sostiene que un comportamiento empresarial adecuado deriva de una política pública relevante, que incluya el modelo general de dirección social reflejado en la opinión pública, asuntos emergentes, requisitos legales formales y prácticas de ejecución o aplicación.

*La gestión de los grupos implicados (stakeholders): un enfoque orientado hacia las personas que afectan o se ven afectadas por las políticas y prácticas empresariales. Su ventaja es la mayor sensibilidad de la empresa hacia su entorno.

*La acción social empresarial: una serie de teorías que promulgan la búsqueda de la legitimidad social a través de procesos que ofrezcan las respuestas adecuadas.

¹⁴En el libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Gestión Estratégica: Un enfoque de las partes interesadas) (1984), la teoría de los "interesados" (stakeholder) identifica y modela los grupos de personas los cuales son interesados de una empresa. También describe y recomienda métodos por los cuales se puede encarar la gestión para considerar los intereses de esos grupos.

4. *Teorías éticas*: basadas en las responsabilidades éticas de las empresas para con la sociedad. Se fundamentan en principios que expresan qué se debe y qué no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor. Dentro de esta teoría puede resaltarse el autor Freeman, R.E. (1983), propone formalmente que las acciones de negocios representan actividades en red que integran a los distintos actores como una cadena en que se afectan unos a otros. Describe que las empresas al llevar a cabo sus actividades no sólo deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, sino que además deben tener en consideración a todos los actores que pueden afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades.

Entre los enfoques principales, Garriga y Melé distinguen los siguientes:

*La teoría normativa de grupos implicados (stakeholders): la cual contempla las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos interdependientes implicados (proveedores, clientes, empleados, accionistas y comunidad local).

*Los derechos universales: basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente.

* El desarrollo sostenible: dirigido a alcanzar un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras. Para evaluar su propia sostenibilidad, la empresa debería adoptar un "triple objetivo" que incluya no sólo los aspectos económicos de la firma, sino también los sociales y medioambientales.

*El enfoque del bien común: que sostiene que la empresa debe contribuir al bien común porque es parte de la sociedad. La empresa cuenta con muchos medios para conseguirlo: creando riqueza y proveyendo bienes y servicios de una manera justa y eficiente y, al mismo tiempo, respetando la dignidad y los derechos fundamentales inalienables de los individuos¹⁵.

De acuerdo a Garriga y Melé (2004) las empresas han recibido presiones de un gran número de grupos tales como organizaciones no gubernamentales, comunidades, medios de comunicación, administraciones públicas y otros grupos institucionales. Estos grupos junto con otros exigen cada vez más un comportamiento responsable por parte de las empresas,

¹⁵Journal of Business Ethics 53 (Agosto, 2004), "*Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*" de Elisabet Garriga y Doménech Melé. Recuperado de: http://comunicarseweb.com.ar/?Mapa_de_Teorias_de_la_RSE&page=ampliada&id=292&_s=&_page=tags (Octubre, 2015).

por ello éstas están buscando maneras de establecer prácticas que les permitan establecer espacios de diálogo con un amplio campo de stakeholders.

Capítulo II: Beneficios de las empresas socialmente responsables, desarrollo sostenible y ámbitos de la RSE.

En el siguiente capítulo se desarrollarán los distintos beneficios que obtienen las empresas al ser socialmente responsables.

Por otra parte, se abordarán los ámbitos de la RSE y se explicará la relación de la RSE con el desarrollo sostenible.

II.I. Los beneficios obtenidos por las empresas socialmente responsables.

Una gestión empresarial responsable, producirá los siguientes beneficios¹⁶:

a. *Fideliza a sus clientes*: una empresa considerada socialmente responsable aumenta la imagen positiva que tienen sus consumidores y clientes, es probable que los clientes de una empresa con buena reputación renueven su compromiso. Los consumidores admiran aquellas empresas que desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es factor que garantiza la lealtad del consumidor.

b. *Disminución de conflictos*: Los principios y valores comprendidos en la RSE ayudan a la empresa a desarrollar relaciones sólidas con sus públicos, sobre la base del diálogo. En esta medida, puede ser reducido el impacto de algunos procesos legales que provocan aumento de costos y desgaste institucional. Por lo demás, la claridad en los valores y principios asegura el cumplimiento de compromisos y negociaciones de intereses.

c. *Reduce los costos operativos*: las acciones de RSE focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logran reducir los gastos y la improductividad.

d. *Valoración de la imagen institucional y de la marca*: Las prácticas de responsabilidad social agregan valor a los negocios de la empresa, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para sus estrategias de negocios.

¹⁶ Datos recabados: <http://www.losrecursoshumanos.com/9-razones-para-ser-una-empresa-socialmente-responsable-2/>

e. *Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia:* una empresa que realice acciones destinadas a disminuir la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado por sobre los productos de la competencia.

f. *Mayor capacidad de reclutar y mantener talentos:* Los trabajadores se sienten motivados con prácticas de gestión socialmente responsables, definidas con claridad. Les agrada formar parte de organizaciones que respetan al individuo e invierten en su capacidad de aprendizaje. La responsabilidad social atrae para la empresa talentos y, al mismo tiempo, hace que el trabajador se sienta estimulado a mantenerse en el empleo. Aumenta los niveles de satisfacción, pertenencia, compromiso y lealtad de los empleados, también promueven la estabilidad y el bienestar del público interno.

g. *Flexibilidad y capacidad de adaptación:* Las empresas capaces de incluir la responsabilidad social en su estrategia de negocios son abiertas a las demandas de la sociedad, pudiendo adaptarse a dichas demandas con mayor facilidad, e incluso creando productos y servicios que atiendan nuevas expectativas.

h. *Sustentabilidad del negocio a largo plazo:* La persistencia de la empresa constituye también motivo de preocupación para los inversionistas. Las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo. Las acciones responsables mejoran la imagen de la empresa frente a la comunidad empresarial y los inversionistas. Es de esperar que un inversionista descarte la posibilidad de colocar su dinero en una empresa que mantiene un historial grave de contaminación ambiental y opte por otra que se preocupe por el cuidado ambiental.

i. *Acceso a mercados:* El respeto a determinadas cláusulas sociales, tal como el combate a la discriminación, y otras ambientales, como el establecimiento de controles sobre la contaminación, permite a la empresa operar en países o regiones que adopten patrones rígidos de conducta en estos campos.

j. *Acceso a capitales:* Al garantizar el control de riesgos sociales y ambientales, la empresa puede conseguir crédito y financiamiento para proyectos en instituciones que expresan tales exigencias. Mejora la posición financiera de la misma.

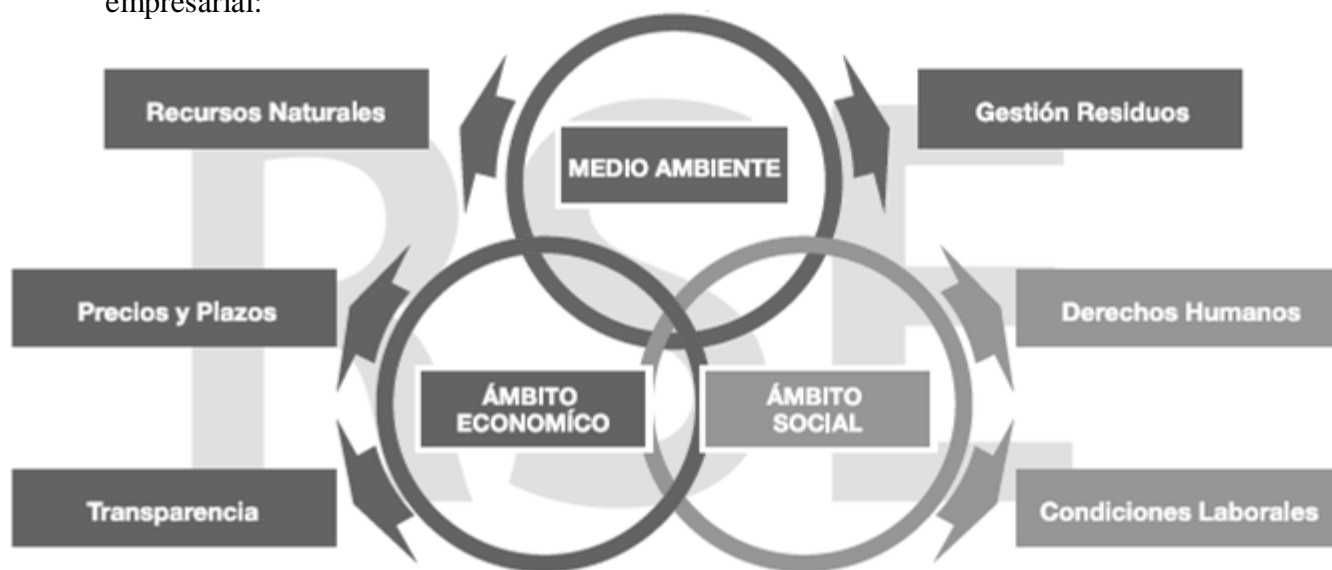
k. *Permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión:* una empresa que destine parte de su presupuesto en acciones sociales o ambientales y no esconda

información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión.

Las empresas que sepan integrar adecuadamente la RSE en su estrategia, tienen grandes posibilidades de conseguir los diferentes beneficios anteriormente mencionados, que les facilitarán un mejor posicionamiento en el mercado, ya que la RSE puede pensarse como un factor clave para el éxito y aceptación de las empresas en el futuro.

II.II. Desarrollo sostenible y los ámbitos de las empresas socialmente responsables.

La responsabilidad de la empresa ha dejado de ser netamente económica para comenzar a incluir otros aspectos. En la *Figura 1* pueden observarse los distintos ámbitos de las empresas socialmente responsables. Así, se identifican dentro de la responsabilidad empresarial:



*Figura 1*¹⁷. Los distintos ámbitos de las empresas socialmente responsables.

○ *Ámbito Económico*: está relacionado con la búsqueda de beneficios económicos por parte de la empresa mediante el desarrollo de su actividad de la manera más eficiente. Se refiere al mercado al que la empresa dirige sus acciones, este es, en el que desarrolla su actividad. Las acciones de RSE deberán tener en cuenta los derechos de los consumidores,

¹⁷ Datos recabados: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/13/responsabilidad-social-empresarial-rse-y-su-importancia/>

otorgar información transparente de su actividad, hacer un uso responsable de los recursos evitando desperdicios, reutilizando y reciclando las materias primas. Significa también usar mano de obra en condiciones justas y pagar un precio justo a los proveedores por sus productos, servicios o materias primas.

- *Ámbito Social:* se refiere al compromiso asumido por la empresa en relación con la sociedad en la que está inserta, compromiso que va desde el respeto por sus usos y costumbres hasta una participación activa en la búsqueda de soluciones a los problemas que la aquejan. Otro campo en el que puede influir la de RSE, es en el ámbito laboral, en donde la empresa debe contemplar el bienestar y satisfacción de sus empleados, brindar condiciones que no afecten la salud y seguridad de los trabajadores, fomentar la formación y el desarrollo profesional, entre otros.

- *Ámbito Medioambiental:* la inclusión de este aspecto dentro de la responsabilidad empresarial se debe al reconocimiento de que toda la empresa, en su funcionamiento, afecta el medio que la rodea, debiendo responder por las externalidades generadas. También se lo incluye debido a que su cuidado y preservación son esenciales para alcanzar el desarrollo sostenible. La empresa puede influir en el cuidado del medio ambiente, con responsabilidad social sí va más allá del cumplimiento de la legislación vigente, además, debe tener presente aspectos relativos a la gestión de residuos, a las características de los envases y embalajes, al reciclaje de todos sus desechos, al transporte de productos y al consumo responsable de energía.

Hoy las empresas han entendido que la responsabilidad social implica tener presentes en la toma de decisiones a todos los grupos de interés con quienes interactúa. Implementar sistemas de gestión socialmente sostenibles que le permitan integrar de manera armónica valores y objetivos estratégicos de la organización con las expectativas e interés de estos grupos.

Haciendo referencia al concepto de *Desarrollo Sostenible*, puede definirse como: “el modelo de desarrollo que busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, en general, y de los procesos productivos, en particular, para satisfacer las necesidades de las

generaciones presentes sin poner en peligro que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas”¹⁸.

Apelando a su historia, el desarrollo sostenible se definió como "un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades", esta definición fue empleada por primera vez en 1987 en la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU.

La sociedad en su conjunto está tomando conciencia de la gran importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial en nuestros días, especialmente por la gran crisis que está pasando la humanidad, a través de problemas tales como la exclusión, la pobreza y la inequidad social.

Las personas están asumiendo actitudes de consumidores responsables, exigiendo a las empresas un aporte al desarrollo sostenible del país, lo que implica acciones voluntarias, que van más allá del cumplimiento de la legislación vigente.

Por lo que puede concluirse, que el desarrollo sostenible ofrece la visión de una sociedad más próspera y justa, prometiendo como promoviendo un medio ambiente más limpio, seguro y sano para toda la comunidad, por lo que se hace primordial una mejor relación entre los objetivos de crecimiento económico y de progreso social unido a una actitud permanente de gran respeto, cuidado y protección al medio ambiente. Por lo que podemos decir, que el desarrollo sostenible se basa en los tres ámbitos anteriormente mencionados.

La responsabilidad social es cada vez más importante el valor que tiene para las empresas como para la sociedad en que se encuentra inserta. Es una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta sus objetivos económicos y compatibilizándolos con los impactos sociales y medioambientales.

¹⁸Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (Diciembre, 2003) *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. (Junio, 2015).

Capítulo III: Entornos de la Responsabilidad Social Empresarial y sus grupos de interés.

En este capítulo se hará referencia al entorno tanto interno como externo en donde las empresas socialmente responsables pueden enfocar sus acciones.

Estos entornos, están conformados por los denominados grupos de interés, los que serán explicados en el presente capítulo.

III.I. Entornos a los que las empresas socialmente responsables dirigen sus acciones.

Como se mencionó anteriormente la empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia su interior o hacia el exterior de la misma, y en cada caso existen diferentes públicos donde focalizar su acción.

La RSE se evidencia con la ejecución de prácticas empresariales que generan impactos positivos en lo interno y externo.

El *entorno interno* de la empresa, tiene que ver con el cumplimiento de las obligaciones legales de la empresa con los trabajadores. Este considera como grupos de interés a los directivos, los empleados en general, accionistas o dueños de las empresas. En este aspecto, la responsabilidad social apunta a favorecer el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores, a posibilitar su acceso a la información y a las decisiones que los involucran directamente, y a mejorar las condiciones de trabajo, tanto físicas como contractuales.

La empresa socialmente responsable, favorece la organización de sus trabajadores, busca armonizar intereses y establece una relación y comunicación transparente con el sindicato, en torno de objetivos comunes. Asimismo, da oportunidad a sus trabajadores para que compartan los desafíos de la empresa, se involucren en la solución de problemas, en el logro de metas establecidas en conjunto y en el desarrollo personal y profesional.

Y en el *entorno externo*, pueden mencionarse como grupos de interés: los socios comerciales, proveedores, clientes, la comunidad, las autoridades, la sociedad en general.

La empresa socialmente responsable, externamente, debe estar en condiciones de identificar los impactos ambientales de su actividad, minimizando los negativos y maximizando los positivos.

III.II. Grupos de Interés.

En cuanto a los llamados grupos de interés se definen como: “todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas” Freeman(1983).

Los grupos de interés, partes interesadas o *stakeholders*: son aquellas personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas. Son los receptores directos del comportamiento socialmente responsable de la empresa. Constituyen el entorno inmediato de la responsabilidad social empresarial y condicionan el desarrollo de la misma¹⁹.

Existen varias definiciones relativas al concepto de Grupos de Interés, pero todas tienen en común el tratarse de aquellas personas, grupos, colectivos u organizaciones que se ven afectadas, de forma directa o indirecta, por las actividades o decisiones de las organizaciones. Esta definición recoge no solo a personas y/o grupos internos a la organización, sino también externos a ella y con diferentes grados de implicación.

¹⁹Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), Comisión de Responsabilidad Social Corporativa (Diciembre, 2003) *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. (Junio, 2015).

Grupos de Interés, Partes interesadas o stakeholders.

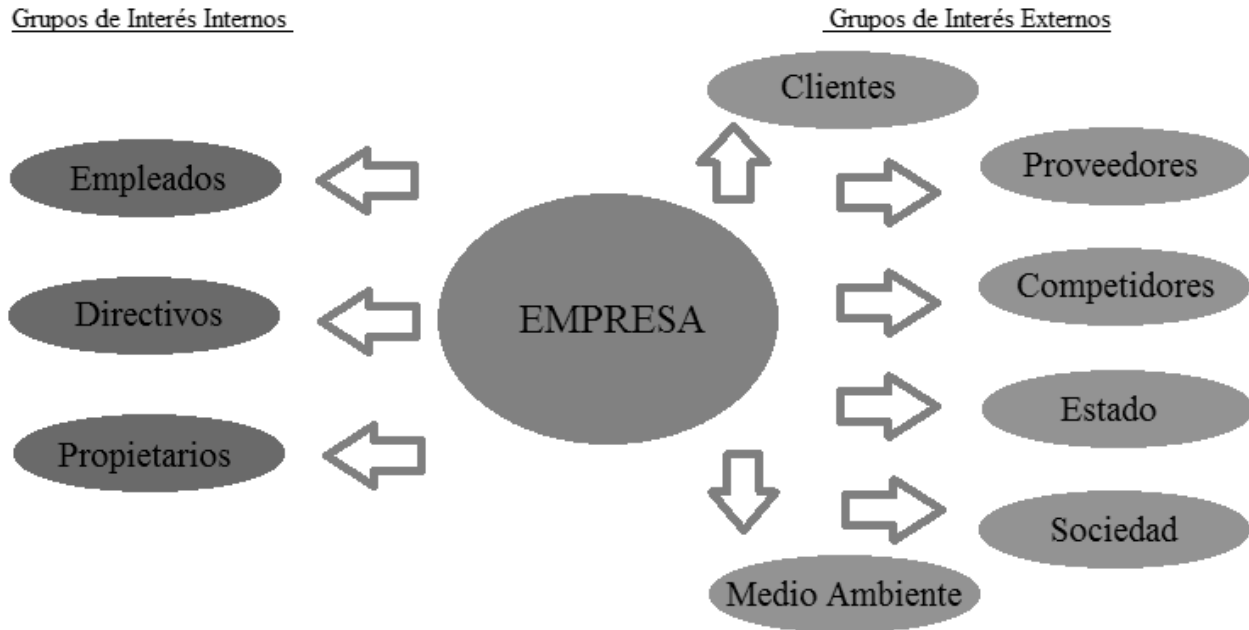


Figura 2. Grupos de Interés. Fuente: Elaboración propia.

En la *Figura 2* pueden observarse los distintos grupos de interés, partes interesadas o los stakeholders.

Los grupos de interés se dividen en internos y externos:

- Grupos de interés internos: grupos sociales que se encuentran dentro de la estructura de la organización.

- *Empleados*: personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y una retribución dineraria y/o en especie. Estos se dividen en dos grandes grupos: directivos (gerentes) y no directivos.

- *Accionistas o propietarios*: personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa.

- Grupos de interés externos: grupos sociales no pertenecientes a la estructura interna de la organización.

- *Clientes*: consumidores o usuarios de los productos y servicios producidos por las empresas. Es el grupo social hacia el que se orienta la explotación del negocio. Los clientes son un componente esencial de la empresa, imprescindibles para la supervivencia de ésta. La captación, conocimiento, satisfacción y fidelización de los clientes son aspectos prioritarios de la gestión empresarial.

- *Proveedores*: personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella. Dicha relación puede estar formalmente establecida mediante un contrato, con el fin de pactar algunas cláusulas como por ejemplo: el precio, el plazo de entrega, las especificaciones del producto o servicio y sus garantías, y la forma de pago.

- *Competidores*: empresas del mismo sector que ofrecen productos y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los potencialmente mismos clientes o consumidores.

- *Administración pública*: haciendo referencia al Estado, administraciones locales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones. Las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.

- *Sociedad y público en general*: lo constituyen aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que aun no teniendo una relación directa con la organización, pueden influir en ésta a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad.

La globalización de la sociedad y la economía hacen posible que la repercusión en la empresa de acontecimientos acaecidos en cualquier parte del mundo pueda ser de suma importancia. De la misma manera la actividad de una empresa puede producir sus efectos a miles de kilómetros de donde se ha producido.

- *Medio ambiente y generaciones futuras*: el medio ambiente, como parte interesada, es el entorno físico natural. Este, es considerado como grupo de interés, ya que las personas interesadas pueden cambiar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

La preocupación por preservar el medio ambiente y el modelo de desarrollo sostenible giran alrededor del concepto de legado para las generaciones futuras, considerando a éstas como grupo de interés en el presente.

A los grupos de interés que han sido mencionados les preocupa y les interesa que la empresa respete los derechos humanos en sus diferentes dimensiones: por ejemplo, erradicar el trabajo infantil de sus actividades; que se ocupe de la ética y la transparencia: por ejemplo, los empleados aprecian que su empresa tenga tolerancia cero con las prácticas corruptas; que sea respetuosa del medio ambiente: por ejemplo, los clientes y consumidores valoran que las empresas tenga prácticas de producción limpia y sus productos cumplan con estándares de protección ambiental.

Puede concluirse que, todos los grupos de interés valoran el compromiso empresarial con la solución de los problemas que aquejan a la sociedad en que operan, se espera que la empresa no sólo invierta, sino que participe activamente en esas soluciones.

Las empresas deben estar comprometidas con la sociedad a que pertenecen, deben contribuir a mejorar las condiciones éticas y morales, aportar a la solución de los problemas del entorno físico y que respete de manera universal los derechos de los seres humanos.

Cada grupo de interés es un reto para la empresa y, así mismo, una oportunidad para actuar responsablemente y decididamente en la creación de una sociedad mejor.

Cada vez más, los clientes y la sociedad en general esperan, e incluso exigen, que las empresas jueguen un rol importante en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país.

Capítulo IV: La RSE, el Contador Público y el Balance Social.

En este último capítulo se expondrá cómo pueden contribuir los Profesionales de Ciencias Económicas a la RSE, más específicamente se describirá el rol del Contador Público. También se explicará el Balance Social en relación a la RSE.

IV.I: Cómo debe contribuir el Contador Público a la RSE.

Hasta hace apenas unos pocos años, el objetivo de las empresas era solo “la maximización de beneficios económicos”. Esto provocó, entre otros, desigualdades sociales, desastres ecológicos, competencia desleal en los mercados, falta de respeto a normas éticas y morales. Ante estos hechos en los últimos tiempos, el mundo ha comenzado a cuestionar la gestión empresarial, no sólo a nivel económico sino también en términos sociales y ambientales, y es así que se ha propiciado una toma de conciencia sobre la idea de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como forma de poner un freno a todas esas distorsiones.

Desde el punto de vista de la carrera, en los últimos años el paradigma contable ha cambiado, pasando de la idea central de la determinación del resultado periódico en las empresas a la idea de la utilidad de la información que la contabilidad debe brindar, y es así que se suele incluir en los estados contables información adicional que permite visualizar una imagen más integral de la organización.

El cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresaria y su reconocimiento por parte del contexto en el que está inmersa la organización aumentan el valor de la empresa y es sumamente importante la información que se pueda presentar acerca de estas cuestiones.

El objetivo de la Contabilidad es brindar información útil tanto para usuarios internos del ente como para usuarios externos. En cuanto a nivel externo, el Contador debe ocuparse de la preparación de los estados contables y también de la generación de informes socio-ambientales que permitan a los distintos usuarios tener una visión integral de todo lo llevado a cabo por la empresa, no solo en relación con el aspecto económico-financiero, sino también en lo social y ambiental.

Asimismo, todos los hechos referidos a cuestiones sociales y ambientales generan información, tanto cualitativa como cuantitativa, útil y necesaria para la toma de decisiones. Es por esto, que la Contabilidad y por lo tanto los Contadores, deben ocuparse de su tratamiento.

El contador público, como profesional y responsable social, debe adquirir a gran escala principios y reglas de conducta anexos a la actividad contable, para aplicarlos en la ayuda y mejoramiento oportuno de la calidad de vida de la comunidad. Además debe estudiar pensamientos y generar ideas que eleven su poder intelectual, tomando el pasado para ampliar sus conocimientos y visionando el futuro para globalizar los conceptos desde otra óptica, estandarizando conceptos sociales para mejorar el entorno en el cual se desarrolla la contabilidad.

Un principio básico de la ética profesional del contador público es la responsabilidad que debe tener ante la empresa y la sociedad, dando garantía de transparencia, generando confianza en cada uno de los procesos que lo involucran y lo hacen participe del acontecer diario de su vida empresarial.

Es de vital importancia que el contador público en la dimensión del desarrollo teórico-práctico de su profesión adquiera principios, valores y reglas de conducta anexos a la actividad contable, mostrándose como un individuo capaz de aportarlos por medio de sus comportamientos y enseñanzas a la profesión.

La Responsabilidad Social está relacionada con la actividad del Contador Público para lo cual el profesional tiene la obligación de desempeñar su trabajo a través del contexto social. Preocupándose por el bienestar social y el correcto funcionamiento de todo lo que opere en desarrollo de la sociedad para aumentar sus grados y niveles de eficiencia en la manipulación de los recursos con que cuente y primordialmente para mantener su estabilidad.

El alcance y la contribución que el profesional contable hace para lograr el crecimiento de la sociedad, va armonizado en cada uno de los procesos contables que aplica en desarrollo de la práctica profesional, dando a conocer al medio empresarial un nuevo concepto de sensibilización social que procura elevar, mejorar o aportar a la calidad de vida de la comunidad.

Para terminar, la Contabilidad debe introducir la Responsabilidad Social en sus diferentes actividades y planteamientos para que los informes que se presentan ya no solo sean necesarios para sus socios, sino que también para los diferentes usuarios, como son: los clientes, proveedores, trabajadores y toda la comunidad en su totalidad. La responsabilidad social está ocasionando la ampliación de la información financiera y contribuyendo a la contabilidad social.

IV.II: El Balance Social y la RSE.

El medio más adecuado para poder “medir e informar” apropiadamente los resultados de la gestión empresarial en materia de Responsabilidad Social es el Balance Social, el cual es una herramienta de auditoría social y un instrumento de gestión, en cuanto permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir, planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar cuantitativa y cualitativamente la gestión social de cualquier organización, dentro del marco de su Responsabilidad Social respectiva. Su aplicación permitirá un mejor desempeño, lo cual redundará sin lugar a dudas en una mayor rentabilidad del negocio.

El Balance Social tuvo específicamente su origen en los EE.UU. en el año 1966 y su objetivo era el de mejorar la imagen de las empresas que se presentaba sumamente deteriorada. Sin embargo, se desarrolló con mayor profundidad en Europa en los años 70, siendo obligatoria en Francia a partir de julio de 1977.

En nuestro país el primer antecedente normado en materia de Balance Social aparece con la Ley 25.250, la llamada Reforma Laboral, publicada en el año 2000, que establecía en su Art. 18 la confección, con carácter obligatorio a nivel nacional, de un balance social para aquellas empresas cuyo plantel superara los 500 trabajadores. Posteriormente la Ley 25.877, publicada en el año 2004, establece en sus artículos 25, 26 y 27 que las empresas que ocupen a más de 300 trabajadores deberán elaborar un balance social anual, que recoja información sistematizada relativa a condiciones de trabajo y empleo, costo laboral y prestaciones sociales a cargo de la empresa.

Por otra parte, la Ley N° 2.594 de la Ciudad de Buenos Aires fija el marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental, conforme lo establece en su artículo primero, tiene por objeto las promociones de comportamientos sociales y ambientalmente

responsables y sustentables por parte de las organizaciones. El mismo debe reflejar los procedimientos de responsabilidad social que haya implementado la empresa y debe cumplir con el requisito de ser objetivo, concreto y mensurable, trazable y auditable. Asimismo, establece que al momento de la presentación ante la autoridad, dicho balance se transforma en público y de libre acceso a la población.

A continuación se citarán algunas de las definiciones más utilizadas de “Balance Social”:

En primer lugar, interesa destacar que sobre la presente temática y mediante una norma legal sancionada en Francia en el año 1977, se definió conceptualmente al balance social en los siguientes términos: “El Balance Social recopila en un documento único los datos cifrables (cuantificables en dinero) que permitan apreciar la situación de la empresa en el dominio social, registrar las realizaciones efectuadas y medir los cambios acontecidos en el curso del año transcurrido y en los dos años precedentes”.

Sobre ese mismo particular la Organización Internacional de Trabajo (OIT) expresó que: "El balance Social es un instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la empresa. Para que los entes involucrados, empresa, empleados y comunidad tomen conciencia de los esfuerzos que se están efectuando por un lado y los beneficios que se están disfrutando por el otro, se requiere de un instrumento que en forma clara y objetiva ayude a comprender que los recursos y el dinero empleado en el cumplimiento de su responsabilidad social no es un gasto, sino una inversión, que revierte de manera exitosa la rentabilidad económica y social".

Por otra parte IDEA²⁰ en su trabajo “Balance Social - Un enfoque integral”, ha incluido la siguiente definición: es una herramienta de política empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos internos y externos, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.

²⁰Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social (IARSE) publicó en sus boletines periódicos la definición del balance social que estableció el Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos: “El Balance Social es el documento publicado anualmente por la empresa que reúne un conjunto de información sobre los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversores, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad.

Es también un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de responsabilidad social. En el Balance Social, la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida para todos. Es decir, su función principal es hacer pública la responsabilidad social empresarial, construyendo mayores vínculos entre la empresa, la sociedad y el medio ambiente”.

Además, la Resolución Técnica N° 36 Normas Contables Profesionales: Balance Social, lo define de la siguiente manera, “es un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento²¹.

Como puede observarse, es cada vez mayor la necesidad de información relacionada con los recursos naturales, la comunidad, los recursos humanos, el medio ambiente y el desarrollo sustentable, requerida por los distintos grupos de interés (stakeholders). Estos requerimientos exigen de las organizaciones un mayor compromiso respecto de las políticas sociales y el nivel de transparencia y revelación de su aplicación.

Evidentemente el Balance Social es un indicador del progreso que ha tenido lugar en la inserción de las empresas e instituciones en la comunidad. Es por ello que la transparencia le da valor agregado a las relaciones entre las empresas y los grupos de interés.

²¹ Resolución Técnica N° 36 Normas Contables Profesionales: Balance Social. Recuperado de: http://www.facpce.org.ar/web2011/Noticias/noticias_pdf/rt36.pdf (Enero, 2016)

Asimismo, cuando las empresas desarrollan actividades que tienen una incidencia directa muy significativa sobre lo ambiental y lo social, mayor es el compromiso que las mismas tienen ante la comunidad para preparar su balance social que informa a todos los grupos de interés sobre las diversas causas y efectos de la actividad que desarrollan.

Conclusión

Con la investigación llevada a cabo se logró conocer con mayor profundidad la importancia que tiene para las empresas ser socialmente responsable, ya sea focalizando sus acciones en el ámbito interno o externo con los que la misma se relaciona.

Determinar cuáles son los beneficios obtenidos al aplicar RSE en su estrategia, los que les facilitarán un mejor posicionamiento en el mercado, ya que ésta puede pensarse como un factor clave para el éxito y aceptación de las empresas en el futuro.

El objetivo de una empresa socialmente responsable debe ser el de armonizar y lograr un equilibrio entre los aspectos de rentabilidad económica, derechos humanos, bienestar social y protección ambiental. Se pretende que las empresas contribuyan, conjuntamente con el Estado y las instituciones, a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sustentable.

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial se está convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, logrando que las empresas que la aplican puedan diferenciarse de sus pares, respecto de cuestiones tales como: la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la conciliación de la vida familiar y laboral y el respeto de los derechos humanos.

Los grupos de interés valoran el compromiso empresarial asumido y lo consideran una potencial solución a los problemas que aquejan a la sociedad en que operan. Se espera que no solo la empresa invierta, sino que participe activamente llevándolo a cabo. Que actúe responsable y decididamente en la creación de una sociedad mejor.

En la actualidad, los clientes y la sociedad en general esperan, e incluso exigen, que las empresas asuman mayor compromiso en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país.

La Responsabilidad Social Empresarial fomenta el desarrollo sostenible, la visión de una sociedad más próspera y justa, prometiendo y promoviendo un medio ambiente más limpio, seguro y sano para toda la comunidad. Se busca como meta primordial una mejor relación entre los objetivos de crecimiento económico y de progreso social unido a una actitud permanente de respeto, cuidado y protección del medio en el cual se desarrolla.

Hoy en día, el ejercicio de la profesión de contador público está viciado, por fallas que se presentan día a día, por el afán de los empresarios en obtener lucro y maximizar el valor de la entidad, o por omisiones en las que se incurren por el exceso de responsabilidades.

Los estudiantes y profesionales pierden su sentido crítico, la base del humanismo, de la cooperación, de la solidaridad para ser sensibles a la desigualdad, al desempleo, a la injusticia, a la corrupción, fenómenos que vienen siendo los verdaderos problemas de la sociedad. La responsabilidad social empresarial del Contador Público, debe recaer sobre el interés general, y cómo sus actuaciones pueden afectar a los usuarios de la información que hoy en día no son internos ni externos, sino indeterminados.

Se busca la ampliación de la información financiera y contribuir a actuar con responsabilidad empresarial y colaborar en el diseño de un sistema de gestión social y ambiental.

El Balance Social es un indicador del progreso obtenido por la inserción de las empresas e instituciones en la comunidad. Es por ello que la transparencia de la información le da valor agregado a las relaciones entre las empresas y los grupos de interés.

Las empresas deben caracterizarse por la capacidad de servir al bien común de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios útiles, donde la dimensión económica es condición para el logro de objetivos no sólo económicos, sino también sociales y morales, que deben perseguirse conjuntamente.

Podemos decir que tanto los empresarios como los contadores y la sociedad en general, deben comprometerse con un futuro sustentable para preservar el medio ambiente para las generaciones futuras.

Bibliografía

- 3424/12, R. G. (s.f.). Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables.
- Empresas, A. E. (2003). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Recuperado el 2015 de Junio
- Empresas, I. d. (2007). *Las políticas públicas de fomento y desarrollo de la RSE en España*. Recuperado el 2015 de Mayo
- España, I. F. (s.f.).
- Europea, L. C. (s.f.). Libro Verde para Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
- Europeas, C. d. (2002). <http://www.bsocial.gva.es/documents>. Recuperado el Mayo de 2015
- Francisco, C. E. (s.f.).
- <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje710-principios/>. (s.f.).
- <http://es.wikipedia.org>. (s.f.).
- <http://www.rae.es/>. (s.f.).
- <http://www.aec.es/>. (s.f.).
- <http://comunicarseweb.com.ar/>. (s.f.).
- <http://www.gestiopolis.com/contribucion-profesional-contable-sociedad/>. (s.f.).
- IARSE. (2002). *Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Klisberg, B. (2006). Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable?
- Melé, E. G. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal or Business Ethics*.
- Social, I. E. (2007). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el Junio de 2015
- Social, R. T. (s.f.).

Anexos

✓ Anexo A:

&. El primer artículo²² trata sobre un estudio realizado por TNS Gallup del cual resulta que los argentinos están interesados en aprender sobre la forma en que algunas compañías intentan ser más responsables socialmente. El interés aumenta a menor edad y este ha ido incrementándose en los últimos años.

&. El segundo artículo²³ expone los desafíos que traen a las empresas los nuevos Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) estos están vinculados con las metas que las mismas tienen en relación a la RSE.

Se trata de 17 metas relacionadas con la reducción de la pobreza y la desigualdad y la promoción del desarrollo sustentable e inclusivo. En cuanto a estos, hay diversas opiniones, algunos objetivos generarán mayor impacto sobre su actividad, mientras que otros generarán mayores oportunidades.

&. El tercer y último artículo²⁴ hace referencia a la actualización de la norma ISO 14001, desarrollando un reconocimiento cada vez mayor de las empresas de la necesidad de tener en cuenta tanto los elementos externos e internos que influyen en su impacto e incluyendo los cambios climáticos.

²²http://comunicarseweb.com.ar/?Aumenta_el_interes_por_conocer_lo_que_hacen_las_empresas_en_materia_de_RSE&page=ampliada&id=8731&_s=&_page=tagsFuente: TNS Gallup Argentina. (08/05/2012)

²³http://comunicarseweb.com.ar/?_Que_desafios_traen_a_las_empresas_los_nuevos_Objetivos_de_Desarrollo_Sustentable%3F_&page=ampliada&id=14962&_s=&_page=destacadas (29/09/2015)

²⁴http://comunicarseweb.com.ar/?Actualizan_la_norma_ISO_14001_&page=ampliada&id=14895&_s=&_page=destacadas (19/09/2015)

✓ Anexo B:

CUESTIONARIO

Apellido y Nombre:

Edad:

Cargo que ocupa dentro de la organización:

Antigüedad en el cargo:

1. ¿En q fecha inició sus actividades? ¿Cuál es la trayectoria que Ud. conoce de la empresa en la ciudad?

2. ¿Cuáles la misión y visión de la organización? ¿Son de conocimiento de todos los empleados?

3. ¿Las autoridades de la organización desarrollan sus tareas de manera eficiente?

4. ¿Qué producto/servicio ofrece?

5. ¿Qué cantidad de empleados posee?

6. ¿Cómo y quienes toman decisiones?

7. ¿Ha sido participe de alguna charla informativa sobre Responsabilidad Social Empresarial? (SI: continua pregunta 8. NO: continua pregunta 10)

8. ¿Recuerda lo que abarca la RSE?

9. ¿Ud. considera que en la empresa se aplican conceptos de RSE? Mencione cuáles.

10. ¿Le interesaría recibir información sobre RSE?

11. ¿Considera Ud. que se aplican acciones sociales como el trato justo y la oportunidad de crecimiento entre los empleados?

12. ¿La empresa respecto de sus residuos, aplica acciones de reciclaje?



13. ¿Aplica acciones relacionadas al ahorro energético?

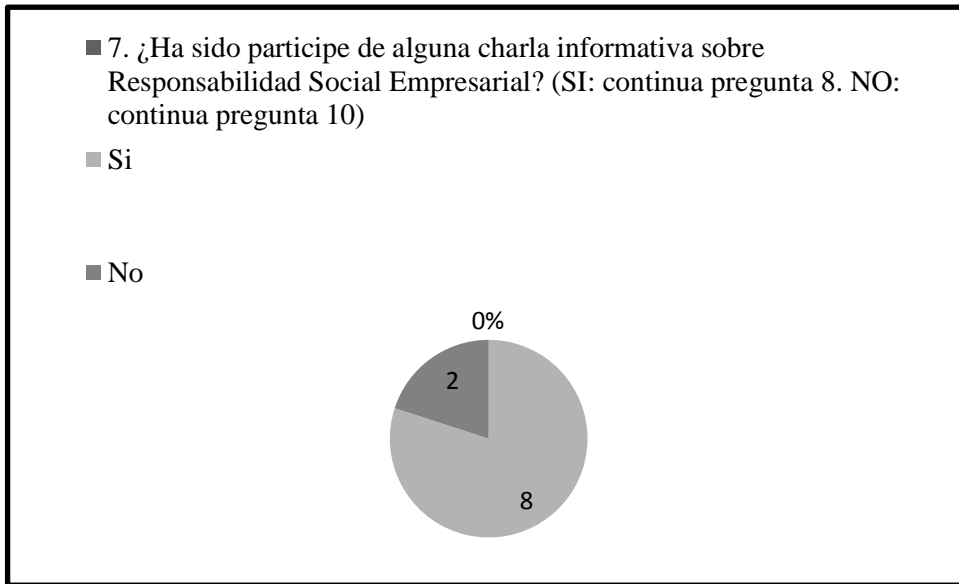
14. ¿Los insumos que utilizan son reciclables?

15. ¿Considera que es importante aplicar estas acciones?

16. ¿Considera que debería informarse más sobre los beneficios de su utilización?

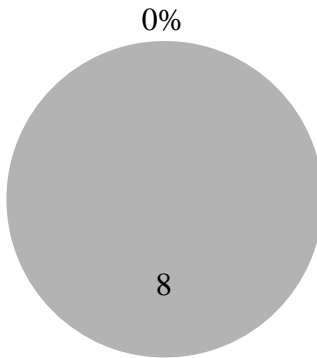
17. Observaciones

Gráficos con respuestas obtenidas:

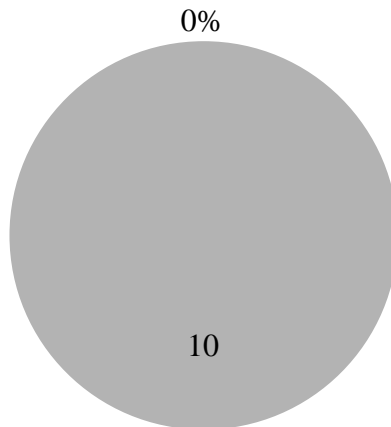


- 9. ¿Ud. considera que en la empresa se aplican conceptos de RSE? Mencione cuáles.

■ Si



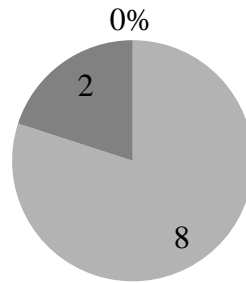
- 10. ¿Le interesaría recibir información sobre RSE? ■ Si



■ 11. ¿Considera Ud. que se aplican acciones sociales como el trato justo y la oportunidad de crecimiento entre los empleados?

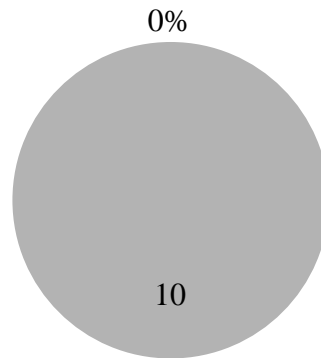
■ Si

■ Desconoce



■ 12. ¿La empresa respecto de sus residuos, aplica acciones de reciclaje?

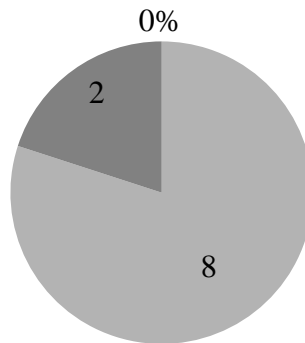
■ Si



■ 13. ¿Aplica acciones relacionadas al ahorro energético?

■ Si

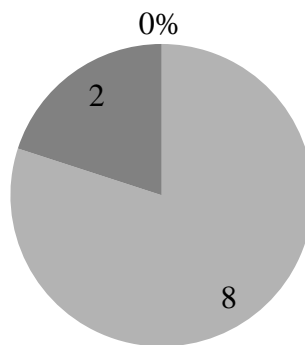
■ Desconoce



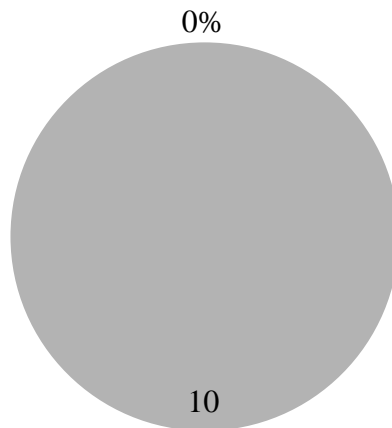
■ 14. ¿Los insumos que utilizan son reciclables?

■ Si

■ Desconoce

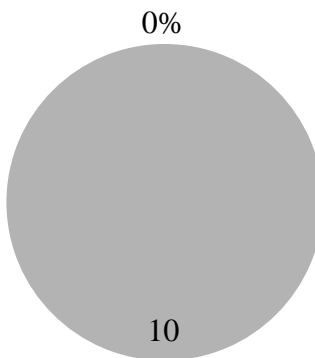


■ 15. ¿Considera que es importante aplicar estas acciones? ■ Si



■ 16. ¿Considera que debería informarse más sobre los beneficios de su utilización?

■ Si



✓ Anexo C:

10 Principios

Los 10 Principios del Pacto Mundial derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción y gozan de consenso universal.

• Derechos Humanos:

Principio 1

“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”

Principio 2

“Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”

• Normas Laborales:

Principio 3

“Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”

Principio 4

“Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”

Principio 5

“Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”

Principio 6

“Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”

- Medio Ambiente:

Principio 7

“Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”

Principio 8

“Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”

Principio 9

“Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”

- Anticorrupción:

Principio 10

“Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”

- ✓ Anexo D:

Cronograma de Avance

- Diagrama de Gantt

TFG - Presuttari Leisa								
N°	Actividades	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	
1	Investigación e Introducción al tema de estudio	■						
2	Recolección de información	■						
3	Estudio y selección de la información obtenida		■					
4	Determinación de Objetivos, Problema y Justificación		■					
5	Elaboración del Marco Teórico			■				
6	Elaboración del Diseño Metodológico			■	■			
7	Realización de encuestas				■			
8	Plasmar los Resultados Obtenidos				■			
9	Construcción de la Propuesta Final				■	■		
10	Entrega Final del TFG con las correcciones apuntadas					■		
11	Desarrollo del TFG					■	■	
12	Elaboración de Gráficos						■	
13	Conclusión						■	
14	Retroalimentación						■	

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	Presuttari Leisa
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	33.592.033
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	leisapre@hotmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis <i>(Marcar SI/NO)</i>	Si
--	----

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha: Villa María, Córdoba - 8 de Noviembre de 2016.

Firma autor-tesista

Aclaración autor-tesista

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:

_____ certifica que
la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma Autoridad

Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado