

**Trabajo presentado IV Encuentro Nacional de Docentes  
Universitarios Católicos - ENDUC IV  
"Universidad y Nación. Camino al bicentenario."  
Realizando la verdad en el amor (Ef. 4,15).**

**18, 19 y 20 de mayo de 2007. Santa Fe, Argentina, por:**

**Carlos Miguel Mufarrege**

Ingeniero Químico

Profesor de la Facultad de Química e Ingeniería de Rosario

“Fray Rogelio Bacon” de la Universidad Católica Argentina

Cátedra Mecánica de los Fluidos

Carrera Ingeniería Industrial

Mendoza 4197

(2000) ROSARIO

Tel. Fax 0341-4380853

### **La Responsabilidad Social Empresarial**

#### **Síntesis**

La actividad Empresarial está asociada a los beneficios sociales ya sea de manera expresa o voluntaria. Toda empresa "sana" que genera puestos de trabajos es fuente de riqueza social, más allá de los beneficios que generen sus productos y servicios a sus clientes y sus accionistas. Para considerar la Responsabilidad Social la Empresa y sus empleados se comprometen a cumplir con todas las leyes y normas aplicables en el país donde desarrolla su actividad. El procedimiento de confección de un Programa de Asuntos Públicos se inicia estableciendo las necesidades y objetivos del negocio, se definen las actividades, consultas, reuniones para demostrar la presencia en la comunidad en que se realizan las operaciones de la Empresa. Es fundamental definir los principios y para cada uno evaluar la situación de las operaciones frente a la expectativa corporativa. Para cada expectativa se determina su aplicabilidad al tamaño y tipo de la unidad de negocio.. Una visión del negocio debe incluir el respeto por el ser humano, los valores éticos, el Medio Ambiente y la Comunidad. Los impactos se miden en una Encuesta que registra la opinión de la comunidad sobre la imagen de la Empresa, confirmando si los objetivos del Programa de trabajo fueron entendidos y apreciados por la comunidad.

**Rosario, lunes 14 de mayo de 2007**

**Una visión del negocio debe incluir el respeto por el ser humano, los valores éticos, el Medio Ambiente y la Comunidad**

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La actividad Empresarial está asociada implícitamente a los beneficios sociales que comporta, ya sea de manera expresa o voluntaria. Toda empresa "sana" que genera puestos de trabajos es fuente de riqueza social, más allá de los beneficios que generen sus productos y servicios a sus clientes, a la propia empresa y a sus accionistas. Estos beneficios podrán ser reinvertidos en la Empresa para asegurar su crecimiento y seguir generando riqueza, y se convertirán en manos de sus receptores, junto a los salarios percibidos por sus colaboradores, en fuente de consumo, además de aportar ingresos contribuyendo al desarrollo económico de la Comunidad, municipio, región o país. No olvidemos que una Empresa existe para producir productos o servicios y que la comunidad de su entorno desea y necesita en un clima de estabilidad y confianza. El cumplimiento de este objetivo es su primera y principal responsabilidad. Si fracasa en esta misión, no puede esperarse que asuma otras.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede definirse como un compromiso entre el sector empresarial y la sociedad civil para crear una instancia de cooperación que permita mejorar las condiciones de vida tanto de sus trabajadores como del resto de la población.

La Fundación Prohumana amplía esta explicación definiendo "es lo que la empresa hace como contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida".

La fuente inspiradora de la RSE es el Pacto Mundial impulsado por la ONU, cuyo fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global que concilie intereses comerciales y sociales. Fue presentado en 1999 durante el Foro Mundial de Davós y reúne a más de 2.000 empresas y organizaciones que adhieren a diez principios de responsabilidad social agrupados en cuatro áreas: derechos humanos, condiciones laborales, medioambiente y anticorrupción.

Para considerar la Responsabilidad Social la Empresa y sus empleados se comprometen a cumplir con todas las leyes y normas aplicables en el país donde desarrolla su actividad.

Adopta políticas y prácticas en relación con el mercado y asume el compromiso de divulgar en forma directa y oportuna sus informes y documentos a los organismos y formas públicas para la difusión de la información.

Para contribuir a mejorar los niveles de inclusión e integración social (en especial de niños, adolescentes, jóvenes y ancianos) debemos además trabajar vinculados a ciertas organizaciones.

Así también en las estrategias para promocionar se encuentran: el acceso al arte, a la música, al deporte y a la articulación de la educación con el trabajo.

La intención es integrarse activamente en cada Comunidad donde la Empresa opera, respetando la diversidad cultural, protegiendo al medio ambiente y colaborando con su desarrollo.

La Empresa debe ser tanto creadora de riquezas, motor de investigación y desarrollo, como generadora de bienestar y fuente de empleo.

A tal efecto el objetivo principal es ayudar a mejorar la calidad de vida, retribuyendo la confianza que depositan diariamente los clientes, proveedores, empleados, inversores y accionistas.

## **La gestión en relación a la Comunidad**

Se puede emplear como un sistema de gestión el fijar expectativas corporativas para los aspectos de seguridad, salud y medio ambiente, dentro de sus operaciones y procesos.

Este procedimiento comprende algunos aspectos claves: involucramiento de la Gerencia y sus empleados, comunicaciones, relaciones comunitarias con autoridades y medios de prensa, manejos de emergencias y mejora continua.

Fija además las expectativas a alcanzar en cada uno de estos aspectos en función del tamaño de la operación y provee una herramienta para la autoevaluación de la performance, incluyendo la exigencia de trazar un Plan de acción para alcanzar el nivel deseado.

Lo importante es establecer los principios sobre los cuales cada unidad de negocio se basa y que de acuerdo a su complejidad y necesidades, podrá definir su Programa. Además de deben establecer las herramientas y disponibilidades a emplear para medir el grado de cumplimiento de los objetivos.

Tratar a socios, clientes, proveedores y a la competencia de forma respetuosa y cordial, procurando perfeccionar los procesos de comunicación y relaciones interpersonales.

Realizar las negociaciones requeridas mediante una tarea con prácticas honestas.

### **Los principios más destacables son:**

Procurar el apoyo a las acciones ciudadanas para el desarrollo local, regional y nacional. En especial a mejorar las condiciones de vida de la Comunidad donde opera la Empresa.

Demostrar el liderazgo de la Gerencia en su compromiso en relaciones externas proactivas, a través del involucramiento personal y del fomento de la participación activa.

Promover actividades corporativas proporcionando oportunidades para generar un mutuo entendimiento y respeto a través del compromiso del personal con la Comunidad.

Comunicación con las audiencias claves, en una base continua, en diálogo abierto y proactivo.

Tomar foco en relaciones con la comunidad generando expectativas realistas y consultar a las comunidades para el diseño e implementación de los programas de asuntos públicos.

Dialogar regularmente con autoridades para crear confianza mutua.

Construir y mantener relaciones positivas con los medios de prensa para comunicar mensajes con objetivos, balance y precisiones.

Prepararse por adelantado para cubrir las necesidades de la comunidad y los medios de prensa durante eventuales crisis.

Revisar las actividades anualmente para maximizar su efectividad a través de la mejora continua.

Respetar los códigos de conducta y ética empresarial.

### **Programa de Asuntos Públicos**

El procedimiento de confección de este Programa se inicia estableciendo las necesidades y objetivos del negocio. Posteriormente se definen las actividades, consultas, reuniones y presencia en la comunidad en que se realizan las operaciones de la Empresa.

En tanto se identifican las prioridades y preocupaciones relacionadas a las operaciones o negocios de la Empresa. Para identificar estos aspectos las alternativas son: charlas persona a persona, reuniones públicas, comentarios de empleados involucrados en trabajos comunitarios o algún tipo de Encuesta. Luego y empleando los principios recomendados, se determinará donde está puesto el esfuerzo para tomar asuntos públicos y el lugar en que se debería obrar, en función de los resultados de análisis para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Se indican las discrepancias, se priorizan y definen acciones específicas para construir el Plan de asuntos Públicos.

Siempre se presentan razones positivas y negativas que contribuyen a esclarecer las discrepancias sobre una Empresa, por ejemplo:

<b>Positivas</b>	<b>Negativas</b>
Es considerada parte integrante de la comunidad.	Deben dedicarse a aquello que saben hacer, producir lo que el público desea.
Debe recompensar no sólo a sus propietarios y accionistas sino a cualquier otra persona involucrada.	Los recursos deben dirigirse a lograr el principio de máximo beneficio.
La RSE es rentable a mediano plazo.	Solventar los problemas de la comunidad es competencia de otras instituciones.
Disponen personal y medios técnicos calificados para afrontar problemas que afectan a la comunidad.	Los clientes podrían perjudicarse porque se produciría un aumento generalizado de precios.

Veamos el diagrama de para considerar los procedimientos:

<b>Consideraciones</b>	<b>Disponibilidades y acciones</b>
Quien es la Comunidad? Que necesita frente a los objetivos del negocio de la Empresa?	Elementos para la determinación de necesidades
Alineación de actividades de Asuntos Públicos. Se tienen discrepancias?	Elementos para la Evaluación
Plan de Acción para Asuntos Externos	Documentar el Plan
Asegurar el apoyo e involucramiento de la Gerencia.	Plan Anual del Negocio
Revisión anual.	Proceso de Evaluación anual
Mejora continua	Modificar el procedimiento.

### Evaluación de los principios.

Para cada principio se evalúa la situación actual de las operaciones frente a la expectativa corporativa. Además se deberá determinar para cada expectativa, su aplicabilidad al tamaño y tipo de la unidad de negocio en estudio.

**Liderazgo.** Es demostrando su compromiso a través de la presencia de la Gerencia en el desarrollo de actividades comunitarias que se podrán lograr el involucramiento del resto de la organización.

Se deben tener los recursos adecuados para ejecutar el Plan y no sólo un conjunto de buenos deseos.

**Involucramiento del personal.** El empleado es un vocero informal en la comunidad. Se debe mantener al personal informado sobre los temas que impactan a la Empresa y su relación con la comunidad. Hacer un reconocimiento a quienes se involucran en el trabajo comunitario.

Para logra la credibilidad del programa es importante fijar estándares y alentar al personal a que participe. Ese personal seguramente actuará como vocero comunitario, difundiendo la actitud de la Empresa en la comunidad, a través de vecinos y familiares, en las escuelas de sus hijos, instituciones del lugar, etc.

En las comunidades pequeñas, donde la mayoría de los empleados y contratistas conviven en el mismo medio social, el vocero representa una herramienta poderosísima. Cuando los recursos humanos en la Empresa están limitados, las alianzas con otras organizaciones que practiquen el trabajo comunitario permite compatibilizar los recursos disponibles.

**Comunicaciones.** Proporcionar información verdadera reconociendo sensibilidades políticas, sociales y culturales, proveyendo datos útiles. Cuando se comunica algo a la comunidad, asegurarse que lo conozcan, que ellos conozcan al interlocutor y sus necesidades.

**Relaciones con la comunidad.** Focalizandolas en las prioridades de la comunidad y en las cuestiones que realmente le importan. Buscar oportunidades de generar alianzas con otras organizaciones responsables y reconocidas para lograr sinérgias, balances de recursos etc.

Para llevar adelante estas mejoras es muy importante un estilo de formación de un Comité integrado en conjunto con miembros de la comunidad. Un grupo de empleados lo compone dedicando parte de su tiempo al trabajo comunitario. Este Comité debería ser presidido por el Gerente de la Empresa, participando en este personal de todos los niveles, propios y contratistas.

**Las visitas de reconocimiento comunitarias a las instalaciones de la Empresa,** les permite observar las operaciones y procesos de la Empresa, por ejemplo los cuidados que toma en temas de seguridad, medio ambiente y salud. Estos visitantes actuarán como voceros comunitarios en la comunidad. Por otra parte reforzarán en su campo de acción los temas aprendidos en teoría en algún lugar de la comunidad, por ejemplo, en la escuela, iglesias, sociedades e instituciones.

**Donaciones,** que no siempre deben ser materiales, siendo fundamental la transferencia de conocimientos en actividades del ámbito laboral, por ejemplo: Preparar un Plan de contingencia, como ser la evacuación de la escuela en una emergencia, apoyar la construcción de las salidas de emergencia y ayudar a desarrollar un Plan de Capacitación la lucha contra incendios o en el cuidado para el manejo de móviles en calles y rutas.

**Relaciones con las autoridades.** Se debe tener una actitud previsible y responsable, comunicar los puntos de vista abiertamente y responder a las requisitorias abiertamente y con información concreta.

**Relaciones con los Medios.** Se debe estar disponible para los Medios cuando este los solicitan, agregando información útil y en tiempo.

**Difusión de las operaciones de la Empresa,** por ej., publicaciones sobre cada emprendimiento como preparación para la emergencia y cuidado del medio ambiente, debido a los temores que la actividad de la Empresa inspira en la comunidad. Ejemplos son puesta en marcha de nuevas plantas de tratamiento, realizar plantaciones comunitarias de árboles, remodelar paseos públicos, etc.

**Crisis,** se debe estar preparado para enfrentarla. Es necesario disponer de procedimiento Planes de emergencia que incluyan la información de lo sucedido hacia la comunidad y a las autoridades. Entrenar regularmente al personal involucrado. Proveer la información útil y en tiempo.

**Mejora continua.** Determinar si el Programa cubre totalmente las necesidades actuales de la comunidad y las futuras que se requieran..

El impacto de esas medidas se mide en la Encuesta, que registra mediante conversaciones y entrevistas, la opinión de la comunidad sobre la imagen de la Empresa y por la cual se confirma si los objetivos del programa de trabajo son apreciados.

Todo lo implementado permitirá abordar el camino hacia la mejora de la imagen de la Empresa y la comprensión de esta por parte de la comunidad.

Diariamente aparecen noticias en los medios sobre el trato de las Empresas a los Empleados , y su respeto al Medio Ambiente, que sin duda tiene repercusión en la imagen que la comunidad se forma sobre la organización. Es evidente que las buenas relaciones con clientes, proveedores y la comunidad en general constituyen un buen camino para la mejora de la competitividad de la organización.

Así, una Empresa socialmente responsable es la que se preocupa de, por ejemplo, crear un buen clima laboral interno, mantener transparencia con sus inversionistas, cumplir con todas las leyes laborales, cuidar la relación con sus proveedores, conservar limpio el medioambiente y mantener una buena relación con la ciudadanía.

La idea es que una Empresa no practique como única meta el posicionarse en el mercado y generar ganancias, sino también el tener una ética que responda al bienestar de quienes trabajan en ella y de la comunidad en que está inserta. Más que filantropía, es un compromiso voluntario a la solución de retos sociales que van más allá del horizonte de la Empresa u Organización.

Muchas Gracias.

**Carlos Mufarrege**

**Referencias consultadas:**

**www. forética.es**  
**UNIVERSIABUSINESS REVIEW**  
**PETROTECNIA 2007**

**Dirección de:**  
**Carlos Miguel Mufarrege**  
**Ingeniero Químico**  
**Sarmiento 723 °8 piso “A”**  
**(2000) ROSARIO**  
**[iqmufarrege@fibertel.com.ar](mailto:iqmufarrege@fibertel.com.ar)**  
**Tel. 0341-4256275**

## **Anexos.**

### **Conclusiones de las I, II y III sesiones de trabajo del Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

#### Definición y ámbito de la RSE2

1. El contexto de la Unión Europea (UE) en materia de RSE, como marco de las políticas y normas que se establezcan en España.

El trabajo en torno a la RSE que se está realizando en la UE es único en el mundo, puesto que la Unión es la única instancia regional supranacional que lo ha abordado hasta el momento. Además, la RSE puede constituir un desarrollo natural muy novedoso como parte del modelo social europeo.

La Cumbre Europea de Lisboa del año 2000, en su Conclusión 39, dice literalmente: “El Consejo Europeo hace un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas con respecto a las prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sostenible”.

Unos meses más tarde, la Agenda Social Europea adoptada en la Cumbre de Niza en diciembre de 2000, incluye también una referencia cuando dice, en el punto d) del apartado II: “apoyar las iniciativas relativas a la responsabilidad social de las empresas y a la gestión del cambio, por medio de una Comunicación de la Comisión”.

Así, el Libro Verde de la RSE de julio de 2001, primera Comunicación de la Comisión, abrió un gran debate y sirvió para someter a discusión unos conceptos básicos y unas características de la RSE que fueron recogidos en la posterior Comunicación de 2002 relativa a “la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”.

Recientemente, en las Conclusiones de la Cumbre Europea de Bruselas de los días 22 y 23 de marzo de 2005, y dentro del epígrafe titulado: “un espacio atractivo para invertir y trabajar”, en la Conclusión 20, se hace una referencia a que las empresas: “deben desarrollar su responsabilidad social”.

Igualmente, la Agenda Social Europea, presentada por la Comisión en febrero de 2005 y que será debatida, en el seno del Consejo, a lo largo de todo este año, también habla, dentro del apartado “una nueva dinámica para las relaciones laborales” de la promoción de la RSE, cuando dice que: “La Comisión proseguirá fomentando la responsabilidad social de las empresas. Para potenciar la eficacia y la credibilidad de estas prácticas, la Comisión, en cooperación con los Estados miembros y los protagonistas, presentará iniciativas dirigidas a mejorar más aun el desarrollo y la transparencia de la responsabilidad social de las empresas”.

Es recomendable que, a la hora de abordar este tema, se tengan también en cuenta las discusiones que están teniendo o han tenido lugar en diversos foros del ámbito europeo, como el foro “Multistakeholder” de la Comisión Europea, el Grupo de Alto Nivel de Representantes de los Gobiernos y el Parlamento Europeo.

El trabajo desarrollado en el contexto comunitario es, pues, fundamental como marco para la formulación de políticas nacionales de RSE.

Pero, al mismo tiempo, mediante el avance en políticas de RSE nacionales y a través de la “cooperación” desde “los Estados Miembros” se puede y se debe contribuir también a una mejor definición de una política europea común.

#### 2. Respecto al carácter europeo y global de la RSE.

La perspectiva europea y la perspectiva global al abordar la responsabilidad social de la empresa son complementarias y esenciales.

La responsabilidad social de las empresas no se circunscribe, por lo general, a sus actividades dentro de un solo país, ni existen soluciones a diversas decisiones empresariales que tengan como marco a un solo Estado. El contexto global en el que desarrollan su actividad muchas empresas deja al descubierto la existencia de vacíos legales o legislaciones laxas, que es preciso cubrir a través de políticas públicas, iniciativas multilaterales internacionales o políticas de responsabilidad social por parte de las mismas empresas.

El carácter global de la RSE está expresamente reconocido en la Comunicación de la Comisión de la RSE, de Bruselas del 2002, donde se dice “La gobernanza mundial y la interrelación entre el comercio, la inversión y el desarrollo sostenible son aspectos cruciales del debate sobre la responsabilidad social de las empresas”.

El progreso en la RSE por parte de las empresas en España, en la medida en que sus actividades son globales, debe de tener también una dimensión global, alcanzando a una actividad responsable en todos los entornos en los que opera la empresa.

Tomando como punto de partida el ámbito de la UE, deben ser integradas en la RSE los principios contenidos en resoluciones y documentos de instituciones de ámbito internacional, con especial atención a las emanadas de la OIT y sus convenios, la OCDE y sus Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, o iniciativas como el Consejo Mundial Empresarial sobre Desarrollo Sostenible. También es imprescindible tener presente el rol de Naciones Unidas como referente básico de derecho internacional y legitimación global, por lo que tanto la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y el Pacto Mundial serán dos piezas imprescindibles en el marco de la RSE española. De igual forma, los Objetivos del Milenio, las Normas para la lucha contra la corrupción, las Recomendaciones sobre consumo responsable y la Resolución del Alto Comisionado respecto de las Normas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en materia de Derechos Humanos, todas ellas de la ONU, serán instrumentos que también inspirarán la RSE en España.

### 3. Objetivo y definición de la RSE

La RSE tiene como objetivo la sostenibilidad basándose en un proceso estratégico e integrador en el que se vean identificados los diferentes agentes de la sociedad afectados por las actividades de la empresa. Para su desarrollo deben establecerse los cauces necesarios para llegar a identificar fielmente a los diferentes grupos de interés y sus necesidades, desde una perspectiva global y se deben introducir criterios de responsabilidad en la gestión que afecten a toda la organización y a toda su cadena de valor. Las políticas responsables emprendidas desde la empresa generan unos resultados, medibles a través de indicadores, que deben ser verificados externamente y comunicados de forma transparente.

La RSE es, 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, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones.

Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. La RSE se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general, es decir, a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas. De ahí la importancia de que tanto los órganos de gobierno como la dirección de las empresas asuman la perspectiva de la RSE.

Si bien la responsabilidad social corresponde en primer lugar a las empresas se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean públicas y privadas, con ánimo o sin ánimo de lucro.

### 4. El ámbito de la RSE

El ámbito de la RSE es interno y es externo a la empresa.

En su ámbito interno se refiere por un lado al respeto al medio ambiente en la actividad de la empresa, en la medida en que la calidad y la conservación de éste, como marco en el que se desarrolla la vida y como fuente de recursos, preocupa a los grupos de interés. Y se refiere por otro lado a los derechos de sus trabajadores a la libre negociación colectiva, a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, a la no discriminación por razón de edad, origen racial o étnico, religión o discapacidad, a la salud y seguridad laboral, y a la conciliación de la vida personal o familiar y laboral.

En el ámbito externo se refiere al respeto riguroso a los derechos de los clientes y consumidores que compran sus productos y servicios o de sus proveedores, al respeto a los Derechos Humanos y a la no convivencia con la corrupción o con el soborno, y la acción cultural, medioambiental o social de las empresas, entendida ésta última como la asignación de recursos empresariales a proyectos relacionados con personas desfavorecidas en las comunidades donde opera la empresa.

La responsabilidad social de una empresa se extiende a todas sus operaciones en el país de origen y en el extranjero, así como a la dinamización de sus proveedores y subcontratistas para que éstos a su vez, observen los mismos criterios de responsabilidad en su actividad.

La RSE implica un nuevo modo de gestión empresarial que tiene en cuenta a las partes interesadas a través de políticas, procedimientos, sistemas e indicadores de medida. En este terreno es necesario distinguir entre los procesos hacia una mayor responsabilidad empresarial que suponen la adopción de ese modo de gestión, y algunos ejercicios de filantropía empresarial que prescinden de todo cambio interno hacia una gestión más responsable. Respecto a éste último aspecto, el marco referencial



público y las políticas públicas de RSE harán referencia a una acción social estrictamente integrada dentro de una gestión responsable de la empresa.

#### 5. Actores sociales de la RSE.

Los actores en presencia dependen básicamente del tipo de actividad de la empresa y del área geográfica donde desarrolla su actividad, de modo que cada empresa tiene un conjunto determinado de partes interesadas con las que tendrá que contar para su gestión responsable.

Desde un punto de vista general, la RSE tiene como protagonistas, por un lado, a las empresas, independientemente de su tamaño, así como a todas las organizaciones y asociaciones económicas o financieras, públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas.

Y por otro lado, son actores de la RSE diversos agentes de la sociedad civil: los trabajadores, consumidores y grupos ciudadanos de interés, representados por instituciones sociales como los sindicatos, las organizaciones de consumidores o de usuarios, instituciones de inversión responsable y un amplio abanico de asociaciones, fundaciones y ONG de defensa de la sostenibilidad y respeto al medio ambiente, de desarrollo y ayuda humanitaria, defensoras de los Derechos Humanos, partidarias de una arquitectura socioeconómica mundial más justa, defensoras del asociacionismo familiar o profesional, de defensa de las libertades cívicas o de promoción de la RSE y de la Economía Social.

#### 6. La naturaleza social de la RSE.

La RSE es un proceso de la propia sociedad, en tres dimensiones precisas.

Es un proceso que ha comenzado y se desarrolla en la sociedad..

Por otra parte tiene como protagonistas principales a los diversos agentes sociales más arriba señalados.

Finalmente, su objetivo es social porque se dirige a mejorar la función social de la empresa, más allá de la legislación vigente y dando pruebas de responsabilidad en relación a todos los actores que participan o son beneficiarios de los resultados del proceso productivo. Como su propio nombre lo indica, se trata de la responsabilidad “social” de la empresa, es decir, de su responsabilidad ante la sociedad.

#### 7. La RSE como un proceso de diálogo y acuerdo social

El escenario en el que se debe desarrollar la RSE es el del dialogo y acuerdo con todas las partes interesadas.

Como resultado debería tenderse a la consecución de prácticas de responsabilidad social adoptadas por las empresas que sean fruto de un proceso de diálogo y acuerdo con todas las partes interesadas.

#### 8. Políticas públicas de RSE.

Los poderes públicos deben facilitar el buen desarrollo de ese proceso de diálogo teniendo en cuenta a las empresas y organizaciones por un lado y las partes interesadas de la sociedad por otro.

Pero más allá de eso, los poderes públicos pueden adoptar una posición positiva y activa apoyando el desarrollo responsable de las empresas para que en los próximos años y en concordancia con la sensibilidad y la demanda de los ciudadanos, las empresas españolas adopten una gestión responsable tanto en España como en sus actividades en el extranjero, en sus propio ámbito e involucrando a sus proveedores y subcontratistas.

La RSE contribuye a la mejora integral de la calidad de gestión de la empresa y a que desempeñe un papel más positivo con todos sus grupos de interés y con la sociedad. En esa medida, la generalización de las prácticas de RSE puede tener una doble utilidad social: potenciar las aportaciones positivas de las empresas a la sociedad y, sobre todo, consolidar un tejido empresarial más consistente, eficiente y competitivo. Por tanto, su generalización puede fortalecer la competitividad de la economía nacional y su capacidad de desarrollo. Parece, por tanto, absolutamente lógico y positivo que las Administraciones Públicas se planteen el estímulo y la extensión de la RSE por entenderse como algo claramente conveniente para la economía nacional y para la sociedad.

Los poderes públicos pueden y deben establecer políticas públicas como las siguientes:

1) Unas políticas de promoción e incentivos de la RSE, aplicables no sólo a las grandes empresas, sino también a las PYMEs.

2) Se deben regular y universalizar los aspectos cruciales que dan credibilidad y rigor a la RSE: el reporte de las empresas a las partes interesadas y a la sociedad en general y la verificación de dicho reporte.

3) Una tarea de fomento, es decir, de educación y formación, información y apoyo técnico para el desarrollo de la RSE entre los diversos agentes de la sociedad civil, en toda la sociedad en general, y entre las empresas y sus directivos en particular.

4) Una consolidación de la voz de las partes interesadas, es decir, de los consumidores, los trabajadores, las organizaciones de la sociedad civil interesadas en la empresa, sean medioambientales, de Derechos Humanos, de desarrollo etc.

5) Una mediación entre éstas y las empresas, mediante la creación de instrumentos de deliberación y concertación.

6) Los poderes públicos tienen también que impulsar dentro del mismo Estado, en todas sus actividades económicas, empresas públicas y organismos públicos las mismas pautas de conducta responsable que intenta promover en la sociedad.

7) Finalmente, los poderes públicos tienen que utilizar los criterios de la Responsabilidad Social como guía para toda la normativa administrativa, con el fin de proteger, entre otros, los derechos de los consumidores, no permitir las agresiones a los derechos humanos, alcanzar la máxima observancia de estándares laborales dignos y no discriminatorios, respetar el medioambiente y erradicar cualquier corrupción así como cualquier otro aspecto en el que se identifique una desprotección de derechos básicos.

#### 9. La RSE y las inversiones socialmente responsables.

En la medida en que ya existe un movimiento de exigencia de un comportamiento responsable de las empresas por parte de algunos inversores, las instituciones financieras están respondiendo a esta demanda con los denominados productos éticos o socialmente responsables. Las llamadas inversiones socialmente responsables se han constituido en una importante palanca positiva de cambio en este nuevo desarrollo de las empresas.

1 Este documento es producto de la reflexión conjunta realizada en el Foro de Expertos en RSE en sus tres primera sesiones de trabajo, como marco referencial para el trabajo futuro del Foro, trabajo que se irá enriqueciendo y concretando en el transcurso de las futuras sesiones y documentos.

2 Se ha optado por la denominación de RSE respecto al objeto de debate, y aún en el propio nombre del Foro, en atención a que es un término que engloba un sujeto amplio, puesto que incluye a las pequeñas y medianas empresas, y no sólo a las grandes sociedades anónimas. El término “corporativo” proviene directamente de los términos anglosajones “corporation” y “corporate” que hacen relación a las grandes sociedades anónimas que cotizan. Además RSE es un término absolutamente consolidado en América Latina, que es un espacio en el que la RSE española tendrá un desarrollo futuro natural.

## Glosario RSE

**Auditoría ecológica:** la aplicación de criterios ecológicos no financieros a las decisiones de inversión.\*

**Auditoría ética:** la aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión.\*

**Auditoría social:** evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas.\*

**Balance Social/ Reporte Social:** es complementario al balance financiero y es una memoria que la empresa publica anualmente dando cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad. Es también un instrumento estratégico para avalar y difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa. En el balance social la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la rodean. Su función principal es hacer pública la RSE, construyendo mayores vínculos entre la empresa, la sociedad y el medioambiente. (www.blancosocial.org.br) \*\*\*

**Capital social:** conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.\*

**Ciudadanía corporativa:** la gestión de todas las relaciones entre una empresa y sus comunidades de acogida a nivel local, nacional y mundial.\*

**Código de conducta:** declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.\*

**Comercio ético:** tiene por objeto garantizar que las condiciones de trabajo en las grandes cadenas de producción cumplan las normas mínimas fundamentales y erradicar las formas de explotación de la mano de obra tales como el trabajo infantil y el trabajo forzado, y eliminar los talleres de economía sumergida. Los criterios de etiquetado se basan normalmente en los convenios fundamentales de la OIT.\*

**Comercio justo y equitativo:** se define como una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas.\*

**Derechos humanos:** los derechos humanos se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. A nivel europeo, el artículo 6 del Tratado de la Unión Europea establece que la Unión Europea “se basa en los principios de la libertad, democracia, respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales y el Estado de Derecho, principios que son comunes a los Estados miembro”. Además, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos, adoptado por el Consejo de Europa, es jurídicamente vinculante en todos los Estados miembro. Por último, la Carta Europea de los Derechos Fundamentales que se adoptó en Niza, en diciembre de 2000, es el instrumento en el que se basan las instituciones europeas y los Estados miembro en materia de respeto de los derechos humanos, cuando actúan en virtud de la legislación comunitaria.\*

**Desarrollo sostenible:** desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.\*

**Diversidad:** se refiere a las diferencias entre los grupos de personas –edad, género, antecedentes étnicos, raza, creencia religiosa, orientación sexual, discapacidad física / mental, etc.\*

**Documento social:** documento que comunica los resultados de una evaluación de impacto social.\*

**Eficiencia ecológica/ Eco-eficiencia:** la noción de que mediante la mejora del modo en que se utilizan los recursos es posible reducir el deterioro medioambiental y los costos.\*

**Espíritu empresarial responsable:** concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social.\*

**Etiqueta social:** palabras y símbolos sobre un producto con las que se intenta influir en las decisiones de compra de los consumidores garantizando el impacto social y ético de una operación empresarial en otras partes interesadas.\*

**Evaluación del impacto medioambiental:** análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.\*

**Evaluación del impacto social:** análisis sistemático del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre la situación social y cultural de las comunidades afectadas.\*

**Filantropía:** Puede entenderse como amor al género humano. Las acciones filantrópicas son múltiples y variadas, pero principalmente se vinculan con la donación de recursos económicos, entrega de tiempo personal (trabajo voluntario) o de conocimiento, u otras acciones concretas tendientes al mejoramiento de la condición humana. Preocupación y amor por el otro. \*\*\*

**Gobernanza de la empresa:** conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. La gobernanza de la empresa facilita también la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados -Código de la OCDE, 1999-.\*

**Influencia de los accionistas:** voluntad de los accionistas de mejorar el comportamiento ético, social o ecológico de una empresa a través del diálogo, ejerciendo presión, apoyando una gestión responsable y votando en las asambleas generales anuales.\*

**Inversión Socialmente Responsable:** el fenómeno de las inversiones socialmente responsables, tal como se conoce hoy, empezó como respuesta al régimen de “apartheid” existente en Sudáfrica, cuando muchos inversores decidieron que no querían financiar a compañías con negocios en dicho país ya que eso conllevaba a fomentar la política de “apartheid”. Un fondo de inversión socialmente responsable es, un fondo que a las inversiones, aparte de tratar de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se les exige además que estén de acuerdo con la moral, valores y sistema de creencias de cada uno. La inversión ética es, una filosofía de inversión que mezcla objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros. \*\*\*

**Inversión solidaria o en favor de la comunidad:** apoyo a una causa o actividad particular mediante una inversión para financiarla. A diferencia de una donación, este tipo de inversión requiere la devolución mediante reembolso -en el caso de los préstamos- o de transacción –en el caso de las acciones-.\*

**Marketing con causa:** actividad comercial en la cual las empresas y organizaciones sin fines de lucro forman alianzas para comercializar una imagen, producto o servicio, en virtud de un beneficio común. Es una herramienta mediante la cual las compañías logran crear un valor diferencial de la marca conectado a la conciencia de las personas y compartiendo con ellas sus principios y valores. Es una forma de que las empresas lleven a la práctica la RSE que les compete y exigen sus consumidores. \*\*\*

**Norma:** conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones aceptadas ampliamente.\*

**Responsabilidad Social Empresaria:** "La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresaria y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente". \*\*

**Seguimiento:** proceso de recopilación de información para controlar los resultados con arreglo a determinados criterios.\*

**Selección ética:** inclusión o exclusión de acciones en carteras de inversión por razones éticas, sociales o ecológicas.\*

**Sostenibilidad/ Sustentabilidad:** es la actividad económica que satisface las necesidades de la generación presente sin afectar a la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. \*\*\*

**Stakeholders/ Partes Interesadas/ Interlocutores:** persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas –por ejemplo los trabajadores- o externas –por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financistas, la comunidad local-.\*

**Triple balance:** idea de que el funcionamiento general de una empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social. En inglés, muchas veces llamado las tres P, por People, Planet y Profit (personas, planeta y ganancia).\*

**Triple Bottom Line:** John Elkington es el “padre” del “triple objetivo” o triple bottom line. Esta “filosofía” se basa en hacer compatibles el desarrollo económico, la calidad ambiental y la justicia social. “la idea que hay detrás no es nueva” el informe de la Comisión Brundtland, publicado en 1987, es su punto de partida. Éste consolidó el término de desarrollo sostenible que, en 1992, fue redefinido en la Cumbre de la Tierra celebrada en Río de Janeiro. Según Elkington, las empresas no han tenido grandes problemas en considerar los factores ambientales junto con los económicos. Pero no ha ocurrido lo mismo con la faceta social y ética, que muchas les cuesta tener en cuenta. “Desafortunadamente para éstas, vivimos en un período de globalización en el que lo que hacen en distintas partes del mundo lo acaba sabiendo el público”. El resultado es que, antes o después, deberán tener en cuenta esta filosofía. “Las empresas líderes comienzan a tener una visión más amplia de contabilidad, auditoría y publicación de información, que comprende aspectos financieros, ambientales y sociales o éticos (www.sustainability.com/languages/spanish) \*\*\*

**Verificación:** certificación por un auditor externo de la validez, la pertinencia y la exhaustividad de los registros, informes o declaraciones de una empresa.\*

**Voluntariado Corporativo:** También es llamado voluntariado empresarial, y es definido como “cualquier medio formal y organizado utilizado por una compañía para animar y apoyar a sus empleados y jubilados a ofrecer voluntariamente su tiempo y habilidades al servicio de su comunidad”. \*\*\*

\* El presente glosario ha sido elaborado por Manpower Inc.

\*\* “Manual de Primeros Pasos”, DERES.



*IV Encuentro Nacional de Docentes Universitarios Católicos*

