



REVISTA DE DIFUSIÓN ACADÉMICA

ISSN 2718-6318

Año VI | Número 20 | Marzo 2025

Responsabilidad Social Empresarial

Juan Manuel Gallastegui¹

juangallastegui1@gmail.com

¹ Abogado. Graduado de la Carrera de Abogacía en la Universidad de San Isidro (USI).

Responsabilidad Social Empresarial: un concepto

La responsabilidad social empresarial es el compromiso que cada empresa tiene con la comunidad donde ésta opera y de qué manera contribuye y genera un impacto positivo en ella. Esto puede llevarse a cabo de diferentes maneras, ya sea con un voluntariado corporativo en temas sociales, planes educativos, campañas sociales y de concientización ambiental, aportes económicos, creación de una fundación para hacer frente a determinada problemática, todo con el fin de mejorar la comunidad y contribuir positivamente en la zona donde esta se desenvuelve.

Cabe destacar que la responsabilidad social empresarial va más allá de cumplir con las reglamentaciones impuestas por leyes laborales y/o ambientales. Es desarrollar un accionar que demuestre su compromiso, más allá de cumplir con los requisitos establecidos por ley, que puede ser a través de diferentes campañas para atacar determinada problemática social, las cuales las empresas no están obligadas a hacer por la legislación actual ya que no existe una norma de Responsabilidad Social Empresarial en nuestro ordenamiento jurídico.

Las características principales para identificar cuáles empresas son socialmente responsables es que sus operaciones son sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras

Un requisito indispensable para que una empresa sea socialmente responsable es que cause un impacto real y positivo en la comunidad donde se desenvuelve, para ello tendrá que realizar un seguimiento de los resultados del plan o campaña que está llevando a cabo a fin de que le indique como está evolucionando, si se está ejecutando de la manera deseada y si está cumpliendo con las expectativas y finalmente comprobar si se cumplió con el objetivo que se propuso.

La responsabilidad social empresarial es muy importante ya que es una manera de devolverle algo a la comunidad, es generar un bien en esta y a corto o largo plazo la empresa puede beneficiarse, aunque este no es el fin de este tipo de acciones

podemos decir que después de todo, despiertan cierta sensación de fidelidad y agradecimiento en las personas hacia la empresa.

La empresa que tiene una responsabilidad social exitosa es la que en el proceso de producción o toma de decisiones tiene en cuenta y valora el impacto que su obrar tendrá en la sociedad e incorpora estos intereses en sus procesos y resultados.

Encontramos cuatro pilares básicos en las empresas socialmente responsables, que son:

- Ética y gobernabilidad empresarial
- Calidad de vida en la empresa (trabajo dentro de la empresa)
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medioambiente

Estas empresas deben de respetar una serie de principios, los cuales responden a principios humanos y empresariales universales, es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa, estos son:

- El Respeto a la dignidad de la persona
- Empleo digno
- Solidaridad
- Contribución al bien común
- Corresponsabilidad
- Confianza.
- Ética en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- -Vinculación con la comunidad

- -Transparencia
- -Honestidad y legalidad
- -Justicia y equidad
- -Empresarialidad
- -Desarrollo social

Repercusiones positivas de una Responsabilidad Social bien implementada:

- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros
- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor
- Incremento en la productividad y en la calidad
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal

- Reducción de la supervisión regulatoria
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo

A modo de ejemplo tenemos a Adidas. Esta empresa es una marca comprometida con el medio ambiente, por lo que en 2021 el 60% de sus productos fueron sustentables y esperan que para el año 2024 todos sus productos sean fabricados con materiales reciclados. Adidas tiene en cuenta el gran impacto que causa la industria textil y del calzado en el ambiente, para tomar conciencia el sector textil fue la tercera fuente de degradación del agua y del uso del suelo en 2020 se necesitó una media de nueve metros cúbicos de agua, el uso de 400 metros cuadrados de tierra y 391 Kg de materias primas para proporcionar ropa y calzado a cada ciudadano de la Unión Europea. Adidas no solo abordó esta problemática, sino que también aportó positivamente en la disminución de los plásticos en los océanos ya que lanzó una serie de calzados fabricados íntegramente con plásticos reciclados de los océanos, atacando así dos grandes problemáticas, disminuir la cantidad de plástico en nuestros océanos por un lado y dejar de fabricar de manera convencional toda una línea de calzados para así disminuir la cantidad de materias primas y agua utilizadas para hacer cada par de zapatos. La parte superior del zapato está fabricada con residuos plásticos del océano y su suela está impresa en 3D con base en poliéster reciclado y redes de pescar, el calzado es 100% reciclable, con esto se busca eliminar los plásticos de un solo uso en sus productos para el año 2025.

Adidas también ha implementado prácticas de producción sostenible en sus fábricas, la empresa trabaja con proveedores para mejorar la eficiencia energética y reducir el desperdicio. Además, se ha comprometido a no utilizar sustancias químicas peligrosas en sus productos y a trabajar con proveedores para eliminar el uso de estos químicos en toda la cadena de suministro. Adidas apoya a distintas campañas y organizaciones sin fines de lucro, como “Parley for the Oceans”, en sus esfuerzos de educación y comunicación, así como en su programa integral de plástico de océanos (A.I.R., Avoid, Intercept, Redesign) que pretende terminar con la contaminación de residuos plásticos en los mares. Desde que la alianza fue anunciada en abril del 2015, la empresa ha puesto en marcha varias estrategias como eliminar gradualmente el uso de bolsas de plástico en sus propias tiendas

minoristas y reducir el uso de botellas plásticas durante las reuniones en su sede en Alemania.

Proyecto de ley de Responsabilidad Social Empresarial (S-0544/15)

Esta ley define a la Responsabilidad Social Organizacional como el compromiso de las organizaciones con el desarrollo de la sociedad, los derechos constitucionales de los ciudadanos y la preservación del medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa.

El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando su accionar en aspectos como la protección de los derechos humanos, cumplimiento de estándares laborales, apoyando la libertad de Asociación Sindical, el reconocimiento a la negociación colectiva, la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o bajo coacción, la erradicación del trabajo infantil, la abolición de prácticas de discriminación en el empleo y ocupación; manteniendo un enfoque preventivo que favorezca el desarrollo del medio ambiente, promoviendo la responsabilidad ambiental y favoreciendo el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente; y combatiendo la corrupción en todas sus formas.

Es también objeto de esta ley propiciar la acción socialmente responsable con la finalidad de contribuir al bien común y al desarrollo sostenible, buscando instalar en las organizaciones y/o empresas nacionales y extranjeras con sede en el país, un nuevo valor social dentro de la política corporativa, de manera tal que este sector se sume con su accionar a las políticas públicas impulsadas por el gobierno nacional en esta materia.

Asimismo, define que son los productos socialmente responsables, estos son los que se producen y comercializan de acuerdo con las buenas prácticas de desarrollo humano sostenible y cuidado del medioambiente.

Otro punto a destacar de este proyecto de ley es que se otorgara un Sello a modo de certificación de responsabilidad social, este acto otorga el derecho a la organización, entidad o empresa que la haya obtenido a utilizar públicamente el sello distintivo de “Socialmente Responsable” con la identificación de la marca de la entidad que haya extendido la certificación.

¿Qué es la norma ISO 26.000?

La norma ISO 26.000 ayuda realizando una serie de recomendaciones a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible.

Es una norma internacional que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social. Proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social.

La norma ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos de carácter obligatorio, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación a través de un sello.

Principio de la norma ISO 26.000:

- Rendición de cuentas
- Transparencia
- Comportamiento ético
- Respeto a los intereses de las partes interesadas
- Respeto al principio de legalidad

Establece 7 materias fundamentales que la Responsabilidad social debe abordar:

- Gobernanza organizacional
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medio ambiente
- Prácticas justas de operación
- Asuntos de consumidores
- Participación activa y desarrollo de la comunidad

Por todo ello, podemos decir que la norma ISO 26000 es una gran herramienta para las empresas, las ayuda a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones, y entre sus beneficios se destacan: mayor competitividad, mejor reputación a nivel social, atraer y retener colaboradores, clientes y usuarios, mantener la motivación, compromiso y productividad.

A modo de ejemplo tenemos a Adidas, esta empresa es una marca comprometida con el medio ambiente, por lo que en 2021 el 60% de sus productos fueron sustentables y esperan que para el año 2024 todos sus productos sean fabricados con materiales reciclados. Adidas tiene en cuenta el gran impacto que causa la industria textil y del calzado en el ambiente, para tomar conciencia el sector textil fue la tercera fuente de degradación del agua y del uso del suelo en 2020 se necesitó una media de nueve metros cúbicos de agua, el uso de 400 metros cuadrados de tierra y 391 Kg de materias primas para proporcionar ropa y calzado a cada ciudadano de la Unión Europea. Adidas no solo abordó esta problemática, sino que también aportó positivamente en la disminución de los plásticos en los océanos ya que lanzó una serie de calzados fabricados íntegramente con plásticos reciclados de los océanos, atacando así dos grandes problemáticas, disminuir la cantidad de plástico en nuestros océanos por un lado y dejar de fabricar de manera convencional toda una línea de calzados para así disminuir la cantidad de materias primas y agua utilizadas para hacer cada par de zapatos. La parte superior del

zapato está fabricada con residuos plásticos del océano y su suela está impresa en 3D con base en poliéster reciclado y redes de pescar, el calzado es 100% reciclable, con esto se busca eliminar los plásticos de un solo uso en sus productos para el año 2025. Adidas también ha implementado prácticas de producción sostenible en sus fábricas, la empresa trabaja con proveedores para mejorar la eficiencia energética y reducir el desperdicio. Además, se ha comprometido a no utilizar sustancias químicas peligrosas en sus productos y a trabajar con proveedores para eliminar el uso de estos químicos en toda la cadena de suministro. Adidas apoya a distintas campañas y organizaciones sin fines de lucro, como “Parley for the Oceans”, en sus esfuerzos de educación y comunicación, así como en su programa integral de plástico de océanos (A.I.R., Avoid, Intercept, Redesign) que pretende terminar con la contaminación de residuos plásticos en los mares. Desde que la alianza fue anunciada en abril del 2015, la empresa ha puesto en marcha varias estrategias como eliminar gradualmente el uso de bolsas de plástico en sus propias tiendas minoristas y reducir el uso de botellas plásticas durante las reuniones en su sede en Alemania.

Por último, Adidas es parte de Better Cotton Initiative (BCI). La BCI, es una organización sin fines de lucro que tiene por objeto transformar la producción de algodón en todo el mundo, abordando los efectos negativos del cultivo y el procesamiento del algodón. Cuando un producto de algodón incluye este sello certificado, nos indica que detrás de él se ha llevado a cabo un control, tanto a nivel del cultivo del propio algodón como de las condiciones de los trabajadores directamente implicados.

Conclusión

A modo de conclusión es menester señalar la importancia de que una empresa sea socialmente responsable, que actúe siendo consciente y preocupándose por el medio que la rodea, y que, a la hora de proponerse sus objetivos, uno de ellos sea llevar a cabo una campaña con un plan bien diagramado, evaluando la problemática en la que la empresa concentrara sus esfuerzos, teniendo en cuenta que individuos serán alcanzados por su accionar o si este está dirigido a la sociedad toda. En el mundo moderno todas las empresas deberían considerar la responsabilidad social

empresarial como uno de los pilares básicos de su organización. Aunque cada vez son más las empresas que demuestran interés y se convierten socialmente responsables, conscientes del impacto social, económico y ambiental que causan en su entorno, la mayoría no ha incursionado en la responsabilidad social empresarial y se conforman con cumplir los mínimos establecidos por ley.