



MALGIOGLIO, José María
BERRI, Ana María
PALACIOS, Clide Lidia
DI NENNO, Mónica Evangelina
LANERO, Beatriz Estela
BUSTOS, Celina
CASTELLANOS, Graciela

Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, de la Escuela de Contabilidad

EL APORTE DE LA REGULACION SOCIAL Y AMBIENTAL EXTRANJERA A LA ELABORACION DE UN MARCO CONCEPTUAL SOBRE RSE/0

1 INTRODUCCION

El presente trabajo esta enmarcado dentro del Proyecto cuatrienal (2008/2011) de investigación denominado "La regulación social y ambiental argentina como base para la elaboración de un marco conceptual" radicado en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

Tal como lo hemos manifestado en otras producciones, partimos de la siguiente hipótesis: "así como la información financiera requiere un Marco de Conceptos que brinde en forma ordenada y sistemática los fundamentos técnicos para la elaboración de normas contables profesionales vinculadas, la información no financiera (caso informe sobre Responsabilidad Social de las Organizaciones u Organizacional -RSO) necesita un Marco de Conceptos, que constituya una base deductiva que aporte coherencia a los distintos ámbitos de la responsabilidad social, sirviendo de base para la futura emisión de normas relacionadas".

Para su elaboración el Proyecto de investigación de referencia, utiliza una metodología inductiva-deductiva, que le permite identificar, en el presente trabajo, las iniciativas internacionales relacionadas con la temática que nos ocupa, aislando para su análisis términos vinculados con la responsabilidad social empresaria u organizacional, del contenido de los estándares analizados.

Entre los vocablos que consideramos pertinentes a la elaboración de un marco conceptual, seleccionamos en esta oportunidad el término "Principios" y su alcance normativo.

Las normas relevadas fueron: Pacto Global de las Naciones Unidas, GRI en su versión G3, Ethos e ISO 26000.



2 NORMAS INTERNACIONALES RELEVADAS

2.1 Pacto Global de las Naciones Unidas

El Global Compact, también conocido como Pacto Global, es de libre adscripción para las empresas, uniones sindicales internacionales, organizaciones no gubernamentales globales, organizaciones sectoriales como la OIT, UNCTAD y, por supuesto la ONU. Todas asumiendo el compromiso de la implantación de los diez principios del Pacto, trabajando en los cuatro componentes principales:

- a) Desarrollo de iniciativas conjuntas.
- b) Creación de foros de diálogo y redes de colaboración.
- c) Promoción de un foro activo de educación y aprendizaje.
- d) Creación de redes y plataformas locales y nacionales.

El Pacto no es un instrumento regulatorio o un código de conducta con fuerza legal. Tampoco es un foro para la formulación de normas y prácticas de gestión o un refugio que permite que las compañías firmen sin demostrar su adhesión a los principios del Pacto y resultados concretos. Se trata de una iniciativa a la que los participantes ingresan voluntariamente y que provee un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica e empresas comprometidas y creativas.

Los 10 principios del Pacto Global derivan de:

- La Declaración Universal de Derechos Humanos
- La Declaración de Principios de la Organización Internacional del trabajo relativa a los Derechos Fundamentales en el Trabajo
- La Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo
- La Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción

Los diez principios de Global Compact se enuncian como sigue:

Principio Uno: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.



Principio Dos: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Principio Tres: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de la negociación colectiva.

Principio Cuatro: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio Cinco: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio Seis: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo de la ocupación.

Principio Siete: Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

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

Principio Nueve: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Principio Diez: Las empresas trabajarán en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

2.2 GRI G3

PRINCIPIOS Y CUALIDADES DE LA INFORMACIÓN

Transparencia

La transparencia puede definirse como la presentación completa de información sobre asuntos e Indicadores necesarios para reflejar los impactos y los procesos, procedimientos e hipótesis utilizados para elaborar dicha información y para permitir que los grupos de interés tomen decisiones.

Materialidad

La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.



Exhaustividad

La cobertura de los Indicadores y aspectos materiales y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante durante el periodo que cubre la memoria. El concepto de exhaustividad engloba fundamentalmente el alcance, la cobertura y el tiempo.

Equilibrio

La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general. La presentación de los contenidos de la memoria deberá trazar una imagen no sesgada del desempeño de la organización informante.

Comparabilidad

Se deben seleccionar, recopilar divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

Precisión

La información que contiene la memoria debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante.

Periodicidad

La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

Claridad

La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

Fiabilidad

La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma



que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

2.3 ETHOS

Principios y Criterios

Es esencial que, a lo largo de los próximos años, los informes sociales vayan adquiriendo la consistencia y credibilidad de los que gozan los informes financieros. Para tanto, se recomienda que los siguientes principios y criterios cualitativos sean observados en su preparación.

Relevancia

Las informaciones presentadas en el informe serán juzgadas útiles cuando sean percibidas como relevantes por sus diferentes usuarios. Eso exige, por parte de la empresa, un buen grado de conocimiento en cuanto a las expectativas y necesidades de esos usuarios.

Veracidad

Las informaciones serán consideradas confiables en la medida en que revelen neutralidad y consistencia en su formulación y presentación. En este sentido, se recomienda especial atención para:

- describir acciones, resultados y problemas enfrentados con base en hechos y argumentos lógicos;
- destacar el contexto a que una determinada información se refiere.
- En el caso de una industria, por ejemplo, el consumo de energía es una información que gana más significado si la fuente de esa energía es mencionada;
- buscar neutralidad en la selección y presentación de los hechos, garantizando que los juicios y opiniones por parte de los *stakeholders* no sean manipulados;
- exponer los aspectos positivos y negativos de los resultados y los impactos, directos e indirectos, relacionados al negocio;
- tratar con prudencia la presentación de resultados e impactos económicos, sociales y ecológicos considerados controvertidos; teniendo en cuenta la importancia de incluir la discusión y el posicionamiento de la empresa sobre el asunto.

Clareza

Se debe tener en cuenta la variedad de públicos que harán uso del informe, lo que exige clareza y fluidez de texto. En este sentido, se recomienda cautela con el uso de términos técnicos y científicos, así como la inclusión de gráficos, cuando se juzgue pertinente. En algunos casos la presentación de un glosario puede ser útil.



Comparabilidad

Una de las expectativas de los usuarios del Balance Social es la posibilidad de comparación de los datos presentados por la empresa con los de períodos anteriores y con los de otras organizaciones, lo que exige consistencia en la elección, medida y presentación de los indicadores.

Regularidad

Para garantizar que los diferentes públicos puedan acompañar los resultados y tendencias de naturaleza económica, social y ambiental de la empresa, el informe debe ser presentado en intervalos de tiempo regulares. A pesar de la periodicidad anual ser la práctica común, se debe considerar la posibilidad de actualizaciones más frecuentes de los datos, en función de las facilidades ofrecidas por la Internet.

También se debe considerar las diversas alternativas, hoy posibles, para la vehiculización del informe además de la prensa, como la Internet y CD-ROM. De acuerdo con el público al que esté siendo encaminado, el informe puede ser distribuido en versión completa o resumida.

Verificabilidad

A pesar de aún no ser exigida por el mercado, la verificación y auditoria de las informaciones contenidas en el informe contribuyen para su credibilidad. Delante de la creciente exigencia de los *stakeholders* por transparencia, las empresas deben estar listas para contestar por la integridad de los indicadores presentados. Para eso, algunas iniciativas pueden ser adoptadas, tales como:

- realizar auditoria en procesos cuyos resultados estén reflejados en los indicadores;
- presentar comentarios y evaluaciones hechos por especialistas externos;
- incluir en el Mensaje del Presidente el compromiso con la legitimidad de las informaciones.

Es importante recordar que los indicadores propuestos en esta guía componen un conjunto básico a ser informado por las empresas. Ellos siempre pueden ser ampliados y otros pueden ser incluidos, teniéndose en cuenta los intereses de aquéllos que hayan sido considerados como los públicos prioritarios de la organización. Caso se desee detallar un indicador para atender a una demanda muy específica, se recomienda que eso sea hecho en un adjunto del informe.

2. 4 ISO 26000¹

Esta norma recientemente aprobada en Septiembre de 2010 por la Organización Internacional para la Normalización, que será publicada en el mes de Noviembre del corriente año, identifica los siguientes principios de la responsabilidad social y su alcance conceptual, que se transcriben a continuación:

¹ www.iso26000.com.ar



Principios de la responsabilidad social

Generalidades

Proporciona orientación sobre los siete principios de la responsabilidad social.

Cuando se aborda y ejerce la responsabilidad social, el objetivo global para una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Si bien no existe una lista exhaustiva de principios para la responsabilidad social, dentro de este objetivo se plantea que las organizaciones deberían respetar los siete principios que se describen a continuación, así como los principios específicos para cada materia fundamental descritos en el capítulo 6.

Las organizaciones deberían basar su comportamiento en normas, guías o reglas de conducta que estén de acuerdo con los principios aceptados de buena conducta y comportamiento justo en el contexto de situaciones específicas, incluso cuando las mismas sean difíciles.

Rendición de cuentas

El principio consiste en: una organización debería ser responsable por sus impactos en la sociedad y el medioambiente.

Este principio propone que una organización debería aceptar un examen apropiado y, además, aceptar el deber de responder a ese examen.

La rendición de cuentas impone la obligación a los gestores de tener que responder a quienes controlan los intereses de la organización y a la organización de tener que responder ante las autoridades legales en relación con las leyes y regulaciones. La rendición de cuentas también implica que la organización debe responder frente a quienes se ven afectados por sus decisiones y actividades, así como ante la sociedad en general, por los impactos globales de sus decisiones y actividades en la sociedad.

Tener que rendir cuentas tendrá un impacto positivo, tanto en la organización como en la sociedad. El grado de rendición de cuentas puede variar, pero debería siempre corresponderse con el grado o extensión de la autoridad. Las organizaciones con máxima responsabilidad son quienes deberían poner más cuidado en la calidad de sus decisiones y su supervisión. La rendición de cuentas, también incluye la aceptación de responsabilidad cuando se cometen errores, la toma de medidas necesarias para repararlos y la toma de acciones para prevenir.

Una organización debería responder por:

- los resultados de sus decisiones y actividades, incluyendo las consecuencias significativas, y
- debería prevenir la repetición de situaciones debidas a decisiones o actividades no intencionadas o imprevistas; y
- los impactos significativos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medioambiente.

Transparencia

El principio consiste en: una organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impactan en la sociedad y el medioambiente.

Una organización debería revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la



sociedad y el medioambiente. Esta información debería estar fácilmente disponible y ser directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto o podrían verse afectados de manera significativa por la organización. Debería ser oportuna y basada en hechos y ser presentarse de una manera clara y objetiva, para permitir que las partes interesadas evalúen con exactitud el impacto que las decisiones y actividades de la organización producen sobre sus respectivos intereses.

El principio de transparencia no exige que la información registrada se haga pública, así como tampoco exige que se proporcione información legalmente protegida o que pudiera producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales, de seguridad o de privacidad de las personas.

Una organización debería ser transparente en cuanto a:

- el objetivo, naturaleza y ubicación de sus actividades;
- la manera en que se toman, implementan y revisan sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas y autoridades en las diferentes funciones de la organización;
- las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social;
- su desempeño en asuntos pertinentes y significativos de responsabilidad social;
- el origen de sus recursos financieros;
- los impactos conocidos y probables de sus decisiones y actividades en sus partes interesadas, la sociedad y el medioambiente; y
- la identidad de sus partes interesadas y los criterios y procedimientos utilizados para identificarlos, seleccionarlos e involucrarlos.

Comportamiento ético

El principio consiste en: una organización debería tener un comportamiento ético en todo momento.

El comportamiento de una organización debería basarse en la ética de la honestidad, equidad e integridad. Esta ética implica la preocupación por las personas, animales y medioambiente, y un compromiso de abordar los intereses de las partes interesadas.

Una organización debería promover activamente una conducta ética:

- desarrollando estructuras de gobernanza que ayuden a promover una conducta ética dentro de la organización y en sus interacciones con otros;
- identificando, adoptando y aplicando sus propias normas de comportamiento ético apropiadas a su propósito y a sus actividades, y coherentes con los principios descritos en esta norma internacional;
- fomentando y promoviendo el cumplimiento de sus normas de comportamiento ético;
- definiendo y comunicando las normas de comportamiento ético que se espera de su estructura de gobernanza, personal, proveedores, contratistas y, cuando corresponda, sus dueños, gestores y, particularmente, de aquellos que tienen la oportunidad de influir significativamente en los valores, cultura, integridad, estrategia y operación de la organización y de las personas que actúan en su nombre, al mismo tiempo que se preserve la identidad cultural local;
- previniendo o resolviendo conflictos de interés en toda la organización que, si no, podrían conducir a un comportamiento no ético;



- estableciendo mecanismos de supervisión y controles para hacer seguimiento y asegurar el comportamiento ético;
- estableciendo mecanismos para facilitar que se informe sobre comportamientos no éticos sin miedo a represalias;
- reconociendo y abordando situaciones donde las leyes y regulaciones locales, o no existen, o entran en conflicto con el comportamiento ético; y
- respetando el bienestar de los animales, cuando se vea afectada su vida y su existencia, a través del aseguramiento de condiciones dignas de conservación, cría, producción y uso de animales.

Respeto a los intereses de las partes interesadas

El principio consiste en: una organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.

Aunque los objetivos de la organización pueden limitarse a los intereses de sus respectivos dueños, miembros, clientes o constituyentes, otros individuos o grupos, también pueden tener derechos, demandas o intereses específicos, que deberían ser tenidos en cuenta. Colectivamente, estas personas o grupos constituyen las partes interesadas de una organización.

Una organización debería:

- identificar a sus partes interesadas;
- ser consciente de los intereses de sus partes interesadas y respetuosa con los mismos y responder a las inquietudes que manifiestan;
- reconocer los intereses y derechos legales de las partes interesadas;
- reconocer que algunas partes interesadas pueden afectar a las actividades de la organización;
- evaluar y tener en cuenta la habilidad relativa de las partes interesadas para contactar, involucrarse e influir en la organización;
- tener en cuenta la relación de los intereses de sus partes interesadas con las expectativas más amplias de la sociedad y del desarrollo sostenible, así como la naturaleza de la relación de las partes interesadas con la organización; y
- considerar los puntos de vista de las partes interesadas que puedan verse afectadas por una decisión, incluso cuando no tengan un rol formal en la gobernanza de la organización, o no sean conscientes de su interés en las decisiones o actividades de la organización.

Respeto a la ley

El principio consiste en: una organización debería aceptar que el respeto a la ley es obligatorio.

El respeto de la ley, se refiere a la supremacía de la ley y, en particular, a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los gobiernos también están sujetos a la ley. El respeto a la ley contrasta con el ejercicio arbitrario del poder. Generalmente está implícito en el respeto a la ley que las leyes y regulaciones estén escritos, difundidos públicamente y se hagan cumplir de manera justa, de acuerdo a procedimientos establecidos. En el contexto de la responsabilidad social, el respeto a la ley implica que una organización cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables. Esto implica que una organización debería dar los pasos necesarios para conocer las leyes y regulaciones aplicables para informar a aquellos



dentro de la organización de su obligación de cumplirlas e implementar medidas para que se cumplan.

Una organización debería:

- cumplir con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera;
- asegurar que sus relaciones y actividades están dentro del marco legal previsto y pertinente;
- mantenerse informada de todas las obligaciones legales; y
- revisar periódicamente su cumplimiento.

Respeto de la normativa internacional de comportamiento

El principio consiste en: una organización debería respetar la normativa internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto a la ley

- En países donde la ley o su implementación no proporcionen las salvaguardas ambientales o sociales mínimas, una organización debería esforzarse por respetar la normativa internacional de comportamiento.
- En países donde la ley o su implementación entran significativamente en conflicto con la normativa internacional de comportamiento, una organización debería esforzarse por respetar tales normas en la medida de lo posible.
- En situaciones en las que la ley o su implementación entran en conflicto con la normativa internacional de comportamiento y en las que se el hecho de no cumplir con esa normativa implique consecuencias significativas, una organización debería, en la medida de lo posible y pertinente, revisar la naturaleza de sus relaciones y actividades en esa jurisdicción.
- Una organización debería considerar las oportunidades y canales legítimos para tratar de influir en las organizaciones y autoridades pertinentes, con el fin de resolver cualquier conflicto.
- Una organización debería evitar ser cómplice en las actividades de otra organización que no estén en consonancia con la normativa internacional de comportamiento.

Respeto a los derechos humanos

El principio consiste en: una organización debería respetar los derechos humanos y reconocer, tanto su importancia como su universalidad (véase también material fundamental sobre derechos humanos en el apartado 6.3).

Una organización debería:

- respetar y promover los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos;
- aceptar que estos derechos son universales, esto es, que son aplicables de forma indivisible en todos los países, culturas y situaciones;
- en situaciones donde los derechos humanos no se protegen, dar pasos para respetar los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones; y
- en situaciones en las que la ley o su implementación no proporcionan la protección adecuada de los derechos humanos, acatar el principio de respeto a la normativa internacional de comportamiento.



3 COMENTARIOS FINALES

Un primer paneo de las cuatro normas posibilita distinguir que si bien todas ellas hablan de Principios, lo hacen posicionadas de manera diferente. El Pacto Global como la ISO 26000 refieren a Principios de la Responsabilidad Social, es decir enumeran aquellos principios que guían una conducta socialmente responsable. En cambio la GRI G3 como Ethos refieren a Principios de la información sobre Responsabilidad Social, aquellos que deben estar presentes guiando la preparación de informes que comuniquen la Responsabilidad Social de las organizaciones a sus múltiples usuarios.

En una segunda línea de análisis se detecta la presencia de principios comunes con contenido conceptual que no difiere sustancialmente, razón por la cual, reúnen la capacidad de ser lo suficientemente representativos de un Marco Conceptual y constituir un aporte para su diseño.

4 BIBLIOGRAFIA

Pacto Global de las Naciones Unidas www.pactoglobal.org.ar

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD, © 2000-2006 GRI, Versión 3.0, www.globalreporting.org/

www.ethos.org.br

www.iso.org